

沙恩国际酒业,一匹任性黑马

■ 本报记者 王道海 王建蓉 唐勃

在2015年的春季糖酒会上,一家名不见经传的酒庄——沙恩国际酒业,却成了一匹黑马。沙恩国际酒业一鼓气作为主承办单位承办“领袖标杆在这里竖起——2015葡萄酒国际领袖产区质量大赛新闻发布和获奖企业产品推介会”活动,协办了行业知名媒体《酒海导航》组织的“模式改变格局”大型主题论坛,并且作为行业授勋委员会成员,给来自全球领袖产区的葡萄酒精英授勋,同时全球首发了沙恩概念的企业新高端产品。

对此,记者心中充满了好奇,之前几乎是默默无闻的沙恩国际酒业为什么能如此的在行业盛会上大放异彩呢?经初步了解,记者发现,原来沙恩国际酒业小有来头。

记者获悉,沙恩国际酒业已经在中国、法国、澳洲进行落子布局;沙恩国际酒业在中国阿拉善拥有全球最大的单体生态酒庄即沙恩·金沙臻堡酒庄;在法国圣埃美隆拥有沙恩·特力亚依酒庄,并聘请原白马酒庄担任首席酿酒顾问;在澳洲组建沙恩·绿洲骑士酒庄。沙恩·金沙臻堡酒庄出品的赤霞珠干红葡萄酒在布鲁塞尔国际葡萄酒大赛中荣获金奖,此酒被选定为中国神舟十号飞船发射的庆功宴指定用酒,庆功宴品酒人士的规格可想而知。

同时记者了解到:如今操盘“掌勺”沙恩国际酒业的是有着“传奇营销儒商之称”的金炜。金炜掌管过多个集团和上市公司的主业板块,有着丰富的企业操盘和资本运作经验,曾与世界营销之父科特勒,中国著名经济学家张维迎等多次在上海第一财经频道的精英对话栏目《头脑风暴》对阵纵论。葡萄酒界都记得,金炜十多年前掀起的“普及风暴”使新天葡萄酒的市场综合占有率连续三年进入六强之列。此后,金炜作为“名品世家”的主要创始人,3年多发展了葡萄酒连锁专卖店650余家,使名品世家成为葡萄酒行业终端体量最大的连锁企业。金炜被评为中国十大营销人物之一。

对于沙恩国际酒业何以能爆发式的取



沙化严重,寸草不生且风沙肆虐,很是痛心,于是响应国家号召,放弃了第一次创业可安享生活的成果,毅然关闭了苦心经营多年的焦化厂,任性的把自己和全家投入到了绿色环保产业,以此回报家乡和社会。

“你为什么选择了打造葡萄酒生态产业基地呢?在沙漠里种葡萄的风险可不小,弄不好就血本无归。”当记者提出这样的问题之后,安恩达少见的发出了爽朗的笑声,随后解释道:我之前做过调查,虽然这里是沙漠,但是北滩的位置却是地处北纬39°线,在这个地理位置上,是全球最佳的葡萄

安恩达为活愚公。

一份耕耘一分收获,付出百倍努力的安恩达和他的团队,靠着这份任性,最终创造了功夫不负有心人的结果:沙恩国际酒业建成了由英国阿特金斯总体规划设计、沙恩·金沙臻堡酒庄,引进意大利VELO(维洛)公司和BERTOLASO(波的拉索)公司年产能3万吨葡萄酒酿造设备,打造离地10米的地下酒窖5000多平方米,进口法国优质橡木桶2000多个,集葡萄酒贮藏、品鉴、研讨、展示、旅游参观等多种功能于一体,展示出浓郁的异域风情。

沙恩·金沙臻堡酒庄已通过ISO9001质

安恩达与金炜的结缘是在2014年年中在沙恩·金沙臻堡酒庄举办的中国葡萄酒专家委员会年会上,金炜第一次来到这里进行考察参观。他看到安恩达十年如一日任性的治沙变绿洲,这种任性激发了金炜心中把企业当作品创作的冲动。当安恩达亲自驾车陪着金总体验过刺激的海沙冲浪后,金总燃起心中那份创作激情,他任性的辞去上市公司高管的职位,倾力创作这个作品。

金炜始终主张“以全球视野树民族品牌”,在中国的经济中心上海建立了沙恩国际酒业营运中心和电商平台,以这座国内

自己的观点:沙恩国际酒业将通过国际联合研发,打破区域葡萄酒品种概念,让多品系的葡萄酒种进行混酿调配,使其特性得到有效互补,形成良好口感。这是走“法国波尔多酒庄的精彩在于混酿”的国际化之路。

三、构建开放式复合发展平台,全国谋篇布局多个千万级营销支点

整合了好的上游资源,任何企业不可避免的会提到市场运作以及渠道的建设,而沙恩国际酒业这匹“任性的黑马”又会采取何种策略呢?沙恩国际生态农牧控股集团副主席、沙恩国际酒业董事总裁金炜给出了答案。

在采访中,金总表示:目前沙恩国际酒业除了区内销售,目前在浙江、上海建立了千万级的市场,同时在全国谋篇布局,中原、华东、华南区域图谋也都建立千万级以上的市场作为营销支点。

“沙恩生态农牧控股公司是一个开放式的海纳百川的复合平台,向多领域跨行业的企业均伸出橄榄枝,共谋发展共同合作。沙恩生态农牧控股有很多独特的核心竞争力资源,是其他企业所不具备的,每一个资源都不排除未来可以发展成独立上市公司的可能性,而有这么多的资源,我们不进行充分运用,不把他科学整合,不让更多消费者知道,不培育出以亿甚至十亿百亿做计量单位的市场,那真是暴殄天物了。所以,我这个大厨要尽心尽力的把这些好食材,做成满汉全席。”金炜用时而严肃时而风趣的话如是说。

随后,从金炜口中,记者得知,目前沙恩国际酒业的商业模型已经受到了资本界的关注。

四、紧跟国际化趋势,深度发力电商渠道

随着互联网技术的发展,以及大众消费习惯的改变,电商已经成为各行业不可或缺的销售渠道,葡萄酒行业也是如此。每年的双11成了全民狂欢的购物节日,这也彰显出“拥抱电商”紧跟趋势,就等于站在了“猪都可以飞起来”的风口,而电商从另一方面讲,也是企业的产品从区域营销走向全球营销的“捷径”,是企业品牌国际化的“发动机”,沙恩国际酒业当然不会错过如此难得的时机。

记者获悉,中国最著名的电商之一的酒仙网副总裁刘琦一行应沙恩国际酒业董事长安恩达之邀请,来到沙恩·金沙臻堡酒庄完成了全方位的考察、参观。酒仙网的葡萄酒挑选专家,针对金沙的全系列优质产品,进行了出谋划策,而金沙人以饱满的热情,严谨的态度,积极的参与讨论,最终酒仙网与沙恩国际酒业达成了深度合作的意向;双方签订战略合作协议,沙恩国际酒业专门开发多款针对电商消费者的葡萄酒入驻酒仙网,深度发力电商渠道。

在采访中,金总表示:未来的消费主力,一定是新生代,而新生代的消费习惯中,网购的比例已经在成裂变式的数据增长,作为国际化的企业,我们应该紧跟趋势,以消费者的需求和习惯为导向,用好互联网这个工具,给我们带来效益。选择酒仙网进行合作,一方面是酒仙网的销售规模和服务体系健全,更能够让更多消费者快速的喝到我们的好酒,另一方面,我们也虚心向酒仙网进行学习,双方共同促进,协作发展。此外,金总还表示:未来是一个大数据的时代,沙恩国际酒业也会组建专门的电子商务部门,开发独立的APP销售平台,做好消费者购买习惯等针对性的分析,给更多的消费者提供体验沙恩美酒的平台。

看得出,如今的沙恩国际酒业,正在依靠全新的商业模型,从战略、营销、产品、渠道等各方向进行着飞速的发展,其酒庄品牌国际化布局已形成,我们期待那一份因责任情怀而任性的安恩达和这一份因创作激情而任性的金炜能带领沙恩国际酒业从“任性黑马”变成“任性飞马”!



得如此优秀的业绩?下一步,沙恩国际酒业的国际化之路将如何阔步前进?安恩达和金炜这两个任性的人后续如何展示出更任性的作品?带着探究的心情,记者来到了沙恩国际酒业,对董事长安恩达和董事总裁金炜进行采访,深度揭秘这匹任性的黑马。

一、一份任性的责任情怀:造就高效绿色生态优势葡萄酒产业基地

提到沙恩国际酒业,肯定要提到核心产业沙恩·金沙臻堡酒庄及不可避免的要关注其特殊的地理位置和环境。称沙恩·金沙臻堡为全中国乃至全世界最大的单体“沙漠酒庄”一点也不为过,总面积约22万亩的沙恩·金沙臻堡酒庄是真正坐落在茫茫沙海之中的一座绿城。

记者到访沙恩·金沙臻堡酒庄,从西大门的入口到酒庄城堡,乘坐越野车都需要近半小时的车程,足以可见其面积之广博。沿途那连绵的沙丘,一眼望不到边的辽阔葡萄园,容纳万头牛羊、百只梅花鹿和不时可见骆驼、鸵鸟、马、野猪、鹌鹑珍珠鸡、非洲雁等十几种动物悠闲散步的畜牧养殖场,映衬着夕阳下的清澈人工湖,仿若置身于人间仙境,无人不赞叹这里的美景壮观和别具风情,但这背后却凝聚了金沙人尤其是董事长安恩达日复一年,夜以继日的心血。

在安恩达的办公室里,记者见到了这位四十出头的蒙古汉子。他的话不多,人很低调,几次腼腆的笑着告诉记者,自己只是做了喜欢做和应该做的事情,他最感谢的是陪着自己在一片荒漠中一起打拼的每一个金沙人。

记者获悉:打造沙恩·金沙臻堡酒庄,是他的二次创业。他看到茫茫的乌兰布

种植地区,当时我不敢说是想创造奇迹,但信心很充足,尽管在这过程中,也遇到了很多困难,但终究坚持下来了。当然,这离不开阿拉善经济开发区政府和葡萄酒专家们的支持。在短暂低头沉默之后,安恩达又接着补充了一句:“还应感谢跟着我一起吃过苦受过累的团队”记者看到此时他的眼眶已经有了微微的红润。

能让一个铁骨铮铮的汉子在此刻表现的如此动情,那么,他曾经遇到了什么样的困难呢?间隙中,记者走访了沙恩国际酒庄的多名员工以及周边的百姓,了解到,安恩达所经历的那些困难,非常人所能承受:当他带着美好理想进入项目现场后,频繁的沙尘暴与连绵不绝的沙丘让人望而生畏,环境的恶劣常人难以想象。沙漠里的大风从春刮到冬,刚刚推成田的地方被风一吹,又成了沙滩,只能重新再来,如此反反复复,让人身心俱疲。他与工人吃住在工作棚里,顶着漫天的黄沙与难耐的干渴,每天只睡三四个小时的连轴转,好像蚂蚁啃骨头般的一点点把沙漠变成葡萄园,而这些却不是最致命的。2008年初,一场50年不遇的罕见冻灾,导致葡萄冻死,直接损失上千万,可谓前功尽弃。这场冻灾毁掉的不仅是葡萄,甚至直接挑战了安恩达对于绿色生态梦的坚持。他曾进行过激烈的思想斗争:“这样恶劣的环境,我是不是真的再拿钱往黄沙里扔?”“在沙漠里种葡萄,真的有可能吗?”“坚持还是放弃?”

之后,他从内蒙古轻工研究院、宁夏林学院请来专家,进一步对项目的可行性进行论证,结论是肯定的,乌兰布和沙漠是全国最好的葡萄种植基地。专家的结论再次鼓起安恩达的信心,他从宁夏调入种苗重新种植,顶着风沙肆虐,带领工人更加的埋头苦干起来,这股拼劲和任性让很多人称

量管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证、HACCP食品安全体系认证、有机食品认证。获得了“消费者信得过单位”、“2014年度中国葡萄酒产区·佳酿·酒庄最佳个性化酒庄”,“2013-2014中国最受媒体尊敬的品牌酒庄”等多项荣誉;同时在2015年初,中国农业专家团在沙恩·金沙臻堡酒庄建立了国家院士专家工作站。

这正所谓执着与任性造就出了“大漠沙恩,好酒天成。”

二、一份任性的创作激情:以全球视野树民族品牌

如果说安恩达的任性,是对责任情怀的任性,那么金炜的任性就是对创作激情的任性了。金总曾说过这样一句话:“做企业就像做作品,要做出他的精彩。”

最具经济氛围的国际化都市作为沙恩国际酒庄的品牌高地,同时金炜将企业进行了重新定位,以沙恩·金沙臻堡酒庄为核心,正式组建了沙恩国际酒业。整合法国、澳洲的领袖产区和优秀产区的资源,在澳洲组建了沙恩国际生态农牧控股公司,金总出任董事局副主席,将包括葡萄酒产业、现代农业、沙漠旅游业等多个产业整合之后,形成面向国际发展的生态产业链。

金总表示:品牌酒庄的国际化布局一定是在全球范围内,整合法国的酒庄资源和在澳洲筹建沙恩·绿洲骑士酒庄,让沙恩国际酒业在新旧世界的国家都有酒庄,可以更具代表性,同时三个国家的酒庄进行联动,可在格局上产生更大影响力,延伸农牧产业的发展速度。

“好酒是混出来的。”随后,金总解释了

