

阿里 + 天猫 +1919 开启酒饮新零售落地模式

■ 杨孟涵

在“新零售”的浪潮下,传统酒商到底要不要转型?又应该选择什么样的模式转型?阿里巴巴赋能后的 1919 又将为酒饮行业带来怎样的数字化变革?

日前,1919 携手阿里巴巴在成都举办“中国酒业数字化创新峰会暨 1919 千城万店战略发布会”。会上,阿里巴巴天猫食品总经理王丹与 1919 创始人、董事长杨陵江共同宣布 1919 全面接入阿里酒饮商业操作系统,双方将携手共启酒饮数字化元年,为行业伙伴赋能。

当日,2000 多位来自全国的行业领导、酒厂厂商、经销商、供应商以及媒体齐聚一堂,共商酒饮发展方向,共探万亿酒饮市场未来。

阿里 + 天猫 +1919 构建酒饮新零售模式

“阿里+天猫+1919 将开启酒类新零售落地模式。”会上,天猫食品总经理王丹表示,阿里+天猫+1919 的合作,将是一场“人+货+场”的酒水革命。阿里巴巴将 与 1919 通过人、货、场的全链打通,实现会员共享、门店共享、渠道共享、供应链共享、品牌资源共享,共同为酒饮市场赋能。这标志着,1919 全面接入阿里酒饮商业操作系统。

王丹透露,在“酒业新零售模式”中,双方将通过会员共享,联合拉新运营,提升运营效率和消费者体验;其次,通过门店共享,营销共振,IP 下行,来扩大影响力;再者,在全渠道方面,双方将实现线上线下一体化,并以 1919 吃喝‘19 分钟极速达’配送履约。不仅如此,双方还将利用品牌资源,共同开发天猫专供产品,建立天猫酒类采购中心,以货品和服务体验的优化,实现供应链升级。

事实上,阿里巴巴早与 1919 探索了酒饮新零售革命,并已在天猫、淘宝、零售通、菜鸟、饿了么、口碑、蚂蚁金服、阿里云等多条业务线,展开了供应链、仓储配送、金融、数据资源等领域的深度合作, 阿里巴巴商业操作系统的大图正在酒水行业徐徐展开。

王丹表示,1919 作为酒饮新零售独角兽,是阿里巴巴在酒饮市场的重要布局。此次 1919 全面接入阿里商业操作系统,将会帮助 1919 完成“品牌、商品、销售、营销、渠道、制造、服务、金融、物流供应链、组织架构、信息技术”等 11 大商业要素的在线化和数字化转型。

王丹称,经过近 20 年的发展,阿里巴巴 2018 年大数据,针对市场和消费者关心的项目进行了大数据分析,比较全面地展现了豫酒的市场和消费状况,也为豫酒今后的发展提供了有益的参考。

豫酒振兴需要什么? 豫酒转型发展的突破口在哪里? 由河南省白酒业转型发展专项工作领导小组办公室主办、河南省商务厅承办、河南省酒业协会执行的《豫酒振兴 出彩河南-河南名酒推介会》上,今日头条河南分公司营销创意总监刘鹏飞发布了 2018 年度河南酒业大数据——《数酒论道-豫酒行业趋势报告》,为转型发展中的豫酒提供了有益参考。

豫酒品牌文化,谁最受关注?

河南,是中国酒和酒文化的发源地,几乎每个豫酒企业都是一部完美的中国酒业发展历史,那么,豫酒中那个企业的酒文化最受关注?

刘鹏飞总监说,从 2018 年度今日头条大数据显示,豫酒重点企业中,仰韶文化的关注是 5672 万条,排名第一,从第二到第三名的分别是杜康文化 3601 万条、贾湖文化 994 万条,宋河文化 743 万条、赊店文化 544 万条分



集团在服务全球超过 6 亿消费者跨场景不同需求的同时,更形成了一个独特的帮助企业完成数字化转型的阿里巴巴商业操作系统。数字化转型无疑是推动传统的酒水行业未来增长的关键。而 1919 拥有领先的酒饮新零售模式,在酒类流通行业深耕多年,完成了线上线下融合的业务体系搭建,双方将通过人、货、场的酒饮消费场景重构,为用户提供更好的购酒体验。

数字化为酒饮行业全新赋能

“酒业发展模式转型,数字化创新是构建酒业新生态的必然选择;消费模式升级转型,年轻化趋势是酒类消费不可回避的问题;产品销售渠道转型,酒饮新零售是重塑酒类销售模式的大趋势。”会上,1919 创始人、董事长杨陵江发表了“1919 酒饮数字化之路”的主题演讲。

他表示,酒饮新零售数字化新时代,必将带来酒饮行业发展模式、消费模式以及产品渠道的升级转型。1919 将通过‘数字化’创新,赋能酒饮终端传统零售形态,以完善的数据、金融、物流等运营方案,来解决酒厂、酒商以及消费者的全新需求,从而带动全行业产业链的新发展。

杨陵江认为,酒饮新零售最基本的标准和门槛应该包括:

一、一定要有线上获客能力。来自线上的订单,能占到门店线上线下总订单的 50% 左右或更高;

二、线下门店一定要能真正连在一起,锁在一块儿,除了硬件要统一,软件更要统

一;线下除了具备传统的到店零售功能,还必须具备区域前置仓、地推站和服务站的功能;不仅能服务 C 端用户,也能服务于 B 端用户;

三、线上线下必须是一个整体,必须分工协作,彼此互为身体;线上线下必须是一套系统,能做到数据、存货、会员的彻底、即时共享。

未来,不论是面向 B 端的产品研发前置、上游供货渠道、库存科学管理、目标人群精准画像与定制的营销策略支持,还是全链条物流配送系统、金融支持,抑或面向 C 端消费者的全套酒饮服务,都将随着行业升级更新而形成越来越完善、精细的解决方案。

“1919 作为行业的创新者,将建立更长远的良性酒饮消费生态链;1919 将以消费者为出发点,以合作伙伴为出发点,用数字化的方式来解决行业共性问题。”杨陵江说。

1919 与行业共享酒饮数字化红利

酒品牌厂商对‘数字化’愈加重视,是行业趋势。比如,‘智慧茅台’的数字化转型以及五粮液成立大数据中心等。但酒饮行业的大数据该如何建立呢? 杨陵江表示,全面接入阿里商业操作系统的 1919, 将联合阿里巴巴建立酒饮数据库,与酒厂、酒商等共享‘数字化’行业红利。

他透露,1919 早就开启了数字化之路的探索。多年以来,1919 一直致力于打造从厂家到消费者之间,集订单、采供、物流、数据营销四位一体的专业数字化服务平台。截至目前为止,已经构建起国内最大的线上线下一体化布局的酒饮服务平台,并通过深入运用大

数据思维,促成了线上线下的融合发展。

据悉,目前 1919 内部,由电子商务公司,连锁管理公司,供应链公司,品牌管理公司,信息技术公司与仓到店公司构成,六大公司分别负责酒饮产业链条的六个关键环节。而酒饮产业链的关键核心题,通过六大公司的内部信息数据共享,可提升公司运营效率。外部,有阿里巴巴战略投资,阿里巴巴全生态渠道战略支持,将有海量的线上流量优势。

2019 中国酒业数字化创新元年

“数字化创新或者说数字化赋能,已经成为行业共识。茅台、五粮液等一线名酒企业在渠道数字化方面的行动举措显示:以消费需求为导向、以数字化赋能为核心、以创新驱动为引领的中国全新酒业时代正在到来,2019 年将成为中国酒业数字化创新元年。”会上,中国酒业协会副秘书长兼市场委员会秘书长刘振国表示,数字化创新为中国酒业发展注入了一剂催化剂。

对于阿里巴巴与 1919 此次联合发布酒饮商业操作系统,刘振国很是看好。他表示,1919 区别于酒厂与其他渠道商。1919 充分连接了消费者与酒类品牌,以技术手段建立数字化的商品、物流、管理体系,并依托门店优势,建立了酒水消费大数据库。1919 通过数据运营反哺酒产业链,让社会看到了 1919 的行业担当与企业责任。期待阿里巴巴与 1919 的深度结合,以数字化创新引领行业发展,重构消费者与酒饮消费关系,共拓酒业数字化创新未来。

保健酒工作委员会 参展第十三届中国国际酒业博览会

日前,第十三届中国国际酒业博览会在四川省泸州市举行,保健酒工作委员会应邀参展此次盛会。本次博览会有来自意大利、美国、法国、德国等 40 个国家和地区的 1000 多家企业参会参展,展品汇聚全球名酒,涵盖酒类全产业链。

保健酒工作委员会此次在展区 D 馆 37 号特装展位展出,展位面积 220 余平方米。共有来自全国的 11 家会员单位联合参展,展品有中国劲酒、宁夏红枸杞酒、致中和五加皮酒、华佗十全酒、大清鹿苑鹿司令酒、石湾春花生酒、养生殿小三宝酒,也有新风格的毛铺苦荞酒、五粮液竹荪酒、泸州老窖香糯酒、古井贡毫菊酒等,不同品种、不同规格共计 100 余款。本次展会,参展企业坚持与消费者积极互动,通过品鉴讲解、扫码关注等方式,让消费者亲身感受,了解保健酒的不同风格和功能。参展企业也借助此次契机与消费者紧密沟通,让观展嘉宾体会保健酒的产品魅力,提升了各生产企业的品牌形象。

保健酒行业发展受到中酒协及企业领导的帮助和支持,劲牌有限公司副总裁王楠波、泸州老窖股份公司副总经理、养生酒业董事长沈才洪等领导,先后莅临展位参观指导,了解企业的参展情况,鼓励企业推陈出新,结合市场需求,不断完善产品品质、丰富产品类别。

酒博会期间,还开展了国家级果露酒评委会、最佳新品“青酌奖”评选、最美酒瓶大赛、酒业标准化峰会等丰富多彩的活动。通过此次参展,企业不但提升了品牌知名度和美誉度,还收获了极具行业价值的荣誉,进一步深化了企业之间的交流和了解。 (许强)

国橙佳酿打造消费者信任的果酒产品



日前,“中国酒业主流香型品类融合发展趋势论坛”在成都锦江宾馆如期召开,正大鳄鱼酒业参加论坛亮相产品,得到了大家一致好评。

果酒作为一个新兴的酒品类,目前市场还处于导入期向成长期过度,是唯一没有被开发的酒类产品,对于目前的中国市场而言,中国果酒产业更像一个成长中的少年,潜力巨大,其市场发展潜力正在被全面关注,越来越多的酒企和渠道参与到果酒产品的开发和建设中来。

瑞金客佳红酿造股份有限公司成立于 2016 年,是瑞金市政府招商引资,由江西越秀集团强力注资,联合瑞金市城市发展投资集团有限公司、赣州发展投资有限公司合力打造。工厂位于瑞金经济技术开发区,项目总用地面积 122591 平方米,建筑面积 90748 平方米,总投资 2.6 亿元。国橙佳酿作为公司核心战略产品,其目的补充果酒市场,产品一经推出就受到市场欢迎,国橙佳酿以赣南脐橙为原料运用新工艺酿制而成,已通过 I SO 9001 及 HACCP 质量体系认证,并获得国家发明专利 2 项和若干实用新型专利。

企业传承酿造果酒古老配方,融合当代的传统工艺,将橙酒的文化合二为一,采用先进的生产设备和半机械化的生产方式,酿造出具有酒质“醇香清幽、酒体协调丰满、口感清爽微甜、喝后不上头”的至尊产品,奉献给广大消费者。将含有多益人种多种营养元素的橙酒推广给广大消费者,开启新的健康养生之道。

公司拥有高级酿酒师、中级酿酒师、品酒师多名,同时具有专业高效的营销团队和精干务实的管理团队。我们相信,瑞金红“国橙佳酿”通过政府和资本力量的介入,将给果酒的热度、专业度及标准化建设提到史无前例的高度,在市场上不断的亮相,使媒体和消费者能够持续的关心和信任果酒产品。(企宣)

2018 大数据 豫酒最被关切什么?

■ 岳晓声

势。

白酒消费,最关心什么因素?

刘鹏飞说,2018 年度,从全国消费者对白酒的关心事项进行了梳理,消费者最关心的主要有以下几个方面。

一、白酒的口感。2018 年度,白酒口感的阅读量达到 83.09 亿次。

二、白酒的价格。2018 年度,白酒价格的阅读量达到 61.48 亿次。

三、白酒的外观设计。白酒包装外观设计的阅读量达到 52.20 亿次。

四、白酒的品牌。白酒品牌的阅读量达到 38.99 亿次。

五、白酒的广告。白酒广告的阅读量达到 29.49 亿次。

六、白酒的品质。白酒品质的阅读量达到 22.21 亿次。

什么场景,要喝白酒?

中国人注重礼仪,喝酒也一样,更加注重场景,河南人喝酒更是这样,什么样的场合适宜喝酒,什么场合不喝酒,分得比较清楚。从 2018 年大数据来看,2018 年白酒消费的场景发生了较大变化。

列第四名和第五名。

刘鹏飞,这些只是各豫酒企业文化在今日头条全年的关注度,主要与企业在该年度的活动和宣传传播有很大关系,排在前边的,说明企业在该年度的活动比较频繁,社会关注度比较高。

全国最关注的与酒相关的古代人物分别是曹操 5.73 亿条、李白 5.61 亿条、杜甫 3.16 亿条、白居易 2.17 亿条、李清照 1.56 亿条。

白酒消费,主要靠哪些群体?

所谓 TGI,是 Target Group Index(目标群体指数)的简称,就是可反映目标群体在特定研究范围(如地理区域、人口统计领域、媒体受众、产品消费者)内的强势或弱势。

刘鹏飞介绍说,2018 年从河南省白酒消费的 TGI 数据分析,男性对白酒消费的 TGI 目标群体指数是 113,女性是 71。可见,在 2018 年,在河南,男性还是白酒消费的主流群体。

从白酒消费的年龄 TGI 数据来看,18-23 岁的 TGI 是 86,24-30 岁的 TGI 是 109,31-40 岁是 189,41-50 岁是 248,50 岁以上是 236。从以上大数据可以看到,41-50 岁,是白酒消费的主流人群,50 岁以上的消费者,考虑到健康和身体原因,白酒消费的量开始呈下滑之

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:陆泰勇
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
◆工业级纤维素酶
◆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**