



“佛系做人 狼性做事” 武汉老夏的葡萄酒哲学

和适应的能力,而且要行动!

老夏说,成立终端和酒商联盟体的目的很明确:一方面与上游达成共识,携手共建平台。比如华夏糖酒与成都郎牌特曲营销中心联合,将郎特引入到联盟体的产品架构中来,获得了企业的大力支持;另一方面实现地区间的联手合作,整合终端资源。华夏糖酒早在2015年就创建了鄂州核心终端联盟体,并且取得了很大发展。

老夏构建的大商联盟分为三级:第一级以城市为单元,以核心终端网点为单位,吸纳构建30-50家终端店;第二级以省为单元,以地县为单位,发展联合30家左右的核心大商,每家大商要建立30-50家的终端;第三级就是以全国为平台,实现大联盟。目前华夏糖酒已与四川、浙江、河北、甘肃等地的大商达成或者正在洽谈合作事宜。在他们的模式设计中,每家省级大商组建1000家终端,这样就能在全国形成8000家以上的核心终端全国布局,规模效益和渠道效益就会得到最大程度的放大!

“做葡萄酒要学会在自我否定中提升”,下一个千亿可能只要七八年

老夏的葡萄酒业务开展的很早,从2002年开始就运作国产酒,到2010年前后,开始做进口酒,并且正在尝试自有品牌的开发。对于葡萄酒业务开展,老夏认为,这是一个不断开拓,不断取得阶段性成果,然后再自

我否定并继续提升的过程。

葡萄酒在中国市场的兴起,源自于国产酒的市场推广,当时借用了很多白酒的操作手法,比如买店、买赠等,手法比较传统,但实现了葡萄酒市场的初步觉醒。但很快,到2005年前后,这些套路就不再有效,酒商必须自我否定,看看别人和行业在怎么做。于是,进口酒浪潮袭来,引入进口酒,就成了葡萄酒运作过程中的一种战略选择。到2012年,进口酒由于渠道压货导致上下游无法顺畅对接,发展放缓。对于酒商来说,需要再一波自我否定,用两三年的时候消化库存,也就是完成“瘦身”的过程。而现在,进口酒门户大开,新西兰、智利、澳大利亚(2019年1月1日)的进口葡萄酒零关税,酒商必须在这波潮流中为自己的发展打上专属印记,这也是下一步华夏糖酒重点考虑的问题!

对于葡萄酒的未来,老夏认为这根本没有什么争议,随着主要消费人群的更迭和消费习惯的养成,以及人们日益觉醒的健康意识,葡萄酒的前途非常光明。老夏说,现在我国葡萄酒市场的规模大概800亿,可能不留神,今年或明年就会突破千亿!而一旦突破千亿后,产业基础和消费圈层也就颇具规模了,葡萄酒产业可能会迎来高速发展。我们用了20多年做到千亿,可能我们只用七八年就会做到两千亿了,这符合全新产业发展的特点。(据葡萄酒研究)



王克亮

“武汉老夏”是酒圈里的老人了!从糖酒公司上班到第一批下海单干,从最初做糖到成立华夏糖酒副食品有限公司,匆匆间,已过20多年!现在都在提“佛系”,老夏认为,“佛系做人,狼性做事”,才是公司发展的关键!

“佛系做人”,就是与人为善;“狼性做事”,就是奋勇争先!

老夏叫夏敬荒。夏者,姓也,隐有华夏之意;敬者,敬畏;荒者,用一个比较潮的词解释,那就是“四海八荒”!这是老夏的名,也是他的命!所以,一提到武汉老夏,人人都竖大拇指,朋友遍及四海八荒!

老夏为人很谦和,丝毫不露出棱角,让人如沐春风!这特别应了当下流行的一个词——“佛系”。对此,老夏认为,商业的目的是通过合作实现共赢,因此与人为善符合中华民族的传统美德。但是在做事上,要有自己的准则,要有奋勇争先的精神,也就是狼性!

老夏说,经销商核心资源就是团队!狼性团队的形成,不光是看狼劲,敬业精神和

协作精神同样是一种体现。相比起企业,经销商的团队流动性是很大的,用好一个人,可能就能够拿下一类渠道或终端,因此,酒类经销商必须对团队建设高度重视。华夏糖酒在公司内部设立了“华夏大讲堂”,会不定期的对团队进行培训。老夏将“华夏大讲堂”看得很重,因为这里是华夏糖酒的策源地,是团队理念和做事方法的出发点,也会给整个团队带来更大的提升,而这些,是无形更无价的!

“传统酒商的出路,不是看现有资源,而是看思路!”

从2015年开始,华夏糖酒就已经开始寻求如何实现自身突破,达到从湖北酒水市场突围的目的。对此,老夏制定的策略是“合纵连横、抱团发展”,成立酒商和终端的联盟体!

现在很多人都在提新零售,认为传统酒商的生存空间会越来越小,甚至可能会被淘汰。对此,老夏认为,判定是不是传统酒商,并非是他现有的渠道和网络,因为这些是可以改变的,可能会因为产品而变,也可能是因为模式而变。真正的衡量标准,是看思路,是否具有在不断转变的市场环境中学习

第十三届上海国际葡萄酒品评赛完美收官

李玉友

日前,由上海浦东贸促会和上海外高桥国际酒类交易中心联合主办的第十三届上海国际葡萄酒品评赛(简称:SIWC)在圆满完成各项议程之后在浦东落下帷幕。

本届赛事历时一周,共有超1000款的葡萄酒报名参加评选,分别来自19个国家,参赛企业数比去年增长33%。

经过国际评委和国内专家组成的评审组的严格品评,共评定了金奖47个,银奖157个,铜奖500个,以及11个最佳品种奖。

本届品评赛积极配合国家“一带一路”倡议,通过巡演、品鉴、大师班等多种形式,为众多一带一路沿线国家和地区酒商搭建专业、便捷、高效的公共贸易服务平台,为酒类产品提供进入国内市场提供绿色通道,为酒类商品提供各项专业服务;同时通过建立健全市场诚信体制和可追溯体系,不断为消费者提供更多、更好、更优质、更放心的葡萄酒。

创办于2006年的上海国际葡萄酒品评赛至今已举办了第十三届,在国内外具有广泛影响力。通过多年运作,上海国际葡萄酒品评赛在专业性、影响力、公信力等方面已



具备了相当的国际知名度和市场美誉度,并逐步升级为符合国际标准,有国际影响力和全球知名度的葡萄酒赛事。

此外,创办于1984年的国际著名葡萄酒赛事——国际葡萄酒挑战赛(简称IWC)正式牵手2018SIWC,大赛期间双方举行了签约仪式,展开全方位的合作。

双方约定,自2019年开始,IWC这一知名国际赛事将被引入上海,彼此将联合在中国举办“中国国际葡萄酒挑战赛”(简称I-WCC)。双方将各自利用自身优势,做大做强葡萄酒赛事平台,加强中西文化交流,推动更多优质商品进入消费市场,融入更多中国元素于国际市场。



据了解,为扩大品评赛影响,进一步提高行业知名度和市场知晓度,SIWC在活动期间持续宣传获奖产品,包括品鉴会等一系列路演活动。6月9-10日,SIWC葡萄酒文化节在浦东世博源中心举行,与“星动力”平台联手合作,共同邀请品评赛评委和其他专家,利用世博源“星动力”的场地及其资源,推广SIWC获奖酒,让广大老百姓了解世界葡萄酒的文化,也让老百姓知道如何挑选有品质保证的葡萄酒,让市场去伪存真,让经销商能获得优质产品的渠道,也让社会建立更好的诚信机制,优化营商环境。同时,SIWC-世博源推广活动也将世界葡萄酒文化带入世博源区,成为世博区一道亮丽的风景线。

今年的SIWC整个路演活动安排非常丰富,包括:2018上海国际葡萄酒品评赛(SIWC)获奖品鉴会、中国葡萄酒盲品达人赛(BTTC)、中国葡萄酒盲品欢乐赛、意大利葡萄酒文化交流、西班牙里奥哈葡萄酒大师班、南法葡萄酒大师班以及澳大利亚葡萄酒大师班等系列活动。

从SIWC到IWCC,历经十三年的磨炼,上海国际葡萄酒品评赛砥砺前行,再次腾飞。特别在首届中国国际进口博览会将于今年11月在上海举办的大背景下,这成为上海的酒类赛事主动开放,提升能级,走向世界的重要契机。

中粮长城“新国酒风”葡萄酒郑州上市

岳晓声

日前,以“长城大漠,旷世难求”为主题的中粮宁夏长城“新国酒风”产品上市发布会在郑州市中油花园酒店华丽举行,河南省酒业协会副会长兼秘书长蒋辉,中粮名庄荟优商管理中心总经理封德贵,郑州云飞酒业有限公司总经理王环等到会祝贺并分别讲话。

河南省酒业协会副会长兼秘书长蒋辉说,“长城”牌葡萄酒自1978年问世以来,曾获全国出口“名特优”产品、旅游优质产品、营养保健食品评比金奖,于1979年、1984年、1989年连续三年荣获国家金质奖,被评为国家名酒。这期间,河南为长城牌葡萄酒品牌提升曾做出过重大贡献,这也是河南省葡萄酒行业值得骄傲的地方。因为有了这个原因,才让每位河南人对长城葡萄酒倍感亲切,对长城葡萄酒有着深厚的感情,如今,中粮宁夏长城“新国酒风”葡萄酒首站选择在河南郑州上市,具有特别重要的意义。

蒋辉秘书长强调,今年是中国酒业进入新时代的元年,无论是白酒、还是葡萄酒,满足消费者日益增长的高品质的酒类消费需求就是酒类行业共同的使命和责任,面对新时代、新消费、新形势,希望长城宁夏葡萄酒、郑州云飞酒业能够强强合作、互惠共赢,把高品质的长城葡萄酒奉献给广大消费者,希望河南的每位经销商、每位消费者多多关

注新国风葡萄酒在河南的发展,让长城葡萄酒品牌在河南进一步发扬光大。

封德贵在讲话中说,中粮宁夏长城葡萄酒主产区—宁夏贺兰山位于北纬40°世界葡萄酒黄金产区,该产区拥有八大优势:一是得天独厚的地理位置,二是广袤洁净的土地资源,三是天赋异禀的气候条件,四是理想的土壤结构,五是传承创新的生产

技术,六是积淀深厚的人才资源,七是思路瀚海的文化传承,八是当地政府的有力支持。

郑州云飞酒业总经理王环在讲话中表示,作为中粮宁夏长城葡萄酒的战略合作伙伴,郑州云飞酒业多年来一直经营水井坊白酒品牌,销量曾经在全国名列前茅,现在接手长城葡萄酒,有信心再创辉煌!

实现线上线下融合
找链酒科技

佳池股份 GARTCHEE
中国白酒文化推动者

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@lianjuitech.com
北京市中关村科技园科创东六街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

2018 珍酒封坛大典召开

日前,以“珍藏酱香 稀世封坛”为主题的2018 珍酒封坛大典在遵义珍酒厂举行。活动现场,2018 年珍酒推出的500坛千斤封坛(18.8万元/坛)、2000坛50斤青花瓷封坛(12000元/坛),合计金额1.18亿元的封坛酒被全部打款认购。

而且,据珍酒酒业公司总经理胡波透露,截止2018年5月珍酒整体销售额同比增长113%,其中核心产品珍十五销量同比增长346%。

怡园酒业拟 6月27日于香港创业板上市

日前,怡园酒业举行新闻发布会,宣布在本港创业板上市计划。据悉,怡园酒业方面拟发售2亿股股份,其中90%为配售,10%为公开发售。招股价在0.3元至0.4元,募资约6000万元至8000万元,每手1万股,入场费约4040.31元。股份将于6月12日-15日招股,预期于6月27日。

据悉,公司拟将集资所得约45.3%用于兴建宁夏酿酒厂二期;20.5%用于购置宁夏酿酒厂二期的工厂及设备;20.2%用于宁夏酿酒厂一期的初步生产成本;9.1%用于营销及推广开支;4.9%用于一般营运资金。范智超在记者会上表示,宁夏酒庄二期期望于2020年年底落成,产量可达每年260吨。

(综合)