

国酒之窗

现场签约给力打款 1590 万元 经销商:不能再错过进入茅台葡萄酒的绝佳商机

■ 本报记者 樊璞 张建忠

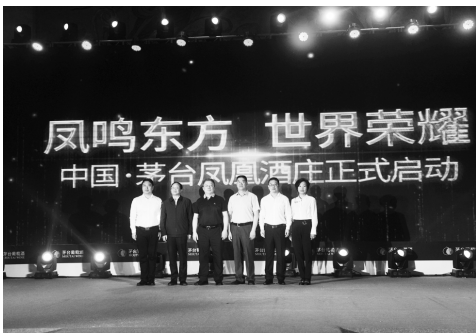
9月29日,“共聚美酒河畔,论道茅台葡萄酒发展”2018中国葡萄酒高峰论坛暨茅台葡萄酒发展峰会在茅台召开。

自7月14日,茅台葡萄酒在茅台召开战略研讨会开始,历经华北、华南,到当天的茅台葡萄酒发展峰会,茅台葡萄酒的战略探索画上了一个完美的句号。

活动现场,李保芳携集团在家领导集体站台;得到了秦皇岛市委书记孟祥伟一行专程参加这次峰会的鼎力支持;行业资深专家深入分析葡萄酒市场的现状、发展趋势及茅台葡萄酒的强势崛起机遇;茅台集团领导与葡萄酒公司领导共同启动茅台葡萄酒凤凰酒庄;经销商们现场踊跃签约,给力打款1590万元。



●茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳亲自主持签约仪式



●茅台集团领导与葡萄酒公司领导共同启动茅台葡萄酒凤凰酒庄



●茅台集团葡萄酒公司营销服务人员



●活动现场8款新品发布

大力支持

李保芳携茅台集团领导集体站台

这是茅台葡萄酒发展历史上意义非凡的一场会议。茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳亲自来到峰会现场并发表重要讲话。

更值得注意的是,除李保芳外,茅台集团在家领导集体到场为茅台葡萄酒站台。包括茅台集团党委副书记王焱,茅台集团党委委员、副总经理张德芹,茅台集团党委委员、纪委书记卓德才,茅台集团副总经理、茅台葡萄酒公司董事长李明灿,茅台葡萄酒公司副总经理、茅台酒销售公司董事长王崇琳,以及茅台集团总经理助理游亚林、汪智明等集团、股份在家领导悉数出席。

“茅台集团在家领导班子今天都来了,来为茅台葡萄酒公司站台。”李保芳在脱稿发言时说道,“之所以来到葡萄酒公司的活动现场,是因为茅台葡萄酒公司处在走出困难的上升期,茅台集团要给葡萄酒公司加油鼓劲。”

众所周知,茅台集团葡萄酒公司是茅台改制为集团公司后在省外投资最早的子公司,2002年便落户秦皇岛市昌黎县。茅台葡萄酒公司举办的这场峰会除了得到茅台集团领导的重视之外,还得到了秦皇岛市委书记孟祥伟,秦皇岛市委常委、秘书长李国勇,秦皇岛市昌黎县委书记刘学彬等市政领导的鼎力支持,他们不远千里从渤海湾奔赴地处西南的茅台镇,专程参加这场峰会。

茅台集团对于茅台葡萄酒公司的支持并非只是领导班子集体站台。李保芳表示,茅台集团将以更大的力度,支持和推动茅台葡萄酒实现良性发展。

一是从集团管控着手,强化指导支持,发挥茅台在品牌、市场、技术和人力等方面全方位帮助葡萄酒公司抓好生产经营、拓宽市场渠道;

二是安排足够资金,抓好项目建设。据李保芳透露,“茅台凤凰酒庄”作为茅台葡萄酒的底气,茅台将在资金安排上给予最大限度的支持。

同时,在发言时,李保芳也对茅台葡萄酒公司提出了要求:

- 一要抓品质、树品牌,努力打造与茅台品牌相称的“茅台葡萄酒”;
二要做特色、做精品,形成产区优势和茅台品牌的叠加效应;
三要促增长,增效益,着力转型升级、提质增效,争取更好的业绩,为昌黎县和秦皇岛市的经济发展作出贡献。

完美答卷

茅台葡萄酒向高能品牌迈进

值得注意的是,这是茅台葡萄酒公司在74天内举办的第四场论坛峰会:

7月18日,茅台葡萄酒战略研讨会在茅台吹响复兴的号角;

8月2日,茅台葡萄酒战略推进座谈会在石家庄召开;

8月23日,茅台葡萄酒战略实施大会在广州成功举办;

9月29日,茅台葡萄酒发展峰会回到茅台镇。

短短的74天,茅台葡萄酒公司却走出了一条长长的路。四场论坛峰会彻底理清了茅台葡萄酒的战略,“我是谁?我要做什么?我要怎么做?”在经历74天后,茅台葡萄酒找到了这些问题的答案。

早在今年3月下旬,李保芳调研茅台葡萄酒公司时表示,2018年茅台葡萄酒公司要确保实现盈亏平衡;酒庄要复工,年底完成建设;要进一步开拓市场,树立品牌,塑造品牌。

如今半年时间过去,2018年也进入了最后一季度的冲刺期,茅台葡萄酒公司交出了完美的答卷。据了解,今年上半年,茅台葡萄酒公司实现销售收入6352万,实现利润234万,同比减亏521万。李保芳在峰会上提到葡萄酒公司今年盈利时表示,这是一个不小的成绩。

此外,据茅台葡萄酒方面介绍,截至今年9月1日,茅台明星单品老树藤干红葡萄酒实现单品营收871万,同期增长67.45%,达成战略合作客户签约3家,样板市场合作客户签约5家,意向合作客户达155家。

“茅台葡萄酒迎来发展的最好时机。”茅台集团葡萄酒公司董事长司徒军这样说道。

他表示,茅台葡萄酒公司发展的内在动力源于茅台的千亿时代,并且已经确定了新增量市场;茅台集团有需要、有时间、有空间、有能力也有精力对葡萄酒公司给予更多、更大、更高级别的支持。

北京正一堂战略咨询机构董事长杨光表示,茅台的行业引领性是茅台的最大特色,茅台作为全球烈酒的引领者,中国葡萄酒的行业引领也必然属于茅台。他认为,在机遇面前,茅台葡萄酒要占领高能品牌、品质优势和渠道份额,在定位上要定位消费者、市场、产品和营销,茅台葡萄酒要力争成为茅台下一个新风口。

目标 20 亿

茅台葡萄酒开启创富进行时

在本次发展峰会上,茅台集团葡萄酒公司董事长司徒军进一步解读了《茅台葡萄酒发展战略规划》。司徒军表示,按照“做好,做精,做特,做透”八字方针,茅台葡萄酒公司制定的发展战略包括 1.0/2.0/3.0 阶段。

即在战略 1.0 阶段,茅台葡萄酒公司将按照“进入主流—做出特色—高端崛起”的步伐,用 5 年左右的时间,把茅台葡萄酒公司打造成为规模达到 20 亿元的葡萄酒巨头。具体来说,在 2-3 年内,通过精品化塑造,进入主流,通过主流价位,主流经销商,主流规模地位与主流消费者对话,实现 5—10 亿的销售规模。

在战略 2.0 阶段,茅台葡萄酒公司将建立新特色,探索新规则、创新新对话,创立新标签,力争用 3—5 年的时间,实现 10—20 亿元的销售规模;

而到了战略 3.0 阶段,茅台葡萄酒公司在行业中将形成新的对位,在 5 年后,实现 20 亿以上的体量,在行业中实现引领地位。

据司徒军介绍,今年以来,茅台葡萄酒公司按照“提品质,调结构,强基础”的九字方针部署,开展工作。在强基础方面,茅台葡萄酒进行全国化谋势,序列化布局,在营销上进行分级化管理,双轨制运作。

茅台集团葡萄酒公司总经理冯铨介绍了茅台葡萄酒的阶段性成果,具体体现在全面启动茅台凤凰酒庄建设;打造茅台老树藤干红葡萄酒核心大单品;开展茅台葡萄酒战略

论坛,积蓄高势能;辅助行业建立国产葡萄酒文化体系。

冯铨表示,茅台葡萄酒以优质的品质,强势的品牌,在国际市场凸显了中国葡萄酒的影响力,这也是茅台葡萄酒的使命。未来,茅台葡萄酒将建立国外与国内多元互动体系,打造拥有国际范的民族葡萄酒品牌。

在营销方面,冯铨表示,以在行业内积蓄茅台高势能为目标,提品质、塑品牌、促销售、强管理是茅台葡萄酒营销的四大纲要。在“532”营销工程方面,即打造 5000 万级省级市场两个;新增 300 名客户基础网络;打造两个千万级大单品。

分享商机

茅台葡萄酒将不仅仅是茅台人的财富

“茅台葡萄酒,一颗即将耀眼的明珠!我认准的是茅台精神,我认准的是茅台人做事!”来自青岛的经销商马总在签约现场感慨的说,“葡萄酒夜光杯,欲饮琵琶马上催,中国的葡萄酒历史悠久,茅台人的智慧将让中国的葡萄酒重铸辉煌。”

马总表示,当今中国葡萄酒市场很大,但乱象也很大,可我毫不迟疑加入茅台葡萄酒行列,因为茅台葡萄酒在这个大潮中出污泥而不染,经过 16 年的拼搏发展,今天的她正蓄势待发。我的信心很大,我会与茅台葡萄酒,与这支茅台人的团队一起努力,共同打拼,让这个茅台的公主显现出她应有的魅力;我的预测,不久的将来茅台葡萄酒会成为行业的领军企业。茅台葡萄酒公司的领导给了我莫大的荣誉,这更坚定了我的信心,我坚信我的选择是非常正确的,我会与茅台人荣辱与共,茅台葡萄酒将不仅仅是茅台人的财富!

现场签约打款 100 多万的一位来自安徽合肥的经销商,当被主持人问到为什么要加入茅台葡萄酒行列时,他兴奋地说:在茅台镇的美酒河畔,参观茅台中国酒文化城,我深刻感受到了中国酒都仁怀茅台历史悠久的酒文化魅力,有强大的茅台集团做背书,茅台葡萄酒正在蓄势待发,美好前景可期。十几年前错过了茅台,两年前错过了茅台酱香系列酒,今天我更要即刻出发,不能再错过茅台葡萄酒进入的绝佳商机。

而今,由茅台葡萄酒人的卓越工艺打造的大单品葡萄酒老树藤已经深受消费者喜爱。

“老树藤选用 31 种基酒,来自不同国家、不同地域、不同年份、不同品质、不同工艺,在继承发扬优秀茅台酒勾调工艺的基础上,才调制出了老树藤和谐统一的风格。我以茅台为荣!”茅台葡萄酒公司副总经理、总工程师、首席质量官范雪梅自豪的如是介绍。

记者观察到,茅台葡萄酒公司落户的河北昌黎是出产第一瓶中国干红葡萄酒的地方,曹操的“东临碣石,以观沧海。”为秦皇岛这座美丽的海滨城市、国家历史文化名城增添了令人赞叹的英雄豪气,为后人留下了难能可贵的踌躇满志、意气昂扬的精神财富;茅台 20 年的快速崛起也是有目共睹,在引领整个行业走出低谷创造辉煌的同时,铸就了中国商业文明史上一座新的丰碑。当下,茅台葡萄酒正站在巨人的肩上,以茅台人的卓越智慧,以勇于开拓进取的胆识,站在全球视野的高度和宽度整合全球葡萄酒优质资源,在秦皇岛这座英雄的城市正在蓄势待发,奔向美好的前程。

全国首家复合式创新型 双汇冷鲜肉旗舰店在郑州开业

■ 本报记者 李代广

10月14日上午,全国首家复合式创新型双汇冷鲜肉旗舰店,在河南省郑州市薛夏北街龙子湖农贸市场开业。

据双汇相关负责人介绍,虽然目前在全国已经开设有 35000 多家双汇冷鲜肉店,但这家新开业的旗舰店却有着非比寻常的意义,因为这是全国首家复合式创新型双汇冷鲜肉旗舰店。

“以往的双汇冷鲜肉店,就只是卖冷鲜肉,销售产品比较单一。”该负责人对记者说,这个旗舰店作为全国首家复合式门店,“创新”二字正是核心要素,只要是双汇的产品店内都有销售,包括冷鲜肉、卤制品、调料等各种产品,进一步满足了消费者厨房一站式食材的选购。

“简单来说就是‘五大创新’,第一就是对品牌进行了升级,我们专门请人设计、升级了全新的双汇冷鲜肉 LOGO,启用了符号语言,易记易传播,拉近了与消费者的距离。”该负责人指着这家双汇冷鲜肉旗舰店门头的一个小猪标志告诉记者,这个全新的 LOGO 将成为未来双汇冷鲜肉店的显著标志之一。

除此以外,第二点创新就是转变了以往双汇冷鲜肉店整体风格,采用专业定制展示柜和门店 loft 工业风格,简约而时尚,展现双汇冷鲜肉终端门店全新风格。

第三点创新,则是对功能进行了升级,可以实现一站式购物,能够充分考虑消费者厨房需求,科学规划售卖产品,满足消费者生活食材一站式采购。

“另外,这家旗舰店最大的亮点,是对模式进行了升级,实现了线上下单,线下配送的销售模式。”双汇相关负责人对记者说,第四点创新就是这家旗舰店采用双汇系列产品厂家直配,智电系统全程管控,完善厂商信息平台,强化终端跟踪、服务,提升门店经营能力。第五点创新就是同时开通了线上、线下全面销售,实现为消费者送货上门的服务,打造值得信赖的一公里生活圈。

谈及这种复合式双汇冷鲜肉店的发展前景,该负责人充满了信心,这是我们经过 4 年筹备后才正式开业的,店内以冷鲜肉销售为主,还会引进蛋、奶、粮等各生产基地的产品。

“这种复合式冷鲜肉店,年底前我们计划在郑州开设 15 家,2019 年上半年计划在全国开设 1000 家。”该负责人说,自双汇引进第一条冷鲜肉生产线后,双汇冷鲜肉已走进了千家万户,随着消费升级浪潮的到来,双汇又一次走在时代的前列,2018 年对冷鲜肉终端门店形象的再次升级,不仅是一次新的起点,更是一次新的跨越。



便民服务 QQ:3329295109 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066 地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

包含多个公司注销公告,如成都盛世名都房地产经纪有限公司、成都双庆路店、成都爱茉莉太平洋贸易有限公司等。