

“云门号”飞机圆满首航

云门酒业集团“云门酱香酒道馆”运营中心在深圳揭牌



近日,山东云门酒业集团冠名的“云门号”飞机稳稳降落在深圳宝安国际机场,标志着“云门号”飞机圆满首航。

17:30,云门酒业在深航国际酒店举行——云门酱香酒道馆大湾区运营中心揭牌暨“云门号”圆满首航新闻发布会,深圳市相关领导、山东航空、深圳航空、深圳市山东商会、深圳市济南商会、广东潍坊商会、深圳市潍坊商会、潍坊香港合作发展中心及青州市的相关领导和深圳市社会各界精英 200 余人参加新闻发布会。

云门酒业集团党委书记、董事长汲民介绍了企业的基本概况和未来的发展战略。近年来,企业在市场运作、品牌塑造、技术研发、企业文化等方面都得到了提升与加强,保持了稳定快速发展的良好局面,销售业绩连创新高,以每年 50% 的速度递增,特别是酱香白酒的业绩增长幅度在 70% 以上,大单品乳白云门陈酿荣获“全国畅销大单品奖”,被评为“全国最具有复兴价值的品牌”和高端酱酒标志性产品。为继续提升云门速度,再现云门现象,打造“川贵地区之外的一瓶不一样的好酱酒”,我们在布局山东的基础上,已先后设立北京运营中心和海南运营中心,并在今年 7 月份开始筹备在大湾区成立云门酱香酒道馆运营中心,借助“湾区经济”的平台,挖掘更深的市场领域,寻求更深度发展空间,探索更优化

的要素聚集,打造更高质量更有含金量的云门酱酒品牌。

青州市委常委、宣传部部长陈同洲对“云门号”飞机的圆满首航和云门酱香酒道馆大湾区运营中心的成立表示祝贺。陈部长表示,“云门号”飞机圆满首航,在世界上最大的湾区经济带粤港澳大湾区成立云门酱香酒道馆大湾区运营中心,这是云门的骄傲,也是青州的自豪。“云门号”飞机的首航和云门酱香酒道馆运营中心的成立,意味着云门酱酒多了一张流动的“名片”,也同样意味着青州多了一张宣传的媒介,对于云门酒业进一步打响“云门酱香”品牌,提升青州市的城市知名度具有十分重要而深远的意义,有利于助推青州经济社会高质量发展。希望云门酒业能借“云门号”飞机高大上的高效传播,借助云门酱香酒道馆大湾区运营中心的平台,积极创新营销模式,奋力开拓市场,为鲁酒乃至中国白酒贡献新的力量。

深圳市统战部原副部长尹小满对云门酒业取得的成绩表示祝贺,对云门酒业获得的成就表示肯定,对云门酱酒的品质给予赞扬,希望云门酒业抓住大湾区经济蓬勃发展的机遇,抢抓资源,踏实经营,为企业、为山东、为深圳做出更大的贡献。

山东航空集团办公室主任孔卫民在致辞中表示,“云门号”的启航,是一个新的起点;“云门领航、山东荣耀”,承载着我



们共同的期盼和责任。我相信,这架带有精美云纹的冠名飞机,将成为展现青州文化和云门形象的亮丽名片,也必将见证山航集团与青州市委、市政府、云门酒业集团今后持续深入的精诚合作、协同发展,共同弘扬山东文化、传播山东优质品牌,不断为消费者提供更高品质的产品和服务,共创共赢更加美好的未来。

潍坊香港合作发展中心、深圳双招双引联络处主任孙学明发表讲话,粤港澳大湾区已被国内外视为全球经济未来的第四个增长极,为企业发展带来了前所未有的红利。粤港澳大湾区招引平台是“有情怀、讲效率、促协调”的平台,实现精准高效对接,将为云门精准对接企业资源,合力共赢。希望云门酱香酒道馆大湾区运营中心能够抓住机遇,踏实经营,扩展市场,创造出辉煌的成绩,使云门酒业有了更加坚实的发展平台、更好的发展途径和更大的发展空间。

深圳市山东商会副会长、深圳市济南商会会长毕永涛在讲话中表示,深圳市山东商会、深圳市济南商会作为山东在深对外宣传的窗口,是山东人在深圳的家。云门酱香酒道馆大湾区运营中心的成立,把各位优秀的山东籍精英聚在一起,以云门酱酒为媒,广交四方好友,希望商会和各位精英一起为宣传云门酱酒贡献力量。

深圳市委统战部原副部长尹小满和青

市委委员、宣传部部长陈同洲共同为“云门酱香酒道馆大湾区运营中心”揭牌。

顺天应时封好酒,感人格物储佳酿。现场九位嘉宾共同为云门酱香酒 9 坛 10 斤装“云门号”首航纪念酒进行了封坛,封存起云门酱酒的浓浓醇香。

中国评酒大师、云门酒业集团总工程师致祝酒辞,祝愿云门酒业打造的云门酱香酒道馆大湾区运营中心这艘“航船”,能在湾区经济的蓝海里,实现一定规模的市场基础,产生一定的经济效益,进一步扩大云门酱酒的品牌影响力,收获更多梦想和希望,让云门速度更有温度、更有深度、更有高度。

企业文化品牌传播人李晴声情并茂的带领现场嘉宾从悠久的酒文化、红色的基因、嫡传茅台南花北开、中国酱香型白酒国标制定者、北方酱酒产区典范、文化创新引领者、同心前行共赢未来等细节处品味云门酱酒的文化底蕴,对云门酒业的了解有了一个更全面、更立体、更深刻的认识。

云门酱酒品牌形象大使、著名表演艺术家刘劲先生,也发来了祝福视频,祝愿“云门号”飞机首航成功,祝福云门酒业华彩起航,展翅高飞。

仪式结束后,与会的各位领导、各位来宾、新闻媒体及多年来关心支持云门酱酒发展的在深山东籍老乡及社会各界朋友共同品鉴美酒、共话美好未来。(企宣)

“豹”变引未来 千商汇集 酒业论道

张瑜宸

“豹变”一词,按释义,是指像豹子的花纹那样变化。刚出生的小豹子虽然其貌不扬,但会随着成长,逐渐变得雄健而美丽。这本身是一个漫长的过程,但在不知不觉中,平凡早已化为卓越。正如我们今天的酒行业一样,历经激情、突进、迷惘、蜕变,在日月更替,时光流转中蓬勃发展,成为引领全球酒类市场的风向标。

近日,由中国酒类流通协会、中国副食品流通协会、中国诗酒文化协会和中国酒业新闻网主办,中国千商大会组委会办公室、北京正一堂营销咨询有限公司承办的“豹”变引未来——中国酒商的“湘潭会议”暨第 17 届中国酒业沙龙在湖南湘潭盘龙大酒店举行。来自全国各地酒行业的专家、企业代表共计 100 余人参加了本次沙龙。活动由北京正一堂战略咨询机构常务副总经理邵伶俐主持。

千商搭台 激荡酒业新思路

自酒业调整期以来,行业历经跌宕起伏,但酒业发展的脚步从未停歇,厂商携手前行的信念从未动摇,在行业发展的拐点期,通过中国千商大会这一平台,业内外人士共同就传统酒商的豹变、新酒商的赋能等话题展开了探讨,为酒业今后实现稳健、高效增长,指明了航向。

针对酒业发展的实际,中国千商大会组委会办公室主任熊玉亮说,“我有个心愿,就是能够打造一个酒类行业的‘博鳌论坛’”。因此,千商大会关注的是酒业的前沿;千商大会关心的是酒业的创新。此次与咨询公司的深度合作,也是嬗变中国酒业思想论坛。通过智力机构的加持,厂商携手把千商大会打造成一个中国酒业大融合的高端平台,一个聚焦中国酒业智慧、激荡酒业思想的平台,一个汇聚世界目光,传播中国酒业声音的大平台。

茅台研究院市场营销中心特聘专家、中国酒业沙龙发起人、北京正一堂战略咨询机构董事长杨光表示。第一是向头部集中的行业会进一步向头部集中。第二要做消费分化生意,就是能给消费者带来新的用酒体验的都会有大发展。第三是中国未来会诞生新的高端超高端的品牌。只要能够坚持匠心,讲出属于自己的文化故事,那个声音是巨大的有前途的。“当然,这个需要巨大的动能、前瞻,能看清未来的事态变化。”杨光说。

成都大成通商商贸有限公司董事长唐松林可以说是行业新兵,入行仅三年,但业绩不容小觑。据透露,单日销售量最高峰超过 1 万瓶。作为信息流和社群电商的新酒商,他表示,如何开拓市场就要找到符合自己渠道的好产品?就是根据消费者定位,从自己的渠道来选择产品。不得不,在阔别“渠道为王”已久的消费趋势中,他打出了一张新零售的好牌。

随后,邵伶俐还带来了《“豹变”开启中国酒商新征程》的主题分享。他表示,行业经过多轮周期性调整,生产端方面呈现出品类全面发展,浓香、清香、酱香、兼香百花齐放。而从流通端来看,传统渠道价值回归、模式竞争力坚挺,连锁、电商、O2O 发生价值蜕变、模式升级,信息流电商迅猛发力。对消费端来说,客单价升级,品牌化、品质化、特色化不断价值裂变。

论道酒类名商 豹变引领未来

沙龙上,河南酒便利商业连锁公司总经理张立、湘潭酒业协会会长王湘秋、长沙中泰宝贸易有限公司董事长吴忠、河南清仁商贸有限公司有限公司董事长吴清仁、开封酒业协会会长张莉敏、华源商贸有限公司总经理宋军、大连金石滩酒业集团董事长王彦顺一同论道“中国酒商豹变之路”。

张立表示,我们说豹变的问题,中国白酒在这方面非常专业,经过了几轮调整,股票价格特别高到特别低,未来研究,会不会有这样的循环周期?“我判断不会。因为中国白酒企业越来越成熟,对市场了解,对消费者了解越来越成熟。”

从大商到酒庄创始人,王湘秋表示这个身份的转变也是传统酒商赋能的新探索。“酒庄这个渠道确实有难度,但是也确实很幸福。你只要把老朋友维护好,把新朋友交好。在一个城市有几百个会员,有一些忠诚的客户,这辈子把想喝的酒都放到我的酒庄也不错。”

从当初的巨亏,到如今拥有注册资金 11 亿的集团公司,华源商贸有限公司走过的 11 年,也是自身“豹变”的过程,总经理宋军表示,“我们抱着一个信心,一定要做品牌。一路走来,尽管消费者越来越理性,但我们以品质为先,取得了消费者的信任。”

一个好的经销商,一定有你钟爱的品牌,并希望付诸全力,多做推广。长沙中泰宝贸易有限公司董事长吴忠就是如此。他表示,要相信品牌的力量!尽管他从渠道商做起,但是如何转变是他对酒业发展不变的主题。

大连金石滩酒业集团近日刚刚获得第 20 届比利时布鲁塞尔国际烈性酒大赛金奖。董事长王彦顺表示,成功并非偶然。第一是要重视营销,因为营销是一个企业的龙头,第二就是重质量,第三就是树品牌。在重质量上,每个环节上去发扬工匠精神。

百脉泉酒业荣誉国际“大金獎”

卞川泽

随着第 20 届布鲁塞尔国际烈性酒大赛赛评结果揭晓,山东百脉泉酒业股份有限公司的产品再一次被推向了荣誉的殿堂。

该企业参赛的“42 度百脉泉泉城壹号”荣获本届赛事最高奖——大金獎。这是继 2018 年百脉泉酒业公司首次参加布鲁塞尔大赛荣获四项金奖后的再次“折桂”,且奖项升级,荣耀升华。

“烈酒中的奥运会”

起源于 1994 年的布鲁塞尔国际大赛被誉为“酒届奥斯卡”,是全球三大酒类赛事之一,是全球规模最大、参赛厂商最多、评审机制最科学公正、拥有权威评酒大师最多的国际酒类赛事之一,以国际性、权威性、公正性闻名全球,现已在全球连续巡回举办 20 届,被誉为“烈酒中的奥运会”。

大赛的选评程序尤为严格,邀请上百名酒界精英、烈酒品鉴专家组成评委团,以分小组“盲品”方式进行评选,对评分进行综合数理分析,确保比赛公平公正。酒款稍逊一筹便被无情剔除,最后选出来的只能是精华中的精华。对最具有品质保证的优秀产品,分别授予大金獎、金奖、银獎,有机酒獎章四项大奖。

所以获得布鲁塞尔烈酒大赛奖牌,意味着产品得到世界级的品质认可,是酒行业的最高殊荣。

2019 年第 20 届布鲁塞尔国际大赛在山西汾阳举办的,共有来自 59 个国家和地区的 1750 余款样品角逐奖项,其中中国地区 623 款样品参加了本届大赛。经过 29 个国家和地区的 104 位评委逐项打分评比。

百脉泉酒业的“42 度百脉泉泉城壹号”斩获最高奖项“大金獎”的同时“52 度清照特曲”,荣获大赛“银獎”,着实的向世界“秀了一把肌肉”。

金奖品质源于严苛的“工匠精神”

百脉泉酒业“大金獎”荣誉的获得让世界人士不得不再次聚焦这个在中国酒行业并非主流和知名的企业及品牌,今天,我们再次深入山东百脉泉酒业,探讨他们品质致胜的关键所在。

经过多年跟山东百脉泉酒业公司接触的经验,再次梳理他们的企业发展之道,记者总结了他们在品质方面的几个核心点。

首先,技术人才的重视和培养。百脉泉有三位国家级评委、数位省级评委,这种规模的白酒企业有这么白白酒评委,足以说明这个企业在技术上、在工艺上企业本身高度重视

的理念,足以保证产品的质量和风格的稳定性,能够拿得出内在质量有竞争力的产品。

其次,理念的高度重视。从 2008 年扛起“中国生态酿酒倡导者”的大旗后,百脉泉酒业一直走在品质先行的前列,对外积极响应国家、省市的品质政策和要求,对内,坚持对工艺品质的严格把关。

第三,对酿酒原料、环境的严苛要求。这主要包括酿酒之水、之曲、之粮、之窖泥、之微生物、之酿造流程、之精心勾调、之严格检测、之包装设计等几十个环节的紧密配合、环环相扣,百脉泉酒业都做到了无可挑剔、完美无缺。

第四,良性运转的管理体系。就在布鲁塞尔大奖赛举办之前,山东百脉泉酒业股份有限公司刚通过了北京中坛认证有限公司专家组的知识产权管理体系现场认证。多年来,百脉泉酒业通过了各种国家级认证,形成了一整套贯穿公司上下的管理体系认证,监督企业每时每刻都在进行良性的循环发展。

第五,社会责任是企业发展的标杆。与布鲁塞尔大奖赛结果揭晓的同时,由百脉泉酒业冠名支持的 2019 年山东省第一届“百脉泉酒业泉城联盟杯”职工足球联赛闭幕。此前,每年的惯例活动为高考学子赠酒“金榜题名、泉城贺礼”活动刚刚结束;多年来,通过各种方式践行社会责任已经成为百脉泉酒业公司的“常态”行为。在这种精神的指引下,品质领先必然更“常态”。

金奖品质下的市场布局

2018 年,山东百脉泉酒业股份有限公司开启了“双壹号战略”,暨以济南为中心的“泉城壹号战略”、以山东为中心的“齐鲁壹号战略”。在当年举行的第 19 届布鲁塞尔大赛上,这两款产品同时获得“金奖”。

济南以“泉城”著称,如果说泉城壹号从香型到度数,从包装到价格,都极具泉城特色,适合泉城需求的话,那么齐鲁壹号则具备了山东特色、适合山东市场的需求。

济南市食品工业协会会长、山东百脉泉酒业有限公司党委书记、董事长李成新表示,百脉泉酒业抓住市场的趋势,及时调整战略,推出的次高端产品齐鲁壹号,就是要在新一轮市场竞争中占据一席之地。

2019 年 7 月 8 日,山东百脉泉酒业有限公司“壹号名人堂启动仪式”在济南登喜路大酒店隆重举行。这是百脉泉酒业围绕“双壹号”品牌,围绕文化与酒,基于核



心消费者兴趣爱好的基础上,构架期酒文化沟通的桥梁,提升“双壹号”核心竞争力。

“壹号名人堂”酱香酒的推出,得到了消费者和市场的高度认可,百脉泉酒业销售总经理、国家白酒评委杜祥宝表示,创建“壹号名人堂”标志着百脉泉酒业从产品营销向服务营销的战略转型。从 2018 年下半年开始,百脉泉便开始在济南泉城推进营销转型。首先在渠道层面,百脉泉在济南泉城成立直销队伍,由企业辅助经销商对核心终端进行直营。通过直营,让百脉泉更快了解市场变化和及时反馈,便于做出及时调整。

从名称定位及未来发展看,“壹号名人堂”正是百脉泉酒业走向全国的着力点,借助

壹号名人堂,百脉泉吹响了进军全国的号角。

从泉城壹号到齐鲁壹号到酱香新品“名人堂”,从布局济南到全省再到全国战略,百脉泉酒业在市场布局和探讨的道路上永不停止,“以未来思考今天,其必将成为百脉泉酒业实现品质高端化的助推器。随着市场的多形态、多模式并发,“一个头脑”明显不再够用。只有学会分享、倾听并尊重来自不同行业、市场领域的声音,才能构建起属于未来的强势品牌。”山东百脉泉酒业股份有限公司总经理马业准说。

借助布鲁塞尔国际烈性酒大赛“大金獎”的劲吹东风,山东百脉泉酒业股份有限公司在发展的道路上正所向披靡、一路向前。

广告

中国农夫商城是由南充市嘉陵区供销社全资倾力打造的集农产品(蜀都特色产品)交易、金融服务咨询、便民利民服务的综合型商贸平台商城(主要有特色粮油、蔬菜、水果、家禽家畜、酒水、农资产品等),于2016年1月29日成功上线,并与中国供销社总社建立的“供销e家”电商平台成功对接,建立了南充地方平台。采用线上平台交易、线下实体体验的模式,以“助农供对接,普惠社会大众”为服务宗旨,依托通信、互联网,整合庞大的涉农信息资源,大力挖掘周边市县乡镇乃至全国特色农产品,发展农村网点建设,实现农产品生产、销售、供应无缝对接。本着“绿色、安全、健康”的服务理念,构建多级传递配以银行、通信、保险、医疗、酒店餐饮、娱乐、旅游、物流、涉农咨询等多向延伸的商贸和社会服务的综合服务体系。

商城网址: www.zgnfsc.cn
体验馆地址: 四川省南充市嘉陵区火花路105号
电话: 0817-3889958
手机: 18048959942
邮编: 825548049@qq.com