

酒庄新经济 区域白酒企业文旅转型之路



日前,中国千商大会·岳塘酒业峰会分论坛之“中国酒庄新经济酒旅融合新打法——区域品牌小而美营销论坛”在湘潭隆重召开。

湖南省酒业协会会长刘维平,湖南省酒业协会副秘书长郑应平,黑格咨询集团董事长、首席顾问、著名营销战略咨询专家、著名烟酒茶产业观察家徐伟,黑格咨询集团联合创始人、副总经理徐涛,黑格咨询酒类事业部、高级合伙人、高级项目总监赵海永,泸州玉蝉集团有限公司集团副总钟虞,贵州糊涂人生酒业公司大区总监吴飞,陕西国花瓷西凤酒业公司大区总监方华齐,北京百家姓珍藏酒业有限公司 总经理赵占林,中国沈酒集团有限公司总裁助理杨泳,河南省张弓酒业有限公司销售总监肖东升,重庆瀛溪河酒业有限公司董事长赖尔鸣,酒旅融合联合创始人张扬,湖南上印酒业有限公司销售总监彭军等行业专家齐聚一堂,共同探讨了有关区域名酒文旅转型的相关问题,在到场嘉宾当



黑格咨询集团联合创始人、副总经理徐涛认为,本地人喝本地酒,总结下来看,围绕四个场景,一个是商务场景、大众场景、宴席场景,自饮场景,只要区域性品牌在本地不能实现大场景的全面营销,那么企业在本地市场就很难成为前三甲或者第一的品牌。

中引起了反响。酒旅融合”成为热点。近几年,区域强势品牌在全国市场上跑马圈地,湖南省酒业协会会长刘维平说:“在这个区域品牌的发展空间里面,我认为是非常巨大的,它们一旦在某个区域成长、爆发就会产生蜕变,我们很多经销商朋友表示对于这些区域的强势品牌他们非常看好也非常愿意合作。”放眼当下,“酒旅融合”无疑是一大热门词汇,无论是酒企,还是产区,纷纷加大力度推广酒旅融合这种工业旅游新模式,它为产业升级提供新的途径,吸引了业界的广泛关注。酒庄是世界酒业主产区生产的普遍模式,酒庄是国际上一直广受消费者青睐。区域名酒现在也正在涌起一股“文旅热”,这在新时期也是一种非常有效

会发展起到了重要的促进作用。以区域之名,借酒业之力,全国各地一批酒业小镇也正在建设中,主打小而美的沉浸式体验,“酒旅融合”成为新的增长极,未来可期。

做好本地营销 将大众酒本土化落地

谈起营销,近些年,新营销这个词出现频率很高,对比旧营销模式,新营销更多围绕场景、IP、社区、传播去展开的营销内容,在大众酒切实落地的过程中,以产品为载体,让消费者沉浸式营销和互动落到实处,让消费者更加了解企业内涵。

黑格咨询集团联合创始人、副总经理徐涛认为,本地人喝本地酒,总结下来看,围绕四个场景,一个是商务场景、大众场景、宴席场景,自饮场景,只要区域性品牌在本地不能实现大场景的全面营销,那么企业在本地市场就很难成为前三甲或者第一的品牌。

他在会上说:“对于区域型品牌来讲真的突破一定是围绕大的场景做四度四感,四度就是美誉度、知名度、品牌度、销售热度,四感就是体验感、荣誉感、品牌好感、地方情感。可以通过酒旅融合的深度沉浸式体验、增强经销商荣誉感、提升品牌口碑,加强与本土人文的联系等方式来实现。围绕四感可以匹配我们终端的老板、消费者以及我们的经销商,围绕这三个群体去做这四感,通过这四感一到两年在本地市场的打造能够实现四度的提升,从而推进大众酒切实落地。”

黑格咨询酒类事业部、高级合伙人、高级项目总监赵海永说:“在落地过程中,经销商端还存在以下几个问题:第一个是扁平化,生存空间越来越小;第二个是更加落地,直控终端;第三个是竞合并存,相互挤压。”

他表示,酒水的经销商无论调整还是改变,都不是一朝一夕的事情,只有不断地修炼内功,就是扎实做事,切实落地,才能在逆境中找到新的方向。

会上,泸州玉蝉集团有限公司集团副总钟虞、贵州糊涂人生酒业公司大区总监吴飞,陕西国花瓷西凤酒业公司大区总监方华齐分别登台作企业推荐,让到场嘉宾一睹企业的风采。(据酒业新闻网)

青啤王子海藻苏打水 活力亮相 2019 东亚海洋论坛



卡川泽

日前,由中华人民共和国自然资源部、山东省人民政府主办的 2019 东亚海洋合作平台青岛论坛在青举行,青岛啤酒作为受邀企业出席本次论坛。现场,青岛啤酒股份有限公司制造副总裁董建军以《产学研高度融合,加速推动海洋经济发展》发布主题演讲。

青岛啤酒与现代海洋生物医药开拓者管华诗院士团队共同研发,推出的海洋大健康饮品——王子海藻苏打水在东亚海洋合作平台青岛论坛上惊艳亮相,获得各界嘉宾追捧。

据了解,本次东亚海洋合作平台青岛论坛以“交流互鉴,开放融通”为主题,旨在探讨建立蓝色伙伴关系网络,进一步深化平台合作机制,广泛促进区域海洋经济、科技、人文、环保等领域交流合作,共同构建东亚海洋命运共同体。包括青岛啤酒、中国人寿在内来自 60 多个国家和地区,近百家行业领军和重点企业涉海品牌企业的负责人及相关人员,以及高校专家学者等 400 余人齐聚一堂。

青岛啤酒公司依托中国酿造行业唯一的国家重点实验室的研发资源,与海大科研团队同向发力,突破了实验室科研成果在消费领域转化的技术难题,合作推出了王子海藻苏打水,填补了海洋健康饮品的空白。

青岛啤酒依托完善的质量管理体系与遍布全球的销售网络和先进的品牌管理理念,创造性地将海洋珍藏的营养精华,赋予在天然苏打水中。

“王子海藻苏打水以崂山优质水源为主体,赋予了现代海洋科技萃取的海藻精华,充分发挥海藻活性物质功效”,董建军在主题分享中表示,青岛啤酒推出王子海藻苏打水,打通了从海洋科研创新到实际成果惠及人民生活的最后一道屏障。

向海求新,作为享誉世界的中国品牌,历经 116 年风云激荡的青岛啤酒历久弥新,一直以年轻时尚、活力、开放的面貌展现在世人面前。“青岛啤酒期待打造更多的海洋大健康饮品或食品,推动海洋经济的健康发展”,董建军说道。

王者无疆 河套王酒的从容淡雅气质



一个地方,一季好粮,一瓶好酒,一生相伴。中国白酒纯粮固态发酵的工艺属性决定了她的“风物”属性。只要酿酒师愿意,并足够努力,每个地方都能塑造一瓶名酒。而名酒所呈现出来的品质、风格则正是这个地方的风物山川、人文地理。

内蒙古是祖国的北部边疆,从东北的鄂伦春自治旗向西南的阿拉善右旗斜伸,呈狭长型。她东西直线距离为 2400 多公里,南北直线距离为 1700 千米,整体属高原型地貌。其间,高山峡谷、草原沙漠、森林湖泊、平原丘陵等各种地貌交相辉映,精彩纷呈。但是总体看来,她因 118.3 万平方公里的国土面积给人以雄浑壮阔、质朴神秘、淡雅清静之感。

这片广阔的土地,同样也塑造了一瓶与她的地理气质相匹配的中国名酒——河套王酒。所谓“色”,是指河套王酒的酒体“无色透明”,是天地之间日出到日落的颜色:辽阔宁静、纯粹自然。

所谓“香”,是指河套王酒的香气优雅,犹如草原上淡淡的青草香,香而不艳,香气宜人,恰到好处,闻着舒适。

所谓“味”,是指河套王酒追求自然的真味,不浓郁、不寡淡,干干净净,淡而有味。

所谓“格”,是指河套王酒的风格特点,犹如静修之人,传统、古意、飘逸、淡雅,品格隽永,意境无穷。

中国白酒“王的意境”

淡雅是河套王的品质风格,也是她的品牌意境。在地理环境作用下,中国白酒的风格很多,比如贵州赤水河畔的酱酒,四川盆地的浓香,山西的清香等等。而在这所有的风格酒体中,唯有河套的淡雅能够做到品质风格与品牌意境的完美统一。

淡雅不仅是一种自然的真味,同时也是这种自然的真味与中国数千年传统文化共同积淀下而形成的一种人文气质和人生意境。虽然今天,重口味之下,人们已经习惯了重香、重油、高脂肪、高蛋白的高强度刺激,但



是在中国人的骨子里还是崇尚淡雅的。无论是对于人生,还是饮酒,这都是一种生活的美学,是一种更高级的生活态度。

2019 年 8 月 10 日,呼和浩特体育场“天赋河套·河套王之夜”韩磊及群星演唱会如期上演,韩磊的帝王之音让 2500 万草原儿女沉醉其中,而河套王酒所追求的淡雅意境却让韩磊沉醉其中。

作为河套王酒的品牌形象代言人,歌王韩磊在音乐上的追求永无止境。正如其为河套王所拍摄的品牌广告片中所演绎的那样:大音希声,大象无形;好的声音,汇集千百种情感,才能唱出最真的柔情。好的美酒,融入岁月的醇厚,才能散发醉人的香甜。河套王酒,历经千年,只为寻找一种纯粹,融万物,炼一物,心无界,境无疆。河套王,王者无疆。

人生需要历练,才能做到真正的纯粹和淡雅。那么,淡雅,难道不正是内蒙古大地的“王的意境”吗?

广告

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