

中国酒

权威性·指导性·专业性·唯一性·信息性·服务性

企业家日报 热线电话:028-87369123 运营邮箱:3086645109@qq.com

主编:王聪 编辑:杜高孝 版式:张彤 2018年4月6日 星期五

A1 A 酒道·酒界要闻
alcohol arts

成都一加一文化传媒有限责任公司
028-87369123
028-87363110
业务邮箱:3086645109@qq.com

“缘定晶生”全球战略发布 五粮液迈上国际新征程

日前,“五粮液缘定晶生”暨五优购平台上线全球战略发布会在成都举行。中国酒业协会副理事长、秘书长宋玉玉,四川中国白酒金三角酒业协会副会长张玉山,施华洛世奇执行董事局发言人、第五代家族成员 Markus Langes-Swa-rowski, 五粮液集团公司总经理、股份公司董事长刘中国等相关领导以及 400 多名五粮液运营商代表出席了活动。本次会议不仅举行了缘定晶生系列产品全球战略发布,还对测试上线的五优购进行了深度解读。

国际化的五粮液 加速国际渠道布局

缘定晶生并非首次出现在公众视野,自去年第一次亮相后,就迅速吸引了社会各界的关注。五粮液与施华洛世奇的战略合作不不仅是五粮液国际化的重要一步,更是五粮液实现国际化合作的重要一环。刘中国在讲话中指出,作为中国高端白酒领导品牌,五粮液在一次创业的基础上,充分借助“一带一路”倡议的东风,加速国际渠道布局,围绕年轻化、数字化,适应消费升级,深入推进品牌结构改革,讲好中国的故事,向世界输出中国白酒、浓香五粮液的国际战略。

Markus Langes-Swarovski 则表示,“五粮液·缘定晶生”系列产品以最美好的方式表现了东西方的完美合作,融合了东方尊崇的高雅艺术和闻名全球的施华洛世奇水晶。感谢五粮液给了施华洛世奇这样一个机会,强强联手实现这款产品从里到外的闪耀。中国成为第二大经济体以后,中国文化逐渐吸引世界的瞩目。中国在国际上已经开始具有一定的经济自信,五粮液用国际化的视野来构建中国酒文化在全球的影响力。在五粮液股份公司副总经理朱忠玉看来,这是五粮液的文化自信,也是中国大国崛起文化自信的一部分。

朱忠玉指出,中国白酒和白酒文化在国际表达和传播上,期待有中国思维、中国语言向媒体思维、国际语言改革,要用世界听得懂的方式来讲好中国白酒的文化故事。而且,在很多人心和传统文化上,这表明消费者对白酒的认知已经产生时代的错觉。作为中国白酒企业的领军品牌,五粮液的创新一直是不断超越时代的创新,创造新的需求。这意味着中国白酒文化要基于人类共同



的美好情感,那么必须具备跨文化的时代市场的信任,才能够影响到不同国家消费者的消费习惯和消费行为。

“缘定晶生”的三个维度

“缘定晶生”产品在“1+3”战略下的意义,体现在五粮液品牌核心产品体系的三个维度。

第一个维度是市场稀缺个性;第二个维度是年轻化、市场化、低度化的五粮液体系;第三个维度是全新的国际化五粮液。

通过新的价格标杆,提升消费者对五粮液品牌档次的认知,巩固五粮液产品的高端定位,缘定晶生是五粮液与施华洛世奇品牌进行深度合作双方跨界艺术结晶。

朱忠玉指出,施华洛世奇的品牌内涵,与五粮液的白酒文化,形成东西方文化的融合,这代表着全球跨文化的市场消费价值观。这是五粮液引领中国白酒行业发展的颠覆式创新,是建立中国白酒国际化的标杆之作,也是超越时代的经典市场,建立五粮液白酒的国际化消费标杆,树立起全球文化的国际消费场景。我们需要面对新生代年轻人的消费行为、消费习惯和消费体验。中国人

引领世界消费价值观的时代就要到来。五粮液所蕴含的大国浓香的国际化、市场化、年轻化消费趋势,会成为中国文化价值消费的一部分。

陈翀则表示:“随着消费者的个性化需求越来越多,现代营销的发展,对效率品质体验感的要求也越发严格。在互联网大数据精准化营销的背景下,消费者的购物行为形成了数据化营销,决定着企业未来的发展。与此同时,由于产品和服务的细分化和个性化,社会资源利用的效率和利用率越来越低,由此催生出共享经济这一全新的模式。”

五粮液作为中国白酒行业的领先企业,积极布局大数据的运用,以共享经济模式,启发营销创新。因此,五粮液个性化产品营销平台,具备精准性、个性化、高效性的特征,为五粮液“百城千县万店”的宏伟工程打下良好的基础。五粮液的优惠平台是作为五粮液旗下与官方新零售平台,以五粮液品牌为核心,以个性化、定制化、创新化为驱动性的创新营销品牌,专属发展婚宴、生日宴、家宴、商务宴、主题宴五大生活产品,运用新零售模式,聚焦产品渠道物流等供应链,形成完整的体系计划。

全新销售渠道

五优购的五大优势

活动现场还发布了五优购测试版。这意味着五粮液全新销售渠道的集中发展,重点在于销售属性升级。全新渠道主要包括两个部分:

一是五粮液体系内渠道及广泛的社会化终端的升级,由产品销售升级为服务推广营销,在扁平化的同时,提高终端的敏锐度和效率,利用开发服务增值空间来提高渠道服务商的盈利增长点和平台的服务体验。

二是通过跨界合作来丰富渠道的多样性和国际匹配丰富的专属产品营销,满足国民日益增长的个性化即时需求,完成消费者购物体验升级。

五粮液五优购平台的整体规划具有五大核心优势:

第一大优势,个性化专属产品服务。五粮液五优购平台搭载场景化专属,例如,本次发布的缘定晶生系列产品,未来仅在平台统一发售,通过统一的体验式服务,提升五粮液品牌的整体体验。

第二大优势是尊享服务,区别于传统商超与电商平台,在消费体验上提供礼仪式的体验服务。

第三大优势是智能化供需匹配服务,在于通过平台的五大核心产品,配合专属产品的研发,精准直达用户的控制,智能化匹配消费者与服务商的需求,提升平台的市场竞争力。同时,为服务商扩大特殊资源。

第四大优势是持续性消费升级。利用大数据以及扁平化终端管理带来的敏锐市场洞察力,在重大事件焦点话题的基础上,策划一系列极具个性的产品和营销动作,积极打造用户潜意识中最喜爱的产品,满足客户的潜在需求,以此来建立平台的个性化竞争力。

第五大优势是五粮液的全程保障,由平台负责全程营销环节,从社群引流推广、订单智能提醒、订单跟踪处理、售前售后服务、治理滞留智能物流配送、全程物流跟踪、物流品质保障、营销数据系统、最小库存管理等,减轻服务商的工作压力,形成高效的营销后台支持。五粮液五优购平台,是由五粮液公司联合专业第三方技术,通过整合五粮液优购平台、社会化新零售终端,结合平台资源、用户资源、数据资源等,全面提高资源的利用效率。同时,这也是五粮液品牌创造的新增长点,打造中国白酒行业新零售的营销典范。

酒业周报

美国 5000 箱 对华出口葡萄酒停运 从业者担心“失去未来”

4月1日,财政部深夜发布,国务院关税税则委员会决定对原产于美国的 7 类 128 项进口商品中止关税减让义务,在现行适用关税税率基础上加征关税。其中针对美国进口葡萄酒将加征关税 15%。

据外媒报道,在美国的利弗莫尔谷,5000 箱葡萄酒可能没有办法完成它们的“中国之旅”了。这座位于旧金山以东加利福尼亚州的庄园,是美国葡萄酒生产最集中、最著名的地区。然而,有大约 5000 箱威迪酒庄的葡萄酒在等待被运往中国时,被突然叫停。威迪家族产业国际销售副总裁 Michael Parr 说,该公司将中国列为十大市场之一,并在关税谈判爆发时暂停发货。

“在增长率和增长潜力方面,中国是最重要的市场之一。”令 Parr 担忧的,并不仅仅是这 5000 箱葡萄酒几个月内都去不了中国,而是失去未来。

1919 和奇点云战略合作 促新零售落地

近日,在奇点云“智见·未来”无人零售产品发布会上,奇点云与酒类新零售平台 1919 签署新零售战略合作协议。

根据合作协议,奇点云将为 1919 提供“两云一端”无人零售整体解决方案,从无人门店的建设部署、“线上+线下”的多端数据采集,到数据中台和业务中台的搭建及数据打通,1919 将建立总部、供应商与门店渠道之间的数据化管理体系和运维中心,形成从智能终端门店设施到数据化运营,从商品到会员、渠道的全链路数据化赋能。

舍得酒业副总经理兼董事会秘书马力军辞职

舍得酒业股份有限公司发布公告称,公司副总经理兼董事会秘书马力军因个人工作变动于 4 月 2 日辞职,不再担任公司任何职务。公司董事长刘力将代行董事会秘书职责直至公司聘任新的董事会秘书。

汾酒一季报净利预增 50%-60%

4月3日,山西汾酒发布了 2018 年第一季度业绩预增公告。公告显示,山西汾酒预计 2018 年一季度净利润增加 2.34 亿元到 2.81 亿元,同比增加 50%-60%。

山西汾酒方面表示,本期业绩预增的主要原因是,公司在报告期内坚持以消费者培育为中心,以文化营销为引领,坚持青花汾酒系列主导突破,完善区域组织,量化营销动作,主营业务收入与上年同期相比有较大幅度增长,归属于上市公司股东的净利润大幅增加。

咸亨股份 2017 营收 1.45 亿元 净赚 4847 万元

4月2日消息,咸亨股份(834794)近日公布的 2017 年年度报告显示,2017 年营业收入为 1.45 亿元,较上年同期增长 11.95%;归属于上市公司股东的净利润为 4846.71 万元,较上年同期增长 67.67%;基本每股收益为 2.2 元,上年同期为 1.39 元。

截至 2017 年,咸亨股份资产总计为 1.7 亿元,较上年同期末增长 12.25%。资产负债率为 17.39%,较上年同期末 24.73%,下滑 7.34 个百分点。经营活动产生的现金流量净额本期为 3179.58 万元,上年同期为 2260.56 万元。报告期内,咸亨股份管理费用较上年度增长 44.42%,主要是加大新产品研发力度,研发费用比上年度增加 440.37 万元所致。(综合)

金星啤酒品牌发展研究院揭牌仪式在郑州举行

日前,金星啤酒品牌发展研究院揭牌仪式暨品牌宣传工作座谈会在金星集团举行。河南天则经济研究所所长王在安、河南民营经济研究会副会长张立功、河南省发展研究院院长周健等专家学者及 30 多家媒体共同见证。金星集团董事长张铁山为金星品牌发展研究院揭牌。

张铁山告诉记者,回望金星啤酒成长的 36 年里,一路走来,风雨兼程。今天的金星啤酒已经从昔日的河南名牌产品、河南省著名商标,到现在的荣获河南省省长质量奖,金星啤酒一次次摘取行业奖项,品牌影响力一再升级,是金星人对品质的坚守成就了今天的金星啤酒,成就了金星啤酒这个品牌。金星品牌发展研究院是金星集团外宣工作的延伸和拓展,是金星集团外宣工作的有益尝试,希望各位专家学者、媒体朋友多多关心、支持,共同见证金星研究院的成长与发展。

据悉,36 年来,金星啤酒以“工匠精神”作为企业成长内在驱动力,全心全意做中国消费者喜爱的啤酒,以品质赢口碑、强品牌。未来,金星啤酒将一如既往,坚持以品质为核心,加强对全国市场的探索与耕耘,加强与全国消费者的深度互动,让全国的消费者都喝上金星啤酒,让全世界的啤酒爱好者都来分享我们中国民族啤酒的品牌魅力!近年来,金星投入大资金进行品牌宣传,重金邀请中国“好舌头”华少代言产品,引领原浆啤酒新潮流,成功提升了金星品牌传播广度与高度。

金星品牌发展研究院秘书长陈俊介绍,金星品牌发展研究院将建立一支境界高远、视野开阔、专业精深、脚踏实地的涵盖财经界、媒体界的专家顾问队伍。同时,金星品牌发展研究院作为金星啤酒集团的“智库”,将专注于企业改革和发展的实践研究,致力于金星啤酒产业发展与企业成长过程的理论和实践上的梳理、总结与创新,持续提升金星啤酒企业文化建设和品牌发展的软实力,为金星基业长青源源不断地提供智慧支撑,全力服务并推进金星事业开创新局面,谱写新辉煌。(陈振翔)

环球佳酿初展娇容 百款新品盛大发布

日前在成都全国糖酒商品交易会上,环球佳酿酒业有限公司举行新品发布会,旗下 17 大品牌、100 款新品盛大发布。并与 1919、酒仙网、酒直达、名品世家、酒便利以及媒体签署了战略合作协议。

环球佳酿总裁张家豪表示,环球佳酿从成立的第一天开始,就秉承着创始人邓鸿先生“酿好酒,卖好酒”的经营理念,环球佳酿以“孵化全球美酒”为定位,规划了三大业务方向。

第一个方向就是寻找中国最有价值的酒业产区,通过产融互动孵化一批品牌有历史传承、工艺有代表性的“小而美”的酒类品牌和产品。

白酒品牌形成了以浓香、酱香两大香型为主体,多产区多品牌的白酒产品体系。主要有衡水烧坊、川酒、国粹、国麒、1915、喜酒等。黄酒主要是来自绍兴的稽山鉴水。海外葡萄酒来自于法国、美国、智利和澳洲等共计九个品牌。

环球佳酿酒业,拥有国内最杰出的技术专家和酿酒大师,泸州老窖 1573 的设计者吴晓萍大师,舍得酒设计者李家民大师,他们带领的技术团队,对环球佳酿旗下的企业从酒体规划、典型风格打造、酿造技术等各方面给予了细致的辅导和显著的提升,让这些“小而美”的产品在行业内更具有竞争力。



第二个方向是引进全世界优势产区的优质美酒。截止到目前,环球佳酿已经从法国、澳大利亚、美国等主要葡萄酒产区引进了“赛鹰”、“麒麟”等 27 个葡萄酒产品。同时环球佳酿也以产融结合的方式与部分国外优质酒庄开展更紧密的合作。未来环球佳酿还将继续引进包含葡萄酒在内的其他酒种,实现“环球佳酿、与世共享”。张家豪还告诉记者,环球佳酿首次亮相糖酒会,成为“孵化全球的美酒”,环球佳酿很快还将开展第三个部分的业务。希望与国内最优秀的名酒企业开展合作,通过环球佳酿的营销网络让更多人喝到优质的名酒,也希望通过这些名酒给环球佳酿的会员带去物超所值的享受。

自去年 4 月以来,环球佳酿先后重组了泸州国粹酒业、临邛酒业,并兴建了贵州茅台镇一九一五酒业有限公司和贵州省仁怀市茅台镇衡昌烧坊葡萄酒有限公司等。这些

举动使得环球佳酿品牌量急剧增长。

作为一家新兴的酒庄,环球佳酿格外重视品质和品牌的力量,并希望借助自身多年来积累的品牌管理经验和专业的管理团队,将众多优秀的小酒企整合起来,实现在环球佳酿的大平台上,打造出众多的不同酒类的“小而美”品牌。

会展旅游集团、环球佳酿董事长邓鸿把环球佳酿定位为自己的第二次创业,但站在了完全不同的层次和平台上。他表示,环球佳酿想要做的就是众多小而美的企业里孵化出大单品,而大单品的特点主要表现为两点,一是中高端产品,二是单品的销售额要突破 20 亿,这就需要各个渠道的合作伙伴共同开拓市场。环球佳酿不仅要盘活众多的中小企业,同时也会拥有自己的生产车间,做好品控和品牌推广,是环球佳酿最基本的要求,最终通过整合资源,将环球佳酿打造成为“中国式帝亚吉欧”,为中国遍寻世界各色美酒产品和品牌,其终极目标也正是想“为世界酿一杯美酒、让世界同饮共享”。

从环球佳酿目前所拥有的品牌来看,作为小而美的酒类品牌的孵化平台,环球佳酿为质优、价实、高性价比的产品提供了产业孵化。可以预见,未来环球佳酿还将逐步增加品牌孵化数量,极有可能成为一个酒类航母舰队。(企宣)

实现线上线下融合
找链酒科技

链酒
股票代码:830713.OC

区域代理商招募中
联系人:邢先生
联系电话:13241123699
企业电话:400-6368-919
邮箱:nayaleng@lanjuitech.com
北京市中关村科技园科创六街 1 号

佳池股份
GARTCHEE
中国白酒文化推动者

股份代码:880051
www.gartchee.com

免费 400 服务热线
400-090-8939

中国酒周刊
设立信息采集中心
邀请书

为了进一步拓展信息采集渠道,聚集、整合有效资源,形成报企联动的快速机制,本刊决定:在全国各地设立信息采集中心(站),业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。

凡有意愿担任“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士,请将个人简历和联系电话等信息,发至邮箱 3086645109@qq.com,具体商谈工作流程和相关待遇。

邀请热线:13980606808