梦之蓝国际版圈粉无数 洋河国际化拭目以待

近日,“梦之蓝国际版(中国香港)全球首发仪式”在香港机场免税店盛大启幕。此次亮相香港,面向全球的国际版凭借其时尚的设计,绵柔的口感和顶级的酒质圈粉无数,获得了众多国外消费者的抢购热情。

热销与好评的背后是产品本身的优质打造。国际版在规格上按照欧盟标准设计的750ml,比国内正常规格多出250ml,酒质更是在“一带一路”峰会用酒的基础上再加20%的20年老酒。“更大更好更国际”是梦之蓝比肩世界名酒进入国际市场的自我要求。

“向世界展示中国白酒文化”一直是洋河近年来战略使命的重要一环,在国际化大趋势下,洋河一直在努力探索与践行国际化市场道路,以独特的创新优势打开了新的大门。只有走出去,才能让世界真正知道什么是中国白酒。

对于中国白酒,国外消费者的排斥和不喜欢更多源于对白酒文化的不了解。洋河无论是在伦敦“2018中英政商峰会”、巴黎“中法文化交流之夜”还是南非“国际食品展”,都用梦之蓝“这瓶酒”不断讲述着中国白酒的文化与传承,足迹遍及俄罗斯,瑞典,克罗地亚,巴西,乌拉圭,肯尼亚,埃塞俄比亚等37个国家和地区。现在,在国外轻松买到一瓶梦之蓝,已经不是什么难事,听到外国消费者谈论梦之蓝也不必惊讶。因为“中国白酒 绵柔洋河”的品牌形象已经在全球各地深入人心。

不惜代价打造与众不同的产品更是洋河坚持贯彻的原则走向。自2003年,洋河推出“蓝色经典”系列产品开始。“绵柔”成为了洋河在酒类市场上独树一帜的标签,引领消费者从“闻香味”走向了“品口感”。梦之蓝口感绵柔而不张扬,更加适合国外消费者的口感与饮用体验,改变了中国白酒传统的辣喉印象。如今,绵柔已经成为各地消费者对中国白酒的重要评价标准。此外,其蓝色形象中透露静谧和包容,设计上突破创新在高端典雅中不失时尚的格调。在传递中国文化,中国形象的同时诠释了梦之蓝所体现的含蓄内敛、连绵不断、以柔克刚的智慧。在近年来洋河登上的国际舞台中,梦之蓝真正做到了在国与国之间的沟通交流中,不仅品酒,更是品文化。时代新国酒、绵柔梦之蓝已经成为中国高端白酒的典范,中国文化获得世界越来越多的认同与尊重的同时,梦之蓝用这一抹中国“蓝色经典”赢得了世界的认可与喜爱。

洋河的国际化战略部署厚实而稳健,在全球经济一体化的大背景下,中国白酒在国际市场上的形象越来越丰富,越来越清晰。

在让外国消费者进一步了解中国白酒的文化意义和酒质口感的关口上,此次梦之蓝国际版在香港全球首发无疑显得格外重要。从某种程度上,洋河已经成为了白酒国际市场上的排头兵,对于国家形象的文化阐释,对于洋河本身的品牌发展,对于国内其他酒企的借鉴意义都至关重要。

伊力特新产品 进入甘肃市场 拉开了进军疆外市场序幕

自2017年伊力特品牌运营公司成立以来,伊力特品牌运营公司致力于疆外市场的开拓。

为更加深入地了解疆外市场的销售工作,6月,伊力特品牌运营公司董事长宋崇东与副总经理韩福民率队来到甘肃市场考察工作,开启了伊力特品牌运营公司疆外重点市场考察调研之行。

甘肃市场作为伊力特的重点销售市场,年初与甘肃兰花花商贸公司签订了合作意向,在此期间伊力特一直关注市场的发展状况。

兰花花商贸公司除了做好酒类线下销售工作之外,还助力推广伊力特的品牌形象与口碑宣传,开展各类线下宣传与品鉴活动。

此次调研之行刚好赶上河桥镇乐山村油菜花节的开幕仪式,兰花花商贸公司将伊力特产品植入其中,让当地居民与游客感受伊力特产品的魅力,大家的一致好评也为产品的品质做出了肯定。

截止目前,山东、湖北、河北等地也相继开展促销活动,各地区经销商都在为伊力特事业的不断壮大奉献自己的一份力量!伊力特品牌运营公司是链接伊力特与疆外市场的一架桥梁,未来在这座桥梁上,相信各地区的经销商会更加充满斗志,团结一心,砥砺前行!

独家协办

中国食品工业协会
酒类食品高新技术培训中心

四川省川技王
酒类研究设计院

四川省广元市
酒类技术研究所

电话 (0839)3600888
(0839)3602639

金秋大连迎盛会 千商论道金石滩

■ 金峰

7月14日,由世界酒业联盟支持,中国酒业协会、中国酒类流通协会、中国副食流通协会、中国酒业新闻网主办,中国千商大会组委会办公室承办,金石滩酒业集团有限公司、中国副食流通协会酒类专业委员会、中国商业企业管理协会糖酒副食品分会、辽宁省酒类行业协会、吉林省酒类流通协会、吉林省酿酒协会、黑龙江省酒类流通协会、黑龙江省酒业协会、广东省酒类行业协会、江苏省酒类行业协会、河南省酒业协会、浙江省酒类流通协会、山东省糖酒副食品商业协会、安徽省酒类流通商会、深圳市酒类行业协会、吉林省酒业商会、辽宁省白酒工业协会、大连市饮品行业协会、上海观峰企业管理咨询有限公司等协办的中国千商大会?大连酒业峰会的国内新闻发布会在位于大连市东港的大连国际会议中心新闻发布厅举行。一时间,行业内舆论哗然,引来百余家国内主流媒体争相报道。

千商峰会方兴未艾

自2016年起,中国千商大会组委会办公室连续执行举办两届在业内影响很大的酒业峰会。

主题为“非常营销”打破酒业窘境的中国千商大会?乌镇酒业峰会于2016年6月15日-17日在世界互联网大会永久会址——中国乌镇举办,主题论坛突出新思维、跨界经营和互联定位三方面内容,分论坛探讨互联网创新、传统经销商涅槃重生、90后创业等话题。

据不完全统计,乌镇酒业峰会参会嘉宾来自31个省、市、区,参会企业超过1100多家。与会酒业大商占酒类流通大商的60%以上,酒类流通500强企业中,参会的企业70%以上,营业额占我国酒类流通市场的2000多亿元。

主题为“影响中国酒业,融通世界经济”的2017中国千商大会?博鳌酒业峰会于11月8日至10日在博鳌亚洲论坛大酒店举办。

博鳌酒业峰会上,先后进行了中国酒业国际化研讨、中国酒业品牌论坛、第二届中国低度白酒发展高峰论坛,并且对外发布《中国十七大名酒国际化博鳌宣言》。

期间,“世界主要产酒区市长对话”、《2017中国酒业白皮书》首发、第二届中国酒业“华商奖”颁奖、2017布鲁塞尔国际烈性酒大赛(亚太区)获奖产品颁奖等活动精彩不断、缤纷呈现。

继第一届“‘非常营销’打破酒业窘境”的乌镇酒业峰会、第二届“影响中国酒业,融通世界经济”的博鳌酒业峰会,2018年9月27日-29日的大连酒业峰会,值得人们的期待!

酒业峰会在东北大连举办

七月初,财经作家吴晓波口述一篇文章“东北经济如何留住年轻人”。他口述说,在中国企业界,有一位很活跃的摄影师潘石屹。近几年,他放弃拿地,做起包租公,空余时间以摄影的方式记录时代的变化。从2017年10月至今,他为700多位民营企业家拍摄照片,遗憾的是,没有一人来自东北。

2004年,国务院曾提出过一项国家级的区域经济战略——振兴东北老工业基地,重点发展民营企业。转眼时间过去了14年,潘石屹从一个摄影师的角度,证实着东北民营企业发展的落后。

吴晓波分析说,东北经济得了三种病:国企病、资源依赖症、官本位。

诚如吴晓波所言,“三种病”在东北酒行业的表现也显突出。

东北酒企业大多从国有企业转制过来,又受区域大环境的影响,不思考,没有长远打算,小富即安,跟风宣传、销售、生产等,在东北酒行业是一种通病。由于不思考没长远打算,在行业调整期,面对名酒区域下沉的情况,乱了方寸;由于缺乏自己的产品定位,

跟风产、销、宣,难以获得消费者的认可。

东北酒资源依赖症表现为,部分东北酒为一己私利,在产品质量、口感、宣传严重同质化的同时,无节制的标签“纯粮”概念,透支东北板块酿酒原料资源的未来。

长期以来,东北酒的品牌形象一直不容乐观,没有了品牌的力量,得不到人们的认可,导致单纯为销量进行大面积招商,缺乏对市场的管理和深度运作,进而产品的存活率很低。在低价竞争、大力促销、规模扩张等已很落伍的情况下,在销售策略上东北酒还没有太好的办法。于此,托关系、搭人情、找熟人等“官本位”的思维,在营销中依然有不小的市场。

“三病”合一的结果是让东北酒在生产、销售、文化、宣传上失去了自信,且这种不自信传递给了流通企业及消费者。东北酒生产、流通企业不能形成合力,对振兴东北酒板块有着不小的影响。

在吴晓波的口述文章里并没把东北“一棍子打死”,最后,他通过和东北大连年轻人的聊天感知:“从年轻一代的身上,我似乎看到了大连和东北的未来”。

去年11月,《辽宁日报》刊出“打造引领东北振兴重要增长极”的新闻报道,作为辽宁省经济增速最快、经济实力最为雄厚的城市——大连,在东北的引领作用无可替代。

“随着朝鲜开始实施对外开放,东北振兴的局面大为转好,城市格局和产业带等也会发生重大变化。从开放的角度看,以后大连对东北地区的经济地位可能有点像长三角的上海”黑龙江当代中俄区域经济研究院院长宋魁谈到最近东北振兴的新情况时说。

东北振兴当然包括东北酒的振兴,东北振兴看辽宁、辽宁振兴看大连,东北酒的振兴寄希望于大连。

时下,东北酒行业的人们都在思考:东北酒怎么走?怎么上一个台阶?怎么握紧五指在国内市场上打好一拳?

思考中的人最需要大脑起化学反应,东北酒行业需要催化剂,需要外部力量搅动一下,需要国内顶级活动推动一下,需要业内有影响力的峰会、论坛先行热场。

作为能影响中外的国内酒行业顶级论坛的千商大会有这个想法,作为中国酒业惟一经国家新闻出版总署批准、公开发行的酒业财经周报《华夏酒报》有这个责任,作为“振兴东北”前沿阵地的辽宁省行业协会有这个义务,作为有前景、有雄厚实力、能思考的金石滩酒业有这个担当。

论道“达沃斯”喝金石滩酒

大连酒业峰会主论坛在大连夏季“达沃斯”论坛主会场,它位于大连市有着“钻石港湾”之称的东港商务区,CBD核心区的大连国际会议中心。

大连国际会议中心占地4.3公顷,总建筑面积14.68万平方米,高59米。建筑设计恢弘大气,外观独具个性,设计施工难度超过“鸟巢”和“水立方”,其主题建筑分为地下一层,地上四层,含大剧院共有大小会议室34个。

提及金石滩酒业和金石唐风国际温泉会馆(以下简称唐风温泉)就不得不说大连金玛集团,金石滩酒业和唐风温泉都是金玛集团的全资子公司。

以“听党话、跟党走、报党恩”为己任的金玛集团总部在大连市金普新区,经过二十多年的发展,形成硼业、商业、康养旅游业、农业、酒业五位一体,一、二、三产融合发展的产业格局。

据悉,金玛集团共有分、子公司120多家,遍布全国20多个省、市、自治区,连续多年跻身中国民营企业500强、中国民营企业服务业100强。先后荣获中国十佳诚信民营企业、中国商业名牌企业、中国石油和化学工业知名品牌产品、国家火炬计划重点高新技术企业等400多项殊荣。

金石滩酒业成立于1996年,主要从事“金石滩”品牌系列白酒、“胜雄峰”酒的生产、配制,“益康茗”代用茶的研发、生产和销售。旗下拥有金石滩生产基地、泸州八仙液酒业有限公司、大连金正和酒业销售有限公司、金石滩益康食品有限公司等10余家子公司。其窖池628口,其中国家非物质文化遗产窖池176口。系列产品以浓香型为主,清香型为辅。

优质的酿酒原料均选自金玛现代农业集团生产的绿色、无公害、无污染原粮,并聘请中国著名白酒专家、布鲁塞尔国际烈酒大赛国际评委钟杰为核心的团队对采用传统固态发酵工艺酿造的产品进行把关。

产品先后获得辽宁省“纯固态好酒”,辽宁省著名商标,中国名优品牌,辽宁省白酒工业协会、吉林省酿酒协会、黑龙江省酒业协会联合颁发的“优质产品奖”等称号。

唐风温泉是大连市2010年十大旅游建设项目之一,是面向东北亚高端消费群体集温泉、商务、养生、运动、娱乐和度假为一体的超五星级休闲会馆。位于大连金石滩的南部,乘车15分钟便至绵延数公里的黄金海岸,距市区55公里、距机场52公里。其与相毗邻的狩猎场、发现王国、国际高尔夫球场、国际金融会议中心、黄金海岸等共同打造着中国第一滩。唐风温泉按照盛唐时期的建筑风格依山而建,几十座唐风唐韵的院落建筑群古朴典雅,随处可见的亭台楼阁、小桥流水,宛若时光倒流,穿越回到古色古香的古时光。

届时,古典美的院落,华清池温泉宫、以儒家思想德、乐、仁,为主题的同德馆、同仁馆、同乐馆,驿馆的中西餐厅将张开双臂,拥抱来自全国各地参加大连酒业峰会的朋友。

领导、专家、大伽齐聚发布会

据了解,大连市人民政府副市长靳卫国,大连金石滩国家旅游度假区管委会党组书记、主任尚书臣,中国副食流通协会会长何继红,中国酒业协会专职副理事长刘秀华,中国酒类流通协会专职副会长刘员,大连金玛集团董事局主席王延和,辽宁省白酒工业协会会长王贵玉,黑龙江省酒业协会会长赵志昌,吉林省酒类流通协会会长陈志强,吉林省酒类商会秘书长刘东涛,大连市饮品行业协会会长刘昭友,大连市饮品行业协会秘书长陶钢,金石滩酒业集团有限公司董事长王彦顺,中国千商大会组委会办公室主任熊玉亮,中国千商大会组委会办公室常务副主任、《华夏酒报》、中国酒业新闻网总编辑韩文友,中国千商大会组委会办公室副主任、上海观峰企业管理咨询有限公司董事长杨永华,中国副食流通协会酒类专业委员会执行会长李锦宜,中国副食流通协会酒类专业委员会常务会长胡义明,中国副食流通协会酒类专业委员会专业会长陈铁锤及国内近百家主流新闻媒体将参加14日的中国千商大会?大连酒业峰会新闻发布会。

王贵玉认为,在中国特色社会主义进入新时代的大背景下,千商大会作为中国酒行业顶级思想盛宴的一面旗帜、享誉国内外酒类行业,弘扬中国酒文化、传播中国老味道。千商大会?大连酒业峰会在东北的举办,定会在东北酒行业掀起一场史无前例的头脑风暴,搅热趋势待发的东北酒类市场,以先行者的态势在东北酒砥砺前行的振兴过程中抛砖引玉,为东北酒的繁荣发展作出应有的贡献。

何继红:助力千商大会打造国际平台提出三建议

■ 岳晓声

7月14日,中国千商大会大连酒业峰会新闻发布会在辽宁省大连市国际会议中心达沃斯会场新闻发布厅举行,作为中国千商大会主办单位代表、中国副食流通协会会长何继红提出了中国千商大会发展的三条建议,有力地助推中国千商大会打造国际化发展平台。

何继红说,千商大会经过不断发展,已经成为在我国酒类行业中具有着重要影响力的行业盛会,尤其是今年,在大连市有关方面的积极支持和努力下,中国千商大会走进我国东北老工业基地,走进大连这个浪漫之都、时尚之都。

何继红说,今年是改革开放四十周年,也是贯彻十九大精神的开局之年,中国进入了新时代,人民日益增长和提高的美好生活需要已经成为我国经济发展的出发点和落脚点,办好今年的千商大会大连酒业峰会,何继红会长提出了三点建议。

一要树立大局意识,发挥行业的导向作用。何继红说,千商大会是我国酒类行业共赢共享的平台,生产企业、流通大商、渠道经营、终端把控,成为联接整个产业链一体化经营的平台。她希望中国千商大会组委会办公室要从推动东北老工业基地、东北酒类产业经济发展的大局和高度,推动全国糖酒食品行业发展的高度,有的放矢地进行论坛设计和活动规划。

二要加大力度整合资源办会。何继红表示,千商大是系统化项目,需要各方面的共同推动。从千商大会的创建到近十年的发展,作为参与者,作为千商大会发展的见证者,千商大会之所以能得到行业认可,根本原因就是整合资源办大会。从本届峰会主承办单位的情况来看,不仅传承了以往千商大会的格局,更重要的是融入了更多的国内外行业组织的参与,让更多的专业机构融入到千商大会的大家庭,使本届峰会成为中国千商大会发展的里程碑,全面开启千商大会发展新的一页。

三要推动千商大会的国际化进程。何继红强调,千商大会从河南走向江浙,从江浙走向博鳌,再从博鳌来到大连,千商大会成为一个星星之火,点燃着中国糖酒食品行业的思想盛宴。何继红希望组委会,能够立足行业背书,借助国家“一带一路”、“上海合作组织”、“金砖国家”等机构和战略,借助布鲁塞尔等国际化酒类大赛常规赛事,积极推动千商大会走出国门,开拓更加宽广的国际大市场。