

至宝酒业打响健康酒升级第一枪

刘昭君

近日,至宝酒业在山东济南召开“健康小酒新升级,创领财富新机遇”为主题的至宝健康酒财富沙龙。

中亚医药保健酒有限公司副总经理、至宝酒业销售有限公司总经理林朴,正一堂战略咨询机构董事长杨光,至宝小酒设计师及至宝三鞭丸制作技艺第五代传承人王官连,至宝酒业销售有限公司全国市场营销总监高绪强,至宝酒业销售有限公司山东省公司总经理李腾,以及山东至宝G50经销商代表参与此次会议。

阳春三月,春暖花开,至宝财富沙龙现场高朋满座,气氛热烈。

首先发表演讲的是正一堂战略咨询机构董事长杨光先生。

杨董事长在《头部时代,中国健康酒的战略选择》中讲到,正一堂对2018年中国酒业最大研判是,中国酒业将进入头部竞争时代。“头部竞争”是产业高成熟度的表现,也充分说明了酒类行业竞争成熟度到达新高度。这就对参与头部竞争的企业提出了新的要求,首要能力就是要站在未来看现在,要对行业发展有超前的判断。对企业的判断力、思考力、执行力有了更高的要求。从行业的发展历程来看,2015年后率先崛起的企业,均是在对未来做出战略预判,并在当下能够快速决断、承接未来趋势的企业,如茅台酱香酒、泸州老窖、郎酒等。

2017年,劲牌公司实现营业收入104.9亿元,劲酒正式进入“百亿时代”。劲酒规模过百亿,说明了健康酒同样拥有巨大潜力。在未来,健康酒将出现不止一个新百亿头部企业。

针对中国健康酒的战略选择,杨董事长分享了四个观点:

无聚饮,不头部。酒最主要的功能就是社交,中国白酒市场规模很大一部分来自于“商务接待”。酒就是为社交而生。劲酒能如此成功就是从社交开始,劲酒首先是小酒,然后才是健康酒。

中国经济企稳向前,健康酒规模水涨船高。到了2020年,我国中产阶层有望达到4亿人,消费市场升级,消费者的健康消费、品质消费需求将持续凸显,酒饮市场也将进行持续化的品类转化。健康酒整体扩容,将催生新百亿头部企业。

大玩家涌入,众人拾柴火焰高。近些年,具有营销决定性力量的“大资本、大企业、大商”介入健康酒成为现象,产生了一批像茅台保健酒公司、五粮液保健酒公司、泸州老窖养生酒的企业。目前健康酒行业竞争大于竞争。大玩家的涌入激发了行业活力,共同做大了健康酒品类。

专业价格带机会。健康酒需要“接地气”,要围绕白酒的主流价格带进行市场价格切割。至宝健康酒采取一高一低战略:至宝小酒定位于高线光瓶小酒,对标江小白、小郎酒;至宝·国秘定位高端健康酒,对标梦6、剑南春珍藏版、习酒窖藏1988等次高端白酒品牌。

杨董事长十分看好至宝品牌的发展,“集团重点支持、独立经营”是至宝快速发展的保障;三鞭丸好品类是至宝品牌成功的关键。至



宝小酒突出“料好”卖点,国秘聚焦“国秘”价值,用高度稀缺对抗名酒品牌,用卖点击中了痛点。杨总预测,至宝小酒将成为2019年健康酒热度最高、成长最快的产品,至宝·国秘将成为中国最具稀缺价值的高端健康酒。

会上,中亚医药保健酒有限公司副总经理、至宝酒业销售有限公司总经理林朴做了《2019年至宝酒业营销战略规划》的主题演讲。

林总首先讲到,烟台中亚医药保健酒公司是张裕集团控股公司,至宝酒业销售有限公司是中亚的全资子公司。在集团的新战略中,要把“至宝”品牌作为集团主推的战略品牌,承担引领健康酒板块升级大发展的领头羊,至宝小酒则定位“健康小酒升级引领者”,承担打造中国健康小酒升级第一瓶的重任。针对2019年至宝酒业,林总主要提出以下六点:

行业升级,义不容辞。

喜新厌旧是人性。20年前,劲酒把零售价定在10块钱的时候,引领了保健酒的消费升级。今天我们把125ml至宝小酒的零售价定到20块钱,我们推出至宝·国秘高端健康酒,这是我们引领行业升级的历史责任。作为一家拥有88年历史的老企业,我们又义不容辞。

匠人精神,品质追求。

为做出一瓶有料的酒,为确保药材正宗,药量精当,一代一代的技术传人,在坚守传统和科学创新之间,酿造出果香、酒香、药香三

香合一的经典之作。端一杯酒,细细品尝,令人赞叹,看着消费者满意的评价,就是对我们最好的奖赏。

战略布局,区域联动。

至宝健康酒的战略布局——构建“1+5沿海城市群”:做大山东根据地市场;发展江苏/福建/广东/湖南4个沿海重点市场,在东南沿海大板块形成区域联动;1个机会性市场——河南。

终端为王,次第有序。

终端为王是一句老话,但绝对没有过时,消费领袖也是另一种意义上的终端。开发一个市场,如果没有一支队伍,真正的走进终端,去做那些细致的活,这个市场就做不好。劲酒、洋河、牛栏山,这些最近二十年短期内崛起的品牌,无一不是这样。先做餐饮,再做商超,先做重点终端,做透再辐射。

财富联盟,合作共赢。

至宝酒业将组建“G50俱乐部”财富联盟:采用地级招商模式,即一个地级市只签约一家经销商,只吸纳有强劲渠道掌控能力,在当地销售排名前五的经销商,2年内全国只签约50家经销商(50个名额满后不再增加名额)。

另外至宝针对G50成员提供六项特权服务:1、品鉴赠酒支撑;2、消费者拉动方案支持;3、重大节日促销活动支持;4、品牌形象广告支持及终端氛围营造支持;5、市场建设激励支持;6、定期召开财富研讨会,创新管控模



式,现场解决市场问题。

2019年山东省除了烟台、威海、青岛之外,总共只招募15家经销商,我们就要开发一家,成功一家,宁缺毋滥。

粉丝先行,粉丝营销。

首先,实行至宝5万粉丝计划:选择全国50个重点城市,通过熟人圈小品会的方式请5万人喝酒。第二是:建立至宝的粉丝组织“至宝部落”;通过成立“至宝部落”将松散型粉丝组织起来;粉丝团内部定期举办线下活动,增加粉丝粘性;建立粉丝档案,给予粉丝生日礼品等增进情感的活动。

此外,至宝酒业销售有限公司全国市场营销总监高绪强还讲到:要发挥国秘的稀缺价值,充分展示国秘的神秘性,发展至宝·国秘的意见领袖,下一步要成立“宝秘会”——创建至宝·国秘的高端粉丝社群。至宝小酒设计师及至宝三鞭丸制作技艺第五代传承人王官连对“至宝三鞭丸来历、至宝小酒‘慢功夫’的诞生过程、“一品三香”的独特口感”等全方位阐述了至宝酒的特点。正一堂战略咨询机构品牌总监鲁涛提出:健康白酒的升级掘金者应该具备“大玩家、高价值、精品范儿”三大特点,同时提出了高端小酒品牌运作的三大思维:阈值思维、全媒体思维、粉丝思维。至宝酒业销售有限公司山东省公司总经理李腾针对至宝新品和老品在山东市场的核心目标、营销策略、重点打法、管理措施进行了详细介绍。

白山方大召开消费维权座谈会



金峰

3月11日,吉林省白山方大集团在吉林省白山市举办主题为“砥砺前行30年、坚守诚信30年”各界代表座谈会活动。

白山市委宣传部分副部长、白山市文明办主任张方国,白山市工商联副主席张立新,长白山日报社副总编刘勇,白山市互联网信息中心主任黄庆国,白山市广播电视台副总编朱然,白山市商务局副局长孙立明,四川宜宾五粮液股份有限公司黑吉蒙东营销战区总经理刘海,贵州茅台酒股份有限公司吉林省吉南区经理陈洪亮,白山市消费者协会秘书长姜国喜,白山方大党委书记、董事长、吉林省酒文化博物馆馆长宁凤莲,国内名酒、名牌家电厂家代表、大客户、消费者代表、媒体记者等50余人参加了座谈会。

“30年来,白山方大始终坚持党的领导不动摇,把‘守法诚信、以德经商’作为企业发展的生命线,坚持对全体干部员工一以贯之地进行以诚信为主题的职业道德教育,筑牢诚实守信的思想防线,持续深化‘党员先锋岗’、‘党员示范岗’、‘雷锋岗’建设,筑牢诚实守信的政治防线,以诚信文明的服务赢得了市场和消费者的信任”张方国在座谈会上说,白山方大是我们白山人的骄傲,是我们白山市民营企业的一面旗帜。

白山方大是吉林省乃至全国酒类流通领域较具规模的民营企业。2010年,白山方大荣获全国酒类流通领域首枚“中国驰名商标”。2011年在吉林省消协设立“诚信企业先行赔付保证金”;2012年与人保财险吉林省分公司签约为所经销的国名酒进行质量保证保险;2018年,吉林省首家“国酒茅台产品鉴定服务站”落户白山方大旗下的吉林省酒文化博物馆,同年9月,全国首家“五粮液产品鉴定服务站”落户吉林省酒文化博物馆。截止2019年,其创下了“经销国名酒30年无一假货,诚信重承诺30年无一投诉”的业绩。

“白山方大的诚信营商基于两个层面,一是上游的生产厂家,二是直面消费者。他们始终坚持厂家直接进货,做到流通渠道严谨、销售环节严密,并向社会公开承诺‘先行赔付、假一赔十’,筑牢诚实守信的制度防线”刘海表示。

据介绍,在2019年国际消费者权益日到来之际,恰逢白山方大砥砺前行30年、坚守诚信30年,为巩固企业诚信营商取得的成绩,并引领、带动全社会诚信体系的不断完善,白山方大组织召开这次消费维权座谈会。

座谈会上,消费者代表马大姐糖果商店的王颜玉坦言,白山方大在我们白山市、长春市,乃至吉林省是消费者心中的免检品牌,“白山方大”四个字就代表着真酒、好酒,

“座谈会紧紧围绕如何更好地保护消费者权益、维护市场经济秩序,促进全社会诚信体系的建立和完善等话题进行发言,各界代表对白山方大30年坚守诚信、以德经商的做法和取得的成绩给予了充分肯定,这对白山方大既是鼓舞也是鞭策”宁凤莲说,我们就是想聆听各界代表对企业诚信建设工作方面的意见和建议,从而,更好地维护市场经济秩序、保护消费者的合法权益。白山方大将继续发扬诚实守信、以德经商的光荣传统,树牢诚信意识和文明服务意识,不断提升诚信建设的层次和水平,积极探索诚信建设的途径和方法,时刻站在消费者的立场上思考、处理问题,发挥模范带头作用,积极回报社会,不断满足人民群众日益增长的消费需求,为白山市绿色转型、全面振兴做出新的更大贡献,以实际行动迎接新中国成立70周年。

训工作;第四是发挥平台功能,实现同业链接;第五为中小企业进行资本导入;第六是跨界合作。

成都市酒业协会创新务实的工作态度,受到了成都区域内酒企热烈欢迎,生产企业代表水井坊酒业相关负责人表示:“现在,成都有了自己的酒业协会,相信在协会的引领下,我们可以有更多机会请进来,走出去。在国外,酒业协会的作用很大,我们的思路要与国际接轨,为产区发展谋出路。”

酒类流通企业成都同信源负责人表示,“成都是全国酒类流通的桥头堡,在商业模式上有很多创新企业,现在有了协会平台,我们可以协同发展,走出四川,走向全国。”

互联网电商企业民酒网负责人表示,“成都作为国家中心城市,在酒业电商方面都是全国超前的,完整的产业链给酒业电商的发展提供了良好的土壤,希望有更多的创新的企业加入进来,大家互相学习,让成都酒业桥头堡作用可以充分发挥出来。”

协会是联系企业与政府的重要桥梁,会员代表们希望成都市酒业协会能发挥这一功能,密切企业与政府、协会与社会的关系;协助政府促进酒类生产以及酒类商品市场流通,规范企业行为,保护消费者合法权益,保护合理竞争,促进区域经济协同发展。

成都市酒业协会第一届会员代表大会的胜利召开,开启了成都酒业协同发展的新征程,相信在政府产业政策的支持下,广大会员的参与下,成都市酒业协会将会担负起产区协同发展的历史重任,为成都产区的建设出谋划策,大家共同努力,将成都产区建设成集生产、流通、营销、金融、创意为一体的世界级烈酒产区,为川酒振兴、产区崛起的全新战略贡献力量!

成都市酒业协会成立 产区协同发展 助推川酒振兴

李蔚

日前,成都市酒业协会第一届一次会员代表大会在成都水井坊·董馆举行。来自成都市酒类行业上游、下游的产业链相关企业代表100多人参加了本次大会。此次盛会的召开标志着成都市酒类企业终于迎来了自己的行业协会,迈进产区协同发展的新时代!

本次大会按照国家对协会成立的相关法律法规,进行了严肃认真的汇报与选举。全体参会代表对酒业协会章程(草案)进行审议并进行了表决,协会会员代表一致通过了相关章程和决议。通过公开、公正、透明的审议选举,确立了成都市酒业协会的组织构架以及相关负责人名单。

四川是中国著名的白酒产区,盛产优质原酒,也是中国名酒集聚地。从地理分布来看,四川有四大核心产区:宜宾、泸州、德阳(绵竹)和成都产区。从产区发展来看,其他三个产区都有行业协会组织发挥的作用,唯独拥有重要资源的成都地区一直以来没有自己的酒业协会组织。在四川省提出要“川酒振兴”的新时期,在“区域协同发展”的全新战略指导下,成都需要行业协会组织参与到四川省“川酒振兴”发展计划的宏伟蓝图中。

随后,四川省委省政府又提出了“一千多支、五区协同”区域发展战略,为迷茫中的企业指明了发展方向。成都作为国家级中心城市,是酒类经济发展的主干区域,如何发挥中心城市的优势?如何与其他产区协同发展,共同助推川酒振兴?这些都成了成都酒类行业人士共同关心的问题。

2018年,四川省和成都市政府在《关于推进白酒产业供给侧结构性改革加快转型升级的指导意见》和《四川省白酒产业“十三五”



发展指南》中明确提出:大力实施川酒振兴“八大计划”,从品质、企业、市场等多方面进一步巩固川酒优势。“川酒振兴”已被纳入省政府“治蜀兴川”的要务之一。

在新时期,振兴川酒已经成为政府和企业的重点任务,作为国家级中心城市的成都,是历史名城,也是时尚之都,必将肩负起这一重要的历史使命。谁来搭建这个共同奋发拼搏的舞台?成立一个第三方服务性的行业组织非常有必要。

在新的竞争周期,为促进产业更好的发展,加强行业与政府之间的有效沟通,团结成都区域内的酒类相关企业,抱团取暖,共同发展,成都市酒业协会应运而生!

重担在肩,未来工作该怎么干?

作为国家中心城市,成都是四川乃至西南的政治经济文化中心,交通枢纽,具有得天独厚的资源优势 and 区位优势。在成都区域内拥有完整的酒类产业链,这里不仅拥有水井坊、全兴等声名显赫的酿酒企业,也是酿酒技

术人才汇聚中心,拥有多个国家级的酿酒大师,多所酒类科研、教育机构,以及产业链整合公司和全国一流的创意设计机构。在成都市政府相关部门的引领下,成都产区将发挥国家中心城市的作用,发挥主干作用,开拓进取,助推区域经济发展。

在第一届会员代表大会上,新当选成都市酒业协会会长王瑞,向主管单位领导和会员代表汇报了未来协会的工作规划。他说,“成都市酒业协会将在相关部门的指导下,以提升成都产区价值和全心全意服务成都产区为宗旨,将积极整合社会资源,开拓创新。为此,制定了成都产区的发展战略为:推进‘五个一’工程:重塑一个美酒产区,打造一瓶百亿好酒,成立一个产业金融体系,建设一座国际级酒城,打造一个千亿级新产区。”

从开展工作的方向来说,从以下六方面入手:第一是进行塑造产区,第二是对产区进行形象推广,第三是提升专业度,开展行业培

广告

独家协办

中国食品工业协会
酒类食品高新技术培训中心
四川省川技王
酒类研究设计院
四川省广元市
酒类技术研究所

电话 (0839)3600888
(0839)3602639