

云品酒共欢聚 为春天干杯!

■ 孙晓琳

谷雨时节,恰逢暮春;柳絮飞落,百谷生长。多年来,作为鲁酒龙头的景芝酒业在互联网行业中率先“触电”,并进行了不断探索与创新,为鲁酒乃至全国白酒行业起到了很好的表率。运营国内一流的第三方电商平台十余个,景芝全网营销规模在中国白酒行业排在前列、山东第一。

日前,持续 11 小时的第三届景芝全网购物节线上直播,在天猫、京东、苏宁、拼多多四个景芝官方旗舰店同步开启。直播间邀请到国家级白酒评委委员、景芝酒业酒体设计中心主任刘春艳女士,山东景芝酒业电商公司总经理李进忠先生等为第三届景芝全网购物节助力,开启万瓶美酒大放送!

刘春艳女士,是国家级评委委员,国家一级品酒师,荣获全国酿酒行业技术能手,山东省轻纺行业五一劳动奖章。对酒体的研究有自己独特的见解,致力于为广大消费者奉献质量过硬的品质健康好酒,带给广大消费者更好的饮用体验。今天我们就让刘春燕女士带大家了解芝香酒的价值,带领我们在酒香四溢的直播间享受景芝酒。

景芝酒酿造技艺传承百年,是中华老字号品牌和山东省非物质文化遗产,芝香一品景芝、浓香景阳春和景芝白干系列产品,广受消费者欢迎!在各大互联网平台不仅有经典产品,还有更多新奇好看又好喝的个性化产品可供选择,其中,一品景芝、朋友万岁两款产品荣获“中国酒业明星大单品”、景芝礼尚荣获第三届中国互联网“十大民酒”称号……直播展示了更多明星产品,在线云品酒,一起来为春天干杯!

第三届景芝全网购物节从 4 月 19 日持续到 4 月 23 日,5 天时间带来了春季美酒福利,主播、大咖齐聚景芝直播间,直播间抽奖福利不断,带您秒万瓶美酒,满赠万瓶金质景阳春! 京东、天猫、苏宁、拼多多、酒仙网搜“景芝官方旗舰店”,将喜欢的美酒带回家!

白云边:创新工作方式 促进市场动销

■ 王小波

暖春艳阳,市场重启。白云边酒业销售各片区主动适应疫情下的消费变化,变中求生存、变中求机遇、变中求发展。

以消费带动销售

白云边酒业江汉片区各市场结合实际情况,进行了全渠道的深入调研及市场分析,并对产品价格体系、宣传氛围营造、客情关系、新品推广、库存情况进行了摸底调查。

以终端建设为重点,坚持终端制胜,持之以恒地做市场基础工作。推进渠道下沉,扩大乡村网络,提高产品市场占有率。以客户为中心,开展多样的与消费者互动促销活动。

打破传统思维,以消费带动销售,重新梳理网络,开创新的营销模式。仙桃、荆门、钟祥市场先后开展买酒赠送刮刮卡活动,天门市场开展赠送宴席推广券活动,京山市场开展空箱兑换好礼等活动,做大了市场份额,增加了产品销量。致力于“推高推新”引领消费升级,丰富产品结构,巩固市场地位。

感恩回馈拉动消费

羊城春天,鲜花烂漫。白云边广州片区开展“一路走来,感恩有你”的酒楼赠饮活动,回馈市场客户,拉动终端消费。

此次活动在广州城区和各地级市场同步拉开,重点选择消费酒水较多的酒楼网点,有针对性地维护客情、促进消费。赠饮活动开展一周来,白云边销售团队干劲十足,客户反响热烈。很多到店消费者,为了能有机会参与活动,都愿意多消费、多买酒。此类活动为终端酒楼和消费者所喜闻乐见,不仅在很大程度上宣传推广了白云边,也体现了白云边不忘消费者、感恩回馈的初心。

“让客人喝到最香的白云边酒”这是白云边促销团队的共同心声!“我们一定要坚定信心,因为信心比黄金还重要”这是销售人员常挂嘴边、牢记心头的话语。长风破浪会有时,直挂云帆济沧海。白云边市场的发展是从踏实的基础工作开始的。服务终端,深挖消费,广州片区的 2020 年,从此跨越。

“云办公”推进工作落实

销售公司豫北片区全体业务员 3 月 31 日抵达市场后,受疫情影响,大部分餐饮店及门市部还未正常营业,所有从鄂入豫人员进行 14 天隔离。半个月来,片区克服困难,靠前思维,以“云办公”为桥梁,将各项工作落实做细。

各市场小组组长担任主讲,结合样板市场打造、宴席服务站建立、品鉴会活动开展等一系列活动交流经验,相互取长补短,让全体业务员“充电”。与商家、促销团队建立日视频会议制度,布置销售工作计划,跟进促销员管理及市场日常工作检查。

疫情面前,豫北片区一手抓好疫情防护,一手抓好市场营销,有力保障了网点开发及售点宣传等基础工作有序开展。豫北片区全体业务员表示有信心、有决心,战胜疫情,圆满实现 2020 年销售目标。

把盏春归去 寻香悟道话宋酒



四月春暖,花香袭人。春酿始成,春酒初开,沉睡在春日暖阳里的豫东大地老子故里鹿邑迎来了一众尊贵的客人,他们以寻香名酒之约,启悟道老子之实。

游宋河 知名酒 品春酿

近日,由金辉云酒货仓百名店长及酒业大商组成的“寻香悟道团”在中国酒类流通协会会长助理、河南省酒业协会副会长吴勇的带领下走进老子故里鹿邑,走进宋河酒业,开启了为期两天的“寻香悟道之旅”。参观团一行首站到达具有淮河名酒带源头之称的宋河酒业。后疫情时期的宋河酒业自 3 月 2 日已经进入全面复工复产,位居宋河镇的宋河酒业北厂区正开足马力为市场备货,四处洋溢着浓浓的酒香。

在宋河酒业副总裁王俊坤,宋河酒业总工程师李绍亮、副总工程师吴秋志、宋河酒业副总经理刘浩的带领下,众人参观了宋河酒业技术中心、原酒坛库、窖池、成装车间等生产酿造核心区域,认真解读具有中国名酒称号的宋河酒业软硬实力。

春酿贵如金,谷雨前夕,从时令来看,是酿造春酒的最佳季节,也是出酒质量较高的时候。国家级白酒评委、宋河酒业副总工程师吴秋志介绍到:这个季节出的酒具有典型的窖香、粮香、复合香气,优雅细腻协调、入口醇甜爽净、酒体醇厚、余味悠长。品尝新摘春酒,感受美酒始成,众人赞叹不已。

据了解,自 2019 年 10 月份,以提质增效为根本,宋河酒业对酿造中心进行了重组整合,加强出池、配料、上甑、摘酒、闷堆、做醋、堆堆、入池、泥池等重点环节的控制和细化管理。通过系统化的管理升级,工艺得到了安全落地,质量得到大幅提升。

“对于新酒,宋河有着严格的分级摘酒和分级存储,好酒是酿酒大师分出来的结果,也是时间点化出来的”,宋河酒业副总裁王俊坤介绍,在宋河酒业原酒坛库中,沉睡了多年的原酒按照分级进行存储,有的三四年、有的五六年、更有甚者十几年三几十年,分门别类的储存在原酒坛库中,恒温恒湿恒风等稳定的环境,更有利于原酒在陶坛中呼吸熟老,经年

的存储,坛壁酒菌层叠,老坛中 layer 的老酒交换融为一体,口感醇厚馥郁。

“每次来,新酒、老酒都要品鉴,这已经成为宋河人给我们的福利了”,一位大商品尝完原酒后坦言,近年来,复经改造升级的宋河“白酒银行”成为诸多参观者浏览驻足拍照的新景点,之所以名之所成,得益于馆内陈列的都是多年来的封坛酒,一坛坛排列整齐,一如受阅阅兵,气势恢宏。

花香、粮香、曲香、酒香,在宋河有着很好的协同体现。工人有序生产,参观者驻足观看,一瓶瓶美酒复经现代化的成装工序被物流车队运送至市场,再被慕名而来的消费者开启,这是宋河人代代匠心最好的回报。

风雨剥蚀,岁寒交替。宋河之名被无数的文人墨客浓情写于笔端,在宋河文化碑廊,宋河酒业副总经理刘浩一一介绍到,“舒同、张爱萍将军、魏巍……”等为宋河所题写的佳作见证了中国酒业发展的那段历史,也见证了宋河酒业为豫酒发展所缔造的荣耀,我们将继续努力下去,并书写好属于宋河新的篇章。

流连忘返不知春归渐晚,众人身上沾染的宋河诸香尚未褪去,由宋河酒业礼遇贵宾的晚宴已经筹备待启。宋河酒业党委书记、总裁朱景升、宋河酒业副总裁王俊坤、孙光生、宋河酒业总工程师李绍亮、副总经理刘浩等为远道而来的贵宾置酒洗尘。

国字宋河盛世国尊首见便已被惊艳到了,金辉云酒货仓创始人、董事长池金清赞言。待酒开启,把盏言欢,国字宋河盛世国尊的品质和口感再次征服了众贵宾。

悟道太清宫 再启新篇章

一方水土养一方人,鹿邑因老子诞生地而闻名于世,引得数千年来八位皇帝拜谒祭祀老子。在宋河酒业副总经理刘浩的陪同下,吴勇副会长及众贵宾一行来到太清宫,拜谒老子先贤。

老子思想是当今世界的财富,更是华夏民族宝贵的精神财富。“道法自然”追求事物发展的规律,众贵宾在每一处景点,体悟老子思想的精髓。

随后,在宋河酒业副总裁孙光生的带领



下,大家兴致勃勃的参观了宋河酒业鹿邑县酿酒工业园区。

当传统的酿酒工艺在现代化的科技手段推动下,更多的是效率和产能的实力体现。历经五十二年的发展,如今的宋河酒业涵盖两个工业园区,目前已形成总占地面积 1800 余亩的整体规模,公司下辖两个酿酒工业园区,拥有纯粮固态发酵窖池 1 万余条,酿酒生产班组 126 个,原酒的年生产能力达 2 万余吨,综合储酒能力更高达 16 万吨以上。公司现有职工 3000 余人,其中国家级白酒评委 10 人,河南省酿酒大师 6 人,总工程师李绍亮更是河南唯一的中国首席白酒品酒师。

老子思想赋予宋河酒业的不仅是在酿酒工艺上的无上追求,更是在经营管理哲学上的无为而无不为了。

朱景升总裁在座谈会上介绍到,文化宋河是老子思想给予宋河人最宝贵的财富。历经五十二年的发展,宋河酒业在规模、品质和责任上,在中国酒业有着独特的地位和担当。自 2017 年以来,省委省政府将酒业转型发展列入全省重点支持的转型攻坚产业项目并提出“振兴豫酒”的宏伟目标,号召“豫商卖豫酒”、“河南人喝河南酒”,豫酒迎来前所未有的发展机遇。对此宋河人也信心高涨、抢抓机遇,塑品牌、提品质、强管理,各项工作稳步提升。去年下半年以来,关于宋河的各种社会舆论喧嚣不断,我们也的确遇到了一些发展中的瓶颈和困难,但在县委县政府和社会各界朋友的关心支持下,在我们的努力进取下,影响企业生产经营的各种瓶颈已逐步扭转,更值得欣慰的是在去年的原酒秋酿和今年的原酒春酿中,宋河原酒品质更是稳中有升,截至目前公司生产经营正常,原酒生产、灌装生产、品牌建设、市场营销等各项工作正齐头并进。

会上,中国酒业流通协会会长助理、河南省酒业协会副会长吴勇在讲话中提到,在豫酒中,宋河有着举足轻重的地位,在责任担当中,宋河有着不可抹去的功绩,在文化表达中,宋河有着独特的老子思想表达,在品质呈现中,宋河在中国酒业十七大名酒中,有着无法撼动的地位,更是在豫酒中屡次拔得头筹。河南省

酒业协会能够为企业搭建起服务的桥梁,为企业在未来发展提供了更多空间与可能。

宋河酒业副总裁王俊坤认为,豫酒振兴、宋河振兴任重而道远,宋河未来的发展更离不开在座各位领导、各位嘉宾的关心和支持。作为河南唯一的浓香型中国名酒生产企业,我们始终将“为消费者酿美酒”作为不变的初心和使命,更会以“专一、专业、专心、专注”的工匠精神用心酿好这“一杯美酒”。作为宋河酒业战略合作伙伴之一,国字宋河周口经销合作伙伴河南文轩酒源酒业董事长孟春林对多年来与宋河的合作进行了代表性发言。

金辉云酒货仓创始人、董事长池金清认为,豫酒振兴,豫商卖豫酒有责任更要有担当,尤其是作为鹿邑人,对宋河的感情至深,有责任与义务做好家乡美酒的销售,让更多人品尝到来自老子故里的宋河名酒。

国字宋河作为宋河酒业核心战略主导品牌,十余年的发展已经在行业内外取得了品牌认知和品质认同,作为宋河酒业国字宋河品牌的市场负责人,刘浩副总经理作了“疫情后时期国字宋河运营新格局”的专题汇报,从国字宋河品牌运作、市场运营等进行了阐述。

宋河酒业副总经理、国字宋河事业部总经理刘浩认为,“在后疫情时期,面对新环境,如何打造新思维、新模式,进而承接新机遇是未来几年的主流,就国字宋河品牌运营而言,国字宋河盛世国尊、盛世礼遇的推出,整个国字宋河品牌已经实现了结构性裂变,以盛世系列为代表,国字宋河盛世国尊主要面向高端消费群体,国字宋河三、六、九将进一步实现渠道聚焦、资源聚焦”。后疫情时期,宋河酒业以国字宋河为代表的品牌精耕细作正在进行,作为高端品牌的运作,在后疫情消费复苏的当下,将迎来利好。

会上,宋河酒业与金辉云酒货仓在鹿邑宋河生产基地举行合作签约仪式。朱景升总裁在签约仪式上认为,此次战略合作,不仅是豫酒强强联合的一件盛事,更是酒企和酒商践行“豫酒振兴”伟大使命的具体实践,希望我们双方以此次合作为契机,密切协作、共谋发展、携手共赢,为豫酒振兴作出新的贡献。

(据酒业新闻网)

青岛啤酒在全国展开“百万社区大酬宾活动”

■ 卞川泽

日前,青岛啤酒“百万社区大酬宾活动”在全国 300 多个城市展开,活动已经进入接近 4 万个社区,超过 17 万场次。因为青岛啤酒顶尖的品质和巨大的促销力度,活动口碑持续在青岛啤酒的粉丝群体中发酵,活动现场销量也出现了爆发性增长,累计已售出啤酒超过 100 万箱,累计销售额超过 5000 万元。在活动中,青岛啤酒更收获了来自全国各地消费者们的花式“点赞”。

北京:一个“京漂”汉子的乡愁

在北京珠江绿洲社区的活动现场,一位身材魁梧的男子一下子就买了 6 箱啤酒。“我最爱喝青岛啤酒纯生,好喝不上头,而且因为我本身是山东人,在家乡就总爱喝青岛啤酒,每当青岛啤酒又端起来的时候,总是会想起当年家乡的那些人和那些事。”这位身高接近 1 米 9 的张先生声音中有着山东汉子那特有的质朴味儿,脸上总是带着些憨厚的笑容,可一说到家乡,却也能从他的脸上看到浓浓的思念。

“希望青岛啤酒能够越来越好吧,让我们这些飘在异乡的游子们,时刻都能品尝到家乡的味道。”离开时,张先生向活动现场的青啤工作人员们竖起了一个大拇指。

陕西宝鸡:准新娘的“追剧拍档”

18 日,青岛啤酒宝鸡公司的总酿酒师闫



英和国评委杨君华分别走进了当地到金陵湾小区、轩辕小区、植物园小区、金谷广场与消费者面对面,他们在为消费者讲解啤酒酿造知识、讲解啤酒品评诀窍的同时,也在仔细聆听着来自消费者们的声音。

“我最喜欢青岛啤酒的奥古特和白啤,每天晚上上追剧的时候总爱自己捧着一瓶喝两口,再吃点零食,不知不觉就胖了。”在现场,一位爱笑的陕西姑娘笑着对青啤到销售人员说。“好在,我的男朋友也爱喝青岛啤酒,每天晚上,我俩都会一边看电视,一边小酌一下,挺开心的。还有,今年我俩就要结婚了,婚宴上也会准备咱们的青岛啤酒,希望咱们的青岛啤酒能够越来越好,推出更多适合女生喝的品类吧。”

山东青岛:铁杆粉丝“跨社区买酒”

活动期间,在青岛市东城水岸社区的活动现场,就来了一个“大客户”。“这个逸品纯生给我来 10 箱,这个纯生扎啤也给我来 10 桶。”这位王先生一来到活动现场毫不犹豫便下了个“大单”。

“我家并不是在这个社区,我是在朋友圈看到咱们青岛啤酒的社区大酬宾活动的,这不大早就开着车到处找找看,就找到这儿来了。”王先生笑着说,自己特别爱喝青岛啤酒,每天晚上回家都会自己喝两瓶,这 10 箱酒他十天半个月自己就能喝出来,这还不算同事朋友们偶尔上门聚会。

“最希望就是青岛啤酒的社区活动能够在



我家楼下也搞一搞,这样我就不用开车出来买酒了。另外,天气也开始热了,希望咱们青岛啤酒的优惠促销活动力度能够保持住,我也会告诉我的同事朋友们咱们的促销活动的。”作为青岛啤酒的“铁杆粉丝”,王先生也说出了他对青岛啤酒“百万社区大酬宾活动”的期许。

据了解,此次青岛啤酒“百万社区大酬宾”活动已经覆盖全国 349 个城市的近 4 万个社区,离家更近的“青啤超市”在每周六与您不见不散——一站式购酒体验让便捷到家、超值促销活动让实惠到家、扫码自提加无接触配送让安心到家,结合青岛啤酒第 42 届质量月推出更多优惠促销活动,真正让消费者成为高质量发展的受益者。