



进驻云平台的优质终端商家超过 2 万家,并得到茅、五、汾、泸、剑五大名酒的“青睐”。

酒业大佬为“云合伙平台”站台

■ 本报记者 王剑兰 王道海

五粮液、泸州老窖等企业纷纷“站台”

8 月 6 日晚,宜宾五粮液股份有限公司董事长刘中国、泸州老窖集团有限责任公司董事长张良、贵州茅台酒股份有限公司副总经理王崇琳、山西杏花村汾酒厂股份有限公司总经理常建伟、四川剑南春(集团)有限责任公司总经理乔愚等行业大佬齐聚北京,为银基“品汇壹号云合伙平台”站台。出席此会议的还有香港银基集团董事局主席梁国兴,以及城市合伙人、B 端商家、新闻媒体记者近 5000 业内人士。

一个互联网商业模式同时得到茅、五、汾、泸、剑五大名酒的“青睐”,这在行业尚属首次。大佬们为何看好“银基模式”?这是否标志着云平台解决了产业链利益博弈的痛点?

记者获悉,此次“共创未来,汇享世界”品汇壹号云合伙大会,由香港银基集团(以下简称银基)主办。值得注意的是,自 5 月底银基入局酒业 B2B,梁国兴提出“品汇壹号云合伙平台”,要建立覆盖全国 368 个主要城市,1680 个重点县市、吸纳 38 万家优质 B 端会员,服务超过 1.38 亿的消费者,实现年交易额突破 300 亿元的规划,此举首次得到茅、五、汾、泸、剑等五大名酒的同时认可。

据记者了解,茅台酒是汉族的特产酒,是大曲酱香型白酒的鼻祖,更是中国的国酒。至今已有 800 多年的历史。五粮液为大曲浓香型白酒,产于四川宜宾市,用小麦、大米、玉米、高粱、糯米 5 种粮食发酵酿制而成,在中国浓香型酒中独树一帜。五粮液是中国最高档白酒之一。

泸州老窖则是中国最古老的四大名酒之一,其 1573 国宝窖池群 1996 年成为行业首家全国重点文物保护单位,传统酿制技艺 2006 年又入选首批国家级非物质文化遗产名录,世称“双国宝单位”,旗下产品国窖 1573 被誉为“活文物酿造”、“中国白酒鉴赏标准级酒品”。

互联网平台能够获得茅台、五粮液和泸州老窖这样的企业的“站队”,并不是一件容易的事。

众所周知,名酒产品资源对于基于互联网的 B2B 模式的重要性,“银基模式”获五大名酒的青睐,其价值将不言而喻。

名酒大佬看“品汇壹号·云合伙”平台

据了解,银基云平台的 B2B 得到了 20 余位城市合伙人和 2 万多位终端商的认可。而云平台如今表现出的渠道终端规模化、深度覆盖以及大数据等潜在价值纷纷获得五粮液股份公司董事长刘中国,泸州老窖集团有限责任公司董事长张良,贵州茅台酒股份有限公司副总经理王崇琳,山西杏花村汾酒厂股份有限公司总经理常建伟,四川剑南春(集团)有限责任公司总经理乔愚先生等酒业巨头认可,未来双方更将开启更深层次的合伙。

五粮液刘中国:银基的“品汇壹号·云合伙”在“传统渠道+互联网”的创新为行业



提供了新的有价值的探索。五粮液在构建新的产供销链条中,将与银基在产品和渠道两个层面加强合作。五粮液将充分发挥运营商具有的渠道、社会资源和经营机制的作用,构建厂商命运共同体,实现共赢。

泸州老窖张良:在这个互联网+商业模式不断发展又不可避免,分享经济到来以及消费者主权的崛起的大时代,以消费者为中心是产业改革共同遵循的规则。“品汇壹号·云合伙”顺应了这个大时代背景诞生,其打造了一个全新的多维度商业生态体系,去中间化能为商家和消费者带来更多实实在在的红利,同时,还能够为商家精准定位和扩展市场。泸州老窖秉承工匠精神,不断传承与创新,将借助银基“品汇壹号·云合伙”的平台的大数据体系,精准锁定目标消费人群进行产品定制。

茅台王崇琳:银基“品汇壹号·云合伙”与茅台的互联网思维不谋而合,都是把大数据融入到企业的战略和经营中;而且银基拥有全球化的渠道,这对茅台加强与消费者的连接,提升企业品牌力,将中国酒文

化和茅台酒推向世界有着重要推动力。

汾酒常建伟:银基“品汇壹号·云合伙”的互联网思维使得终端进行改变,也给对接消费者提供了更近的道路,利用银基“品汇壹号·云合伙”的消费者大数据,汾酒将进行“精准定制、精细营销”,与消费者互动,推动行业发展。

剑南春乔愚:银基以“互联网+”思维快速度地整合 B 端,打破区域壁垒,实现产品的全国化销售,对剑南春而言,可以更加深层次地进行“互联网+”的探索,让消费者有“互联网+购酒”更好的体验。

整合终端超 2 万家 银基开启“云”速度

据公开资料显示,银基集团乃中国及国际领先高档酒类运营商,在国内及海外建立了完善的经销网络,并成功经销多个高品质的酒类产品,当中包括茅台、五粮液、泸州老窖、汾酒等四大名酒旗下核心系

列产品以及十几款海外优质葡萄酒品牌。

面临白酒行业深度调整和经济下行压力,银基集团在前几年也不可避免受到波及。但作为酒业流通流域第一家上市企业的银基集团敏锐地“嗅到”传统渠道+互联网的新风口,从 3 年之前便一直在探索以互联网为基础的新渠道模式。

5 月 29 日,银基在河北保定重磅推出“品汇壹号·云合伙”平台体系,正式向行业宣布布局酒业 B2B 业务。目前,已在河北、山东、内蒙古、山西、吉林、黑龙江、福建、江苏、天津、北京等省直辖市举办了 23 场商业模式巡回发布。共计吸引了过万人参与。

据记者现场了解,银基不仅聚集了大量人气,更吸引了酒业精英的加入,成绩斐然:

第一,银基每到一地都能吸纳最少超过 500 位终端商家成功成为我们的注册会员,高的多达 890 人;

第二,入驻的 B 端商家在前几天有超过七成会在云平台产生交易,每一站成交金额都在 500 万元以上。

截至目前,云平台进驻的优质终端商家已超过 2 万家,而且入驻云平台的 B 端商家目前的成交率高达 72.9%。

显然,银基仅用了短短 70 天,便用实实在在的数据证明了“云平台”对于城市合伙人、B 端会员以及相关利益者的价值。而此次银基又得到五大名酒厂家的“力挺”,显然,银基的 B2B 模式商业逻辑是不破坏名酒利益的。有了茅、五、汾、泸、剑等五大名酒资源为基础,而这也让银基在 B 端整合和同类平台竞争过程中更加有底气。

云平台在产业链上有巨大的潜在价值

业内有关人士指出,以茅台、五粮液和泸州老窖为代表的五大名酒,力挺品汇壹号云合伙平台,这在以品牌为主导的渠道改革下,“银基模式”的价值进一步凸显。那么,无论是名酒厂家、城市合伙人或终端商又能从云平台获取什么价值?

记者采访了有关厂家和品牌商,他们认为,“大数据+全球渠道+规模化终端覆盖”是现代商业发展的必然趋势。以银基目前的终端商整合速度,银基吸纳的 38 万优质终端的规划有了落地的可能。此外,银基在每个区域选择一位具备仓储及物流配送能力,具备营销团队、本地市场开拓能力、运营经验,熟悉本地市场,能够为本地商家提供全方位的服务的酒水渠道商作为合伙人。这样使得银基在各个区域能够获得精准的产品数据、销售数据、渠道数据等等。这些数据集合起为上游厂家、品牌商或其他区域的合伙人开拓市场过程中的前期调研、市场定位、营销方案、推广方案等提供数据理论基础,降低前期新市场拓展的成本。

而银基自身的全球渠道,也有助于商户开拓国际市场。当然,这对茅、五、汾等大品牌更具价值。

城市合伙人:意义重大,更显优势

对于合伙人而言,银基的云平台体现了“产品资源+互联网改造+本土化精耕+跨区域突破”的特质。

有会员认为,银基的云平台意义重大。第一,借鉴银基互联网改造的经验实现互联网渠道的拓展;第二借助银基的品牌力和云平台的本土化服务,可以直接对接更多当地优质终端商,直供终端产品的同时也顺势实现本土的精耕细作;第三,跨区域的合伙人之间也能在平台上进行精准的对接,合伙人独家产品可以借助云平台,能够让跨区域的合伙人在短时间内将产品铺货到外地市场;第四,基石资本的引入却能帮助城市合伙人或 B 端客户孵化出上市公司,享受除开实体之外的资本红利。

此外,另有会员认为,“资金流+产品流+便捷服务”是银基的云平台优势。从云平台获取看得见的利益至少有:第一,优质产品,银基手里的诸多独家代理名酒资源;第二,缓解资金压力,云平台引入的民生银行以低息高额的贷款;第三,城市合伙人对终端商的本土化便捷服务;第四,借助云平台拓展线上渠道。