

完成全国化布局 江小白开启“升级系统、布局未来”战略



3月19日,在成都举办的一场主题为“味道进化论”的发布会上,江小白发布了其“ALL IN 利口化”方向下的全新产品系列,以及江小白公司“升级系统、布局未来”的战略。另外,江小白董事长陶石泉还对外透露,2018年江小白继续保持高速增长,并已经基本完成全国化布局。

虽然发布会的主题是“味道进化论”,但对江小白而言,进化的不仅仅是“味道”。

“味道”如何“进化”? ALL IN 利口化

40度、100毫升的“表达瓶”产品是江小白到今天为止成功的关键。简约时尚的包装设计+与每瓶产品上打动人心的文案,吸引了粉丝们的关注和尝试;而低度利口的酒体,则让年轻人群更容易接受、习惯。

“饮酒是为了享受愉悦”,江小白相关负责人表示,“与重口味白酒相比,轻口味、利口化的白酒应该更符合年轻消费群体的偏好。”江小白多年来的高速增长的业绩,也印证了利口化是白酒另一种可行的方向。

尝到甜头的江小白,决定将利口化进行到底。

“江小白将继续 ALL IN 利口化。”江小白相关负责人在发布会上语气坚定地宣称,“这就是我们的‘味道战略’”。

“ALL IN 利口化,才能‘对味年轻人’”,随后,该负责人发布了利口化方向下的三条“味道线”:纯饮 Pure 系列、淡饮 Light 系列和黑标 Smooth 系列。

“纯饮 Pure 系列为 40 度国际烈酒黄金度数,给人纯净的感受;淡饮 Light 系列在将白酒大胆地降到 25 度的同时,让酒体清淡顺滑、入口甘甜,并有淡淡的花果香;黑标

Smooth 系列则为喜欢潮酷等着文化的年轻群体而打造,只取手工精酿原酒中 10%的精华酒体,入口绵柔、喉感顺滑。”

除了酒体本身的利口化,江小白也在鼓励年轻人尝试更多样、更有趣的饮用方式,让饮酒过程本身也成为一种愉悦的体验。“单杯 SHOT”、“江小白 BOOM”、“江小白混饮 MIX”,这些不同的喝法,听名字都感觉很酷。其中最受欢迎的江小白混饮 MIX,是指将江小白与其他饮料混合,在降低酒精刺激的同时,让口感更丰富、更容易接受。

江小白甚至做了可移动的“江小白小酒馆”,为消费者打造新零售体验,尝遍各种酒饮的味道。据称,仅在 2018 年,这批“江小白小酒馆”走遍了全国近百个城市,近 25 万人次体验到江小白混饮 MIX。有的消费者平时不敢尝试白酒,通过在“江小白小酒馆”尝试江小白混饮 MIX 之后,都不禁惊叹:原来白酒还可以这么好喝!

从单一产品,到 ALL IN 利口化,这就是江小白所谓的“味道进化论”。

实现全国化布局 江小白已经“长大”

自诞生之日起,江小白就备受行业内外界的关注:年轻化、时尚化、利口化白酒这条路能不能走得通?一向低调的江小白从未对外公布具体销售情况,因此这个疑问也一直没有一个确定的答案。

“江小白 2018 年继续保持高速增长,并已经基本完成全国化布局。”这次发布会上,江小白董事长陶石泉说。

著名营销专家刘春雄对此评论说,江小白的全国化意义非凡:第一,江小白的品牌具有全国知名度,是一个真正的全国化品牌,在

这一方面,很多规模比江小白大得多的品牌也未必能做到;第二,江小白的消费群体以年轻人为主,这意味着江小白解决了白酒行业内大部分企业想做而没做成的事;第三,所有这一切都是在长期努力持续创新的扎实基础上取得的,实属不易。

从某些角度而言,“江小白已经长大了。”这位专家还认为,江小白未来还会“长得更大”。

然而,江小白能从零“长”到全国化,并不意味着他一定会“长得更大”。江小白能否更上一层楼,不是取决于过去的成功,而是取决于是否搭建了新的系统。

很显然,陶石泉对此有清晰的认识。虽然江小白现在站在全国化的规模上,但是要考虑规模以外的事情。

“2018 年江小白保持高速增长,初步拿到了全国化品牌的门票,站在这个台阶上,优先升级系统,优先布局未来。”

从一次创新到连续创新 系统如何进化升级?

自行车再快,也快不过汽车。所以并不是努力骑自行车,而是想办法去开汽车。

实际上,江小白很早就开始就已经在布局未来,打造“汽车”的系统。

品质是江小白长远发展的基石。江小白多年前就开始提前布局,保障产能。2018 年,随着江小白江记酒庄三期酿酒车间逐步投产,江小白将成为全国小曲酒领域酿造规模数一数二的酒企。

利口化是江小白的特色,而且技术难度高。多年前江小白就开始在“SLP”(Smooth、Light、Pure)方向上研究低度利口的白酒,才有了今天发布的淡饮 25 度产品。

江小白还在产业上游建立了高粱产业园,

该产业园拥有 5000 亩示范种植基地,未来有望辐射带动 10 万亩高粱种植。在下游,江小白则计划新增扩建 1300 亩酒业产业园,为酿酒生产与销售提供包材、物流等配套服务,打造全产业链生产,为“品质优先”保驾护航。

渠道: 从全国化到生态化

2018 年,江小白产品和渠道覆盖全国 70%以上的城市,已经初步完成了全国化布局。

下一步,江小白将“全面升级渠道生态,向渠道赋能”。陶石泉提出未来渠道系统的升级方向,也就是所谓的“B 端战略”:
“未来江小白的渠道中心,将更多扮演咨询公司和商学院的角色,向经销商开放,助力那些价值观使命感与自己相近的客户成长”。

品牌: 全面以用户为中心

“全面以用户为中心,真正从用户中来,符合用户的口味,做用户喜爱的品牌。”这是陶石泉所提出的“C 端战略”。

然而在陶石泉看来,品牌与渠道并非割裂的两个系统,而是要“BC 一体”。这需要强大的数据系统来支撑。

“可以设想,江小白将构建一条渠道的高速公路和一条品牌高速公路,将为未来多品牌、甚至多品类预留空间。”刘春雄评论道。

江小白能否攀登上更高远的山峰?这需要时间来证明。不过至少陶石泉已经在警示自己:“一次创新是持续创新的最大敌人,阶段成功是连续成功的最大遮蔽,局部胜利是全面胜利的最大障碍。”(据中国酒业新闻网)

聚力前行 共创共赢 京东酒世界 开启酒类无界零售新篇章



2019年3月19日,京东酒业无界零售新平台京东酒世界在成都隆重发布,京东酒世界董事长江建在发布会上表示,京东酒世界将以“赋能·共生·智能”来重构酒类消费的人、货、场。京东酒世界秉承着以信赖为基础,以客户为中心的价值创造,来打造酒类无界零售的新模式,为酒厂、渠道以及消费者搭建平台,不断地降低销售成本,提高供应链效率,提升消费体验。

京东酒世界项目是京东集团投资并授权,由润京信息科技(江苏)有限公司在指定授权区域和授权期限内独家运营的酒类无界零售项目。在过去的半年时间内,在中国两个酒类消费大省,也是各个酒厂必争之地的广东和河南,相继有 1500 家传统烟酒店签约京东酒世界,其中已装修并投入运营的有将近 600 家门店。

以开放的心态与行业共同成长

江建表示:“京东酒世界的基本逻辑是共生,我们认同酒行业目前各个环节和渠道的分工和价值,我们没有想过替代谁,我们想要做的是优化现有供应链,提高流通效率。”

京东酒世界将在全国各地甄选优质经销商成立各地合资公司,通过合资公司快速地拓展线下优质门店,进入当地市场,共同开拓市场。

而从生意链条上来看,京东酒世界将采用地采地销+定制集采相结合的模式,保障产品的流通各级链条应有的价值和利益。通过优化物流,引入供应链金融来实现盈利。

从产品思维转变为平台赋能

京东酒世界基本出发点是赋能,通过不断地向消费端、渠道和产业端赋能,来提升消费者体验,提高渠道的供应链效率,降低酒厂的生产和销售成本。对消费者赋能的核心就是以客户为中心不断地提升消费体验,京东酒世界通过自己研发的溯源保真,京东到家等快速配送系统,小程序快捷透明购酒等方式为消费者提供真、快、省的服务。

对于门店的赋能是为了让现有烟酒店门的生意更好做,更赚钱。通过京东的品牌背书来改变人们对于传统烟酒店的认知,通过线上引流以及京东到家配送来扩大门店的销售范围。通过金融的赋能解决门店增容所需资金,提升门店的竞争力。

对于生产企业和品牌商而言,京东酒世界通过搭建线上线下全面的大数据平台,帮助酒厂精准定位目标用户,满足真实消费需求,帮助酒厂拉近与消费者的距离,加强与消费者的沟通,减少低效品宣,最终实现提升酒厂的生产和销售效率,提升决策依据。

将互联网和智能技术 真正应用到酒行业

京东酒世界的核心竞争力是智能,通过智能大数据提高厂家生产和销售效率,实现反向定制,通过智能供应链系统减少商品的搬运次数,降低物流成本,通过门店信息系统提升门店坪效,优化货架,协助门店精细运营。通过自有区块链溯源保真技术解决困扰消费者的假酒问题,这些全都是传统酒商所不具备的能力。

同时,借助广泛和丰富的线上流量,达成 & 京东到家成熟的城配体系,以及全新普惠金融的供应链金融方案,真正将互联网的核心和能量注入这个传统行业。

在谈到京东酒世界下一步的发展规划时,江建提到:京东酒世界将在 5 年时间内落地 20 万+门店,我们真正要合作的是那些核心的,希望变革的门店,机会只有一次,未来已来,京东酒世界诚邀各位有识之士加盟合作,一起共创辉煌。”(酒协)

智慧升级 复刻经典 舍得酒业两大新品亮相糖酒会

■ 王惟强 杨孟涵 刘玉婷

在取得同比 35%的增速,创下 6 年来新高后,舍得酒业携大胜之威,在百届糖酒会上再度升级产品,以智慧赋能舍得,复刻经典沱牌曲酒。

3月18日,舍得酒业“与伟大时代同行”新品上市发布会在成都店举行。舍得酒业股份有限公司董事、营销公司总经理吴健,中国酒类流通协会秘书长秦书尧,中糖集团总经理助理、中糖会展常务副总经理施东燕,中国陈年白酒收藏家曾宇等领导、嘉宾出席活动。本次活动中,“舍得智慧名人说纪念酒”与“沱牌曲酒名酒复刻版”两款新品重磅亮相,引发业界广泛关注。

智慧赋能 舍得升级

中国传统文化追求修身齐家治国平天下,凝练出了“自强不息”的奋斗精神、“舍我其谁”的担当意识、“舍生取义”的牺牲精神、“舍旧谋新”的创新思想、“天人合一”的社会理想……这些思想,无不包含着无数舍与得的智慧,成为中国文化自信的基石。

“这套产品是我们打造现象级 IP《舍得智慧讲堂》之后,在文化赋能酒业方面做的一次产品延伸,以消费者能够触碰与感知的方式,进一步塑造‘文化国酒’形象。”舍得酒业舍得事业部品牌管理中心总经理曾琦如此表示。



这次推出的“舍得智慧名人说纪念酒”,一套 5 瓶装,分别绘制了老子、白圭、孔子、孟子和孙子 5 位智者的画像,瓶身上也相对地应地镌刻着 5 位圣人从自我修养、经商谋略、从政管理、人生态度、军队作战、等方面谈论舍得之道。通过更为直观和形象的表达,将“中国智慧”概念进一步具象化,选取家喻户晓的历史文化名人作为品牌“代言人”,巧妙地对品牌的“舍得”内涵做了“人格化”演绎,更映射出舍得酒业与当代社会精英共鸣的品牌智慧。

沱牌曲酒引领名酒复兴趋势

“沱泉酿美酒,牌名誉千秋。”作为一代国民记忆,沱牌曲酒千年来一脉相承,坚守不断代传承的古法酿造工艺,并获评“中国名酒”。舍得酒业此次推出“沱牌曲酒名酒复刻版”,便是完全按照中国名酒原版酒体配方及标准所生产。

中糖会展常务副总经理施东燕对舍得酒业在业界的深远影响力表达了肯定——“今天

广告

彭州市华蓉陶瓷有限公司

专业设计生产:
陶瓷酒瓶、酒具及各种工艺品等,公司倾力于中国陶瓷酒瓶及摆件的设计与制造。

公司生产的会呼吸的陶瓷酒瓶,会交流传神的陶瓷摆件,使华蓉更有魅力。

厂长:刘德银
手机:13088090770
13281090770

电话:
028-83833818
83833828

QQ 号码:
814439265
1512026857

地址:
四川省彭州市桂花镇

济南瑞丰生物工程有限公司

本公司与齐鲁工业大学等高校密切合作,研究开发了增强固态白酒发酵的系列高效微生态产品,提高白酒质量,降低生产成本,减少劳动强度。

主要产品如下:
●白酒发酵微生态菌剂
●脱水活性窖泥功能菌
●根霉曲
●优质成品窖泥
●浓缩液体己酸菌
●浓缩液体产酒产香酵母菌
●芝麻香型白酒高效微生物菌剂
●酯化红曲

企业宗旨:优质产品 优质服务 合作共赢

总经理:陆泰勇
联系电话:13905416779
0531-87483989

邮编:250308
地址:山东省长清区张夏工业园区
E-mail:ruifengshengwu@163.com

您发财 我发展

华西酒曲厂是在其前身——成都市成华区高科技生产化技术研究所彭州实验厂的基础上,经 25 年发展和积累而成立的专业从事生物制品科研和生产加工企业。

研究和开发的微生物系列产品有:
◆根霉酒曲
◆生料酒曲
◆纯根霉甜酒曲
◆固体麸皮活性生香干酵母
◆工业级纤维素酶
◆食品添加剂红曲米
◆酱油曲精

厂址:四川成都彭州经济开发区

联系人:罗忠
手机:13679061105
电话:028-837028146(办)
传真:028-83708978
邮编:611930
网址:www.mainone.com
E-mail:cdservice@main one.com

酒品如人品

我公司是一家专业以五种粮食酿造的优质浓香型原酒、多种风格调味酒、陈年老酒以及酱香型大曲酒的生产企业,拥有合义坊、川辉两类商标品牌,欢迎贴牌加工,愿与全国各大厂家共谋发展。

公司名称:四川省邛崃市正方酒业有限公司
成都市合义坊酒业有限公司

公司地址:四川省邛崃市卧龙镇中国名酒工业园

董 事 长:宋一明

电 话:028-8878439(传真)
手机:13908225762
13548108555

邮 编:611530

网 址:http://www.sczfjy.cn/
http://www.cdhyf.cn/

**四川百年苏公老酒坊
全国招商**

提供:
原生态清香、浓香、酱香白酒和养生酒、水果酒及贴牌代加工业务。

财富热线:**4008842899**
加盟专线:**15881033359**