常建伟:四大优势助推汾酒快速发展

日前,汾酒集团党委委员、董事,汾酒股份公司总经理常建伟在郑州会见媒体记者,谈了汾酒的四个优势。有媒体要求谈谈汾酒河南市场情况,常建伟说,中华文化看河南,华夏文明看山西,河南和山西是亲密邻居,山水相连。河南和山西有着骨子里的亲近关系。河南是全国的人口大省,也是白酒消费大省。多年来,汾酒在河南一直表现很好!销量持续增长。河南是汾酒省外最好的市场。当然也是汾酒的重点市场。汾酒之所以能够有如此好的表现,取决于汾酒的四个优势,并强调了"共饮一杯汾酒能够表达、加深我们彼此间的友情和亲情"的四个原因:

首先,汾酒"最干净",意味着质量最安全,汾酒从酿酒技艺到酿酒原料再到用水,确保了汾酒的干净,河南的商家和消费者,对汾酒有着深厚的感情,汾酒就是要把"最干净"的酒献给消费者,让大家喝得放心、安心。

其次,汾酒"最纯正",是非常适合消费者饮用习惯的白酒。汾酒独特的"清蒸二次清"工艺和"轻、松、匀、薄、准、平"装甑技艺以及摘酒"掐头去尾"等特殊工艺使汾酒具有典型、突出的清香型白酒特征,概括起来就是"纯正"。

第三,汾酒"最健康"。根据科学研究,白酒中的杂醇油、甲醇、乙醛、糠醛等物质,汾酒的含量比例极低,远远低于国家标准和业内平均值。汾酒要让消费者喝到健康,喝出健康。

第四是汾酒的"文化优势"。河南是酒类消费大省,不仅仅是市场销量大,更关键的是河南消费者对酒文化理解非常深刻,酒类消费在这里产生了巨大的文化价值和文化意义。而汾酒有着最深厚的文化底蕴,是最能与消费者产生共鸣的酒。常建伟强调,对于同为中华文化孕育发源之地的河南,这里的消费者深谙酒文化之道,也必能从汾酒中感受到血脉相通、精神相连的文化共鸣,借汾酒体现中原文化厚重之美。"最干净、最纯正、最健康、最文化的汾酒,多年来在河南得到广大经销商、消费者的厚爱与支持,在未来的道路上,汾酒希望为全国消费者的生活增添更多美好,今年汾酒全国市场还会有更大的提升和发展,特别对河南市场更加看好!"常建伟表示。

奔富推出白酒元素新品 直指中国市场

■ 徐菲远

日前,澳洲葡萄酒巨头富邑集团(Treasury Wine Estates)宣布,将对旗下标志性品牌奔富(Penfolds)陆续推出全新产品系列,其中包括与中国白酒混酿而成的加强型葡萄酒,单式蒸馏白兰地,此外,还将推出纳帕葡萄酒和香槟。

这是奔富近代历史上最大的一次产品创新,在业界引发强烈关注和反响,尤其是融入中国白酒元素的加强型葡萄酒更是创业界先河,其在中国市场将表现如何?只有时间能给出答案。但可以的肯定的一点是,富邑正在借势中国市场的热度,不遗余力地挖掘奔富的品牌价值。

借白酒元素挖掘品牌价值

7月3日,奔富在南澳大利亚向全球首发"奔富特瓶系列(Penfolds Special Bottlings)",首度亮相的是与中国白酒混酿而成的加强型葡萄酒Lot.518以及单式蒸馏白兰地Lot.1990。

Lot.518是一款采用94%的巴罗萨谷西拉(Barossa Shiraz)与中国白酒混酿而成的加强型葡萄酒,即将于今年9月投入市场。

这款加入中国白酒成分的葡萄酒,其酒精度将达到21.5%,近似于波特酒,建议零售价为150澳元。

富邑营销副总监Angus Lilley在发布会上表示:"中国白酒是世界上消费最多的酒精饮料,当然大半的消费量产生在中国。奔富在中国市场的成长壮大也使我们着眼于这一背景,由此诞生了这款加强酒。将奔富的加强酒酿造工艺与代表着中国酒文化主要部分的白酒相结合,不仅仅对于中国,而且对于世界其他市场,都无疑将是一个巨大的机会。"

Lot.1990这款单式蒸馏白兰地于1990年放入橡木桶,经历了28年陈酿,建议零售价为425澳元。

两款奔富特瓶系列酒将在富邑集团全球旅游零售渠道进行销售,其中一小部分将在南澳阿德莱德的奔富酒庄门店进行销售。Lot.518则将专注于中国市场,并在中国和其它北亚国家的即饮渠道和非即饮渠道销售。

探索全球知名产区

从2018年收获季开始,奔富的葡萄酒酿造团队将开始使用纳帕谷葡萄,打造奔富风格的纳帕葡萄酒。奔富酒庄与美国有着历史性的渊源,奔富酒庄创始人Dr Christopher和Mary Penfold在1844年将加州的葡萄藤引入了阿德莱德;在20世纪90年代,奔富卡琳娜(Kalimna)葡萄园的葡萄藤又被迁至加州Camatta Hills葡萄园里。

奔富首席酿酒师Peter Gago表示:"奔富特有的风格及美誉赋予我们探索全世界所有优质葡萄种植区的自由。我们计划在2022财年正式推出由加州纳帕谷葡萄酿成的奔富经典风格葡萄酒。"

此外,奔富还将推出一款香槟,预计2019年推出,以庆祝其成立175周年。

"奔富酿酒团队对此感到振奋,在已深受市场认可的核心产品线基础上进行一系列深入创新与扩展,推出具有奔富DNA特质,同时发挥创造力和大胆探索精神的全新系列产品,这将进一步扩大我们的产品基础。"他在接受《澳洲金融评论报(AustralianFinancial-Review)》采访时表示,奔富在已深受市场认可的核心产品基础上推出延伸品牌的举措,并不会损害奔富长期以来在葡萄酒市场的标志性品牌形象。

2017年11月,富邑已经在中国市场上推出了"Maison de Grand Esprit"品牌葡萄酒,其酿酒葡萄来自波尔多、勃艮第、罗纳河谷和普罗旺斯等法国产区的顶级葡萄园。

中国消费者会买账吗

《澳洲金融评论报》专栏作者Angus Grigg分析称,Lot.518这款专为中国市场打造的加强型葡萄酒,既拥有中国传统意义的幸运色——红色,同时,21.5%的酒精含量也使其不像高度白酒那样让许多人望而却步。

目前,富邑尚未透露这款产品的中国合作伙伴,但Grigg分析有可能会是泸州老窖,在合作生产的同时,也可能负责这一产品在中国的分销。

一位业内人士表示:"中国人一直梦想让全世界的人都喝白酒,但他们不能理解为什么中国白酒不能像伏特加那样被广泛接受。"

该人士认为,这款新品可能在中国以外市场并没有多大的吸引力,但这对于富邑并不重要。原因很简单,中国市场规模已经足够庞大。就销售额而言,中国白酒市场已经成为全球销售额最大的酒类市场,占中国所有酒类销售量的50%以上。

白酒在中国广受欢迎,使其成为全世界销量最高的烈酒种类。2017年,白酒占到全球酒精饮料销售额的37.5%,2016年这一比例为23%。在英国品牌评估机构Brand Finance发布的"2017全球烈酒品牌价值"排行榜上,中国白酒在前十名中占据了四席。2018年,中国仅高档白酒销售额预计就超过1500亿美元。同时,中国最大的白酒生产企业贵州茅台的市值已经接近1300亿美元。这也是富邑想要进入这个市场分一杯羹的原因。

但居住在上海的品牌专家Mark Tanner认为,中国消费者并不太乐于接受国外厂商专为中国市场设计的产品和品牌。"中国白酒市场的竞争已经非常激烈。澳洲著名维生素品牌Blackmores就曾做过这种尝试但遭遇了失败。当然,富邑如果投入大量资金进行推广,开发自己独有的小众市场,也可能会获得成功,获得丰厚的利润。"

低税率与"上下联动" 进口酒加固市场防线

■ 苗倩

日前,新西兰贸发局官员安德鲁·霍尔登介绍说,包括葡萄酒生产企业在内的13家新西兰毛利企业已组成企业联盟,准备打包其产品,通过新西兰邮政在天猫国际的渠道进行展示销售。他还表示,毛利企业联盟的产品计划今年11月在首届中国国际进口博览会上亮相,形成线上线下同步销售。紧接着,7月1日,我国降低1449个税目的日用消费品进口关税,而这一数字已经占到所有进口消费品总税目的7成之多,平均降幅更是达到了55.9%。根据商务部公布的《主要消费品供需状况统计调查分析报告》结果显示,进口商品将成为市场供给重要补充,消费者关注的食品、服装鞋帽、化妆用品等消费品前10名中,全部在此次降税范围之内。据悉,降税实施后,将促进扩大日用消费品的进口,满足消费者的消费升级需求。

税率降低 渠道下沉

国家相关部门人员曾表示,中国主动降税的措施,是中国扩大开放的重要举措之一。在快消品领域,葡萄酒的进口关税近年来也呈现大幅下降之势。据悉,从2006年7月1日起,葡萄酒实施新的《消费税管理办法(施行)》,进口葡萄酒消费税可用进口环节已纳消费税抵减,从而进一步降低了成本。2012年1月1日起,我国对新西兰葡萄酒等产品的进口关税降为零;2015年1月起,我国对智利葡萄酒进口关税降为零。2015年,中澳自由贸易协定正式签署后,我国承诺"对于起泡酒以及小于2L容器的进口葡萄酒,关税将由14%,在第一年降至11.2%,第二年降至8.4%,第三年降至5.6%,第四年降至2.8%,预计将在2019年降至零。对于散装葡萄酒,关税减免方案为从20%每年逐步递减至16%、12%、8%和4%,并在2019年降至零。

关税的降低,加上国外大都对酿酒葡萄种植给予一定的农业补贴,使得进口葡萄酒生产成本大幅降低。

日前,国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)发布的《2017年全球葡萄酒业发展和趋势报告》(以下简称《报告》)显示,全球最主要的葡萄酒进口国是德国、英国、美国、法国和中国,共占全球进口量的一半以上,进口额达到144亿欧元。我国葡萄酒消费量和进口量均居全球第五。2017年,我国葡萄酒消费量为1.79百万千升,同比增长3.5%,约占全球消费总量的7%,葡萄酒进口量为7.5百万千升,同比增长17.1%。《报告》还称,我国葡萄酒消费量和进口量持续增长。一方面,由于我国消费者可支配收入不断增加,消费理念发生变化;另一方面,葡萄酒有益健康等相关宣传不断深入,尤其是进口葡萄酒一直以来对我国市场的投入,宣传自身独特的品牌文化和饮食方式,极大地迎合了国内消费者的"猎奇心理"和人们追求时尚的需求。

著名葡萄酒经济与文化学者、滨州医学院葡萄酒学院教授刘世松也指出,中国年人均消费葡萄酒仅为世界平均水平的1/3。巨大的消费潜能以及不断扩大的市场空间,引起了全球葡萄酒厂酒商的关注,加之进口关税的降低,使得进口葡萄酒快速增长。

此次,随着日用品等消费税率的降低,一些具有"高大上"品牌印记的进口商品,很容易对国内消费群体形成包抄之势,进一步抢占国内市场。

进口酒线下线上联动

在营销专家肖明超看来,当今中国消费升级的浪潮越来越激烈,当下消费的两大趋势即"新精致"和"新智慧"。在"审美生活化"和"生活审美化"的双向互动下,美的享受成为了消费升级时代人们的"自我滋养"方式,这也就是人们追求的新精致。而在大数据普遍运用的当下,"虚实融合互动",即通过线上线下的融合互动会创造出新的价值。

在今年的618大促期间,京东、阿里巴巴无不通过与实体门店的联合让利活动等,掀起了年中消费的一股热浪。如今,进口酒越来越接近国内市场的线下、线上渠道。据悉,在6月底进驻天猫国际的新西兰企业,在渠道运作上也实现了国际化运营的无缝链接。如果国内消费者要购买新西兰的葡萄酒,新西兰邮政可以通过与中国邮政的合作渠道直接发货给中国消费者。霍尔登表示,新西兰贸发局正在组织更多当地企业与中国电商平台合作,这将成为未来新中两国贸易的新趋势。

中国人均GDP已经超过8000美元,正在崛起的中产阶层以及80、90后等越来越具备国际化的视野和消费选择倾向,加之天猫、京东、网易都在展开进口葡萄酒跨境业务,依托强大的流量、资金与物流能力,进行产品与价格竞争,发展迅速。

另外,以京东为例,2017年底,京东推出名为"京尊达"的京东名庄酒配送服务。当用户在京东商城自营平台上购买标记有"京尊达"标识的高价值商品,"京尊达"会以专人、专车、专线形式配送。

而就在不久前举办的亚洲首届一指的葡萄酒及烈酒贸易展、第20届Vinexpo香港酒展,在中国香港会议展览中心开幕。开幕前,法国波尔多圣埃米利永骑士会向两位新人授予了骑士勋章——阿里巴巴天猫进出口事业部总经理刘鹏、天猫国际副总经理刘一曼。刘鹏自称并不太能喝酒,在他看来,"天猫国际获得法国骑士勋章,是对其帮助法国波尔多酒庄打开中国市场大门、提升中国消费者对法国葡萄酒的认知,所给予的肯定。"

进口酒不仅与电商平台强化合作,还通过与国内企业的合作,强化对渠道的布局。

6月29日,澳大利亚富邑葡萄酒集团宣布已与中粮名庄荟国际酒业有限公司及厦门建发国际酒业集团有限公司签署合作备忘录,就富邑集团旗下Rawson's Retreat洛神山庄品牌达成长期战略合作伙伴关系。根据合作备忘录,两大战略平台商与富邑集团将共同加深加宽经销网络,以及加快新零售业务,洛神山庄下一步市场布局的重点方向包括:联合现有和新增的客户(包括新增跨界客户),进一步优化和拓展线下渠道网络。在大力拓展线下市场同时,通过产品、营销差异化等方式加快培育在电商和新零售领域的业务。

可以看出,进口酒已经对渠道开始了深耕,越来越"接地气"的运营方式,以及线下、线上的联动,将带来不小的市场攻势。

面对进口酒的文化渗透和渠道布局的深入,国产酒再一次走到了"最危险的时刻"。有业内人士不止一次地提醒说,我们的国产酒缺乏营销的持续性和文化宣传的长久性,参加几次展会没有效果就不去了,单纯地建设华丽丽的酒庄,酒庄文化却鲜见。

"皮之不存,毛将焉附?"有葡萄酒专家表示,如马云所言,我们已经从信息时代进入了数据时代。在信息时代,厂商通过信息可以获取利益,但是在数据时代,一切都是透明的了,消费者和买家轻易地就可以从网络上获取原始的数据,以往靠策划专家的一个点子或者一个方案就能让产品大卖的时代即将过去了,葡萄酒行业也是如此,国产酒要想得到长远发展,只有老老实实地做好产品,定好价格,做出口碑,才可能有持续的发展。

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:陆奉勇
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
◆工业级纤维素霉
◆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