

上海酒类行业开启今世缘体验之旅



见证百对新人幸福 五粮液 冠名“玫瑰婚典”

卞川泽

在哈尔滨工作的沈飞格外高兴,上午他跟相恋了三年的女朋友刚刚办理了结婚证,下午就在网上报名参加了10月6日在杭州举行的“中国国际西湖情五粮液玫瑰婚典”。“上有天堂,下有苏杭,在风景如画的西湖边与心爱的人共同开启美好的人生历程,是很多女孩子的梦想。我女朋友也不例外,在报名的第一天就催我赶紧报名。”沈飞的幸福洋溢在他青春阳光的笑脸上。

已经举办了20届的“中国西湖情玫瑰婚典”,每年有来自世界各地的100对新人参加,一起在西子湖畔浪漫上演人生最幸福的时刻。今年的“中国西湖情五粮液玫瑰婚典”,五粮液作为总冠名和主办单位之首次参与其中,将在金秋十月、西子湖畔见证百对新人缔结百年之好,用醇浓的酒香奉献上最真诚的祝福。

中国国际西湖情玫瑰婚典是由共青团浙江省委、浙江省青年联合会、杭州市委宣传部(市文明办)、共青团杭州市委、杭州青少年活动中心主办,杭州市西湖情玫瑰婚典组委会、杭州青年文化传播有限公司承办的杭州西湖国际博览会的注册项目、金奖项目。这是国内参与人数最多,影响力最大,社会反响最好的婚庆文化品牌活动。它多次荣获“五个一工程”优秀文化品牌奖、中国十大民俗节庆活动、中国十大品牌节庆活动等奖项,具备强大的社会影响力和媒介传播效果。

已经成功举办20届的“玫瑰婚典”,每次都规模宏大、盛况空前,超过数十万人的观摩、120辆花车的巡游、120艘彩船的畅游,600多名表演者和100对新人组成的十里红妆迎亲、宋皇迎亲以及西湖迎亲等巡游队伍,成为了盛况空前的婚典活动之最。

凭借独有的国内外品牌、丰富的活动内容、新颖的举办形式、空前的婚礼盛况,该活动受到了各大媒体的广泛关注,连续7年登上央视新闻联播,国内外电视台、广播、报纸、网络等数万家媒体相继跟踪报道。该婚典已经成为国内外知名的婚庆品牌活动,受到了世界各地人们的好评。

作为杭州市的一项金牌活动,玫瑰婚典得到了政府的高度重视,所有相关部门全力配合,确保活动安全、顺利举行。

通过高端大事件营销赞助、跨界合作、媒介传播等,精准对接消费圈层,与消费者进行亲密互动,提升品牌形象是名酒企业一直采取的措施。而婚宴市场的重要意义不言而喻,酒对婚喜宴来说是刚需用品,婚喜宴用酒的价值可以被赴宴者充分认可和感知,具有很强的传播性和效仿效果。所以,喜宴市场的运作发力,在消费者培育、市场氛围营造、产品推广等方面都起到不可替代的推动作用。

五粮液早在多年前就关注婚庆用酒,通过系列产品、拓展渠道、赞助活动等方式进军婚庆家宴市场。2018年,五粮液·缘定今生系列产品的上市,把中国婚喜宴用酒市场推上了一个新的高度,创造了中国婚喜宴白酒新的产品价值。

2019年恰逢建国70周年,今年的第21届玫瑰婚典命名为“纪念建国70周年,2019中国国际西湖情五粮液玫瑰婚典”,以“最忆是杭州、最美是西湖、最爱是新人”为主题,邀请国内外100对新人来风景如画的历史文化名城——杭州参加2019中国国际西湖情五粮液玫瑰婚典。

今年以主办方和总冠名的方式参与进来,对于五粮液品牌来说意义重大,不仅强化五粮液产品在婚喜宴用酒市场的消费属性,更将有效巩固五粮液的高端品牌形象。

据了解,活动从5月开始到10月中旬结束,分为准备期、预热期、爆发期、升华期四个阶段,每个阶段都有精心的策划和内容与之配套进行。10月6日,婚典当天的活动从早上8点开始,到下午16:30结束,行程分为六个篇章,分别为第一篇章:幸福启程、隆重热烈;第二篇章:花车巡游、声势浩大;第三篇章:红毯风采、浪漫夺目;第四篇章:彩船畅游、宏伟壮观;第五篇章:西湖迎亲、绚丽多彩;第六篇章:盛世华典、旷世瞩目。

婚典期间还将举行“2019中国国际西湖情五粮液玫瑰婚典花仙子瞬间摄影征集”,号召更多的人参与进来。计划在观礼人群集中的市中心广场(新人出发点)设计一个16-20平方米的产品展示区和形象互动区,在主会场增加形象讨喜的产品公仔等,将生动化的品牌形象最大化地融入到活动中。除了给新人们留下美好记忆之外,也要把品牌宣传深入到国庆期间到西湖旅游的游客群体。

今年五粮液公司具有里程碑意义的一年,成功实现了第七代、第八代五粮液的顺利交接。通过冠名和参与本次婚典活动,对于推动第八代五粮液的宣传及销售都会起到积极作用,同时让更多的消费者感受“大国浓香,中国酒王”的魅力。

很多已经报名的新人得知五粮液总冠名的消息后,纷纷表示有了五粮液的参与,今年的“中国西湖情玫瑰婚典”定会给参与者带来不一样的感受。

李玉友

日前,由上海市酒消费信息中心发起,上海市酒类流通协会、上海市商业联合会、上海餐饮行业协会、上海连锁经营协会、上海南北货食品行业协会等协会及酒商代表组织组成的江苏今世缘酒业考察团一行40余人,来到江苏今世缘酒业股份公司实地考察学习,开启美酒体验之旅。

中国酒类流通协会副会长、上海市酒类专卖管理局原局长卢荣华,上海市酒消费信息中心名誉理事长易新华,上海酿酒专业协会秘书长吴建华、上海酒类产品质量检测中心总经理李伟等莅临酒厂参观考察。此次活动还邀请了江苏省酒类流通协会原秘书长刘建华女士,江苏省白酒专家组陈达达副组长一同参加考察。今世缘酒业副董事长、副总经理、白酒博士吴建峰,今世缘酒业上海营销中心总经理张晓东等陪同考察。

两天的行程时间紧凑、内容丰富。考察团先后参观了酒业展示中心、储酒窖、智能化酿

酒中心、今世缘·等着我展馆、高沟酒非遗保护区、美酒银行等。参观过程中,考察团成员无不为之今世缘精益求精的工匠精神所折服,也为酒厂宏大的规模骄人的业绩所震撼。

在酿酒研究院品酒室,吴建峰博士带领大家品鉴了最新研发的两款酱、浓新品,并讲解了两款新品的特点。品酒现场考察团成员对标名酒,认真体验每款酒的特点以及他们的区别,吴博士还同大家进行了互动,解答了成员提出的有关问题。来自上海的酒商潘岭表示:“在这样专业、正规的场景进行酒品品鉴还是第一次,从中学到了不少新知识,开拓了眼界,丰富了做酒人的人生。”

接下来,举行了“上海酒类行业考察团与今世缘酒业交流座谈会”,今世缘上海营销中心总经理张晓东主持了会议。吴建峰副董事长首先介绍了今世缘酒业的基本情况以及国缘V9清雅酱香的酿造工艺。

吴建峰说,“酿美酒,结善缘”是企业的使命。高沟酿酒历史悠久,今世缘的前身是“三沟一河”中的高沟酒厂,1996年创建今世缘品

牌,2004年创立了“国缘”品牌。今世缘的成长和发展离不开各级领导和各位朋友对我们的关心和支持。

吴建峰表示,白酒行业是传统的经营行业,我们要走向科学化,在科学化的基础上做出高品质的白酒。这些年,在智能化酿酒领域上一直处于行业前列,去年获得了中国酒业协会“固态发酵浓香型白酒智能酿造关键技术的研发及应用”项目一等奖,这也是白酒行业唯一问鼎中国酒业科学技术奖最高奖的项目;在品质管理方面我们拿到了“全国质量奖”。从高沟的酿酒历史来说,我们做的是浓香型白酒。2001年,今世缘开启清雅酱香型白酒酿造工艺的创新,历经18年科研攻关,酿造出具有独特品鉴体验的清雅酱香型白酒。希望上海酒类行业与今世缘酒业常来常往,多做交流。

卢荣华在发言中表示,今世缘让我们领会到了一个“缘”字在企业发展中何以了得。今世缘能够走到今天,主要体现在“三个坚持”,一是坚持产品质量,认真做企业。只有真正把社会的责任作为企业的责任,来做好产

品的研发,质量的把控,才能为消费者提供最好的产品。二是坚持创新。今世缘的创新能力走在全国白酒业前列,尤其是智能化酿造技术的应用。三是坚持追缘。今世缘承担起对社会的责任,贡献今世缘人的力量,尤其赞助央视《等着我》栏目,担当起了一个企业的社会责任。在这“三个坚持”的引领下,有理由相信今世缘在今后发展的更好。

上海酒消费信息中心名誉理事长易新华、上海市酿酒行业协会秘书长吴建华就中酒白酒未来发展趋势,白酒行业如何应对消费升级及行业发展窗口期等问题分别发言。

今世缘酒业所在地江苏淮安人杰地灵,是人民总理周恩来的故乡。考察团一行怀着对周恩来的敬仰之情,参观了周恩来纪念馆、周恩来故居,开启了一段难忘的红色之旅,让红色文化、革命传统代代传承。

今世缘从2008年起主要经济指标位居全国白酒行业“十强”。2014年7月,今世缘在上海证券交易所A股上市,谱写了因“缘”而生、随“缘”而盛的品牌传奇。

水井坊:昔日“壮士断腕” 今日关键一“子”

徐雅玲

毫无疑问,邛崃项目产能释放对于水井坊未来业绩的增长起着关键作用,也为其刚刚发布的股权激励目标,提供了供应链方面的保障。

7月12日,记者从成都邛崃市有关部门得到证实,自去年8月初,水井坊与邛崃市政府签订了《水井坊邛崃全产业链基地项目(第一期)投资协议》(下称《协议》)以来,整个项目按照《协议》进展顺利,产能释放也将按照原计划如期实现,今年1到6月税收是整个邛崃产区第一,超过亿元。

7月5日,水井坊召开董事会并通过了水井坊2019年限制性股票激励计划(草案),拟向激励对象包括董事长范祥福、总经理危永标等共计15人,授予限制性股票总计25.6247万股,授予价格为25.56元/股,为了顺利实施股权激励计划,水井坊将从公开市场回购部分流通股。回购计划拟使用的资金总额在1400万元至2800万元之间,价格不超过60元/股。

但要实现行权,要求水井坊的营收增速要在上市白酒公司TOP10中持续位于中上游。

根据记者对最近三年来,水井坊的年报与其他白酒类上市公司年报的数据进行梳理发现,虽然水井坊在净利润和营收增速等方面都比较好,但公司市值和营收分别为第十位和没有进入前十。

上海寰宜资产管理公司董事合伙人徐祥华告诉《华夏酒报》记者,这与近年来,水井坊从扭亏到做发展,一直在压缩中低端产品,做高利润的战略有关。“未来公司要在确保利润的情况下,实现更好的营收增量,就必须在规模上做文章。”

对此,水井坊董事长范祥福之前曾对媒体公开坦言,邛崃的签订将有利于扩大公司产能,增强公司研发和创新能力,提升公司品牌形象,让水井坊成为可持续健康发展平台。

新旧交替发布启动股权激励

根据水井坊7月5日发布公告显示,此次计划激励对象包括董事、高级管理人员、核心技术和业务管理骨干人员。其中范祥福、危永标、何荣辉三名核心高管各获得目前总股本比例0.01%的限制性股票数量,其他12名核心技术和业务骨干,获得剩余0.02%的股票。

此次股权激励的解锁分为两次,各占50%,时间分别为2年-3年期间,3年-4年期间。即在未来4个财年中,公司的管理层和技术骨干都将面对公司业绩和股价表现及股票解锁等复杂问题的局面。

值得注意的是,两次的解锁的条件均直接和公司业绩挂钩,未来3份年度报告对于激励对象来说至关重要,但这不仅是水井坊自身的表现就可以完全决定的。草案规定的



解锁条件要求水井坊的营收增速要在上市白酒公司TOP10中持续位于中上游。

然而,白酒行业的竞争异常激烈,水井坊不惜以股权激励的方式让自己不掉队,而水井坊更将业绩对照公司直接列在了方案当中,包含了茅台、五粮液、洋河等A股前十名的白酒上市公司。

2017年,2018年,2019年一季度水井坊的营收增幅分别为74.13%、37.62%、24.25%,而对标的10家酒企同期的营收增幅均值为21.28%、26.73%、26.59%。水井坊的营收增速明显放缓,今年一季报显示,水井坊的增速已经低于对标企业的平均值。

因此,在激烈的白酒市场竞争中,水井坊感受到的压力不言而喻。

毫无疑问,此次激励方案的目标是为了吸引和留住优秀人才,充分调动董监高和骨干的积极性,将公司利益和激励对象个人利益结合在一起。

“另一方面,邛崃生产基地是否能如期释放产能,也将是水井坊是否能达成目标的关键。”徐祥华指出。

邛崃项目成“活子”

记者从水井坊了解到,根据当时双方的协议,水井坊计划在邛崃进一步扩大产业规模,拟在邛崃市绿色食品产业园内分期建设“水井坊邛崃全产业链基地项目”。该项目预计占地面积约1000亩,预计总投资额约30亿元。项目建设包括酿造基地、瓶装酒包装中心仓储物流基地、国家实验室、新产品研发中心等。项目总投资包括购买土地、固定资产投资(含土地)总额为20.09亿元,铺底流动资金为2.74亿元,所需资金由公司自筹及借款解决。

令人始料未及的是,2012年后白酒行业

进入深冰期,多家酒企的业绩一落千丈。水井坊也没有逃脱厄运,其2013、2014连续两年业绩亏损惨遭戴帽,成为ST水井,开始为保壳艰难作战。

直至2015年,艰难求生的水井坊宣布终止邛崃项目,不再按原计划继续投资建设,除了保留已建成并投入使用的一期一区和其部分必备地198.43亩,其余未开发644.25亩土地使用权退回邛崃政府。此举也被业内看作是水井坊为保壳“壮士断腕”。

与此同时,水井坊的渠道运作模式,也从以前的单一总代,调整为总代模式和一级分销商直接合作的新模式。前者是水井坊长期以来在多数省份奉行的曾行之有效的模式,但这种单一模式已经不能适应行业调整后的市场变化,后者的扁平化模式更符合变化后的市场需求,能帮助水井坊在一些省份开拓新市场。

品牌定位聚焦“水井坊”

品牌定位也要调整,水井坊还将品牌的口号从“中国高尚生活元素”调整成为“水井坊·第一坊”。

在新定位下,水井坊重新梳理了品牌组合。

就当水井坊品牌而言,仍然聚焦于“水井坊”品牌,满足超高端、中高端市场;辅以“天号陈”品牌,满足中端市场;会有少许系列酒品牌,满足大众消费市场。同时,对各个品牌的所有产品进行规划。将消费者的需求划分得更细,比如是收藏目的还是自饮目的,是商务场合还是家庭聚会,是日常饮用还是纪念日饮用,以此为基础的规划也将划分得更细,形成一个品牌更全面细致的产品规划。例如,“元明清”朝代系列和“艺术家酒”这样更高端的产品,满足超高端消费者需求;“水井坊·菁翠”“水井坊·典藏”能满足有独特口感偏好的高端客户或者高端商务宴请的饮用需求;“水井坊·井台”可以满足普通商务宴请或者高端的朋友聚会的饮用需求;“水井坊·臻酿8号”可以满足普通聚会或者自饮的需求;“水井坊·鸿运”可以满足节庆、婚宴场合的需求。