

“中国枸杞酒”走向“中国红”

■ 倪莉

2019年10月,宁夏红携最新定位的品牌广告强势登陆央视,开启了新一轮的品牌定位传播,“中国枸杞酒”再次成为人们记忆和讨论的焦点。

自2002年亮相央视以来,宁夏红品牌广告的每一次宣传,都让人满怀期待和欣喜。宁夏红用最新的品牌视觉带给消费者最直观的感受,让消费者与品牌的熟知度实现不断层,这也成为宁夏红从未停歇的使命。

此次,宁夏红强势出击,顺应宁夏红品牌的宣传诉求,推出的新的品牌广告和定位:“中国枸杞酒”,更是让人们眼前一亮。那么,宁夏红为什么会定位“中国枸杞酒”?“中国枸杞酒”又能为宁夏红带来什么?宁夏红又将如何打造属于“中国枸杞酒”?

硬核定位“中国枸杞酒” 宁夏红凭什么?

此次宁夏红硬核定位“中国枸杞酒”,是宁夏红打出的又一张王牌。无论从行业定位和产区表达方面来说,还是从品类建设和产品优化层面来说,宁夏红可以说是“中国枸杞酒”的实力代言人,具体来看:

从“定位”视角看“中国枸杞酒”。聚焦差异化、心智占领是定位理论的内核。在酒企的实践运用中,只有先聚焦再放大自己的差异化优势,品牌和企业才会成功。在中国酒行业,如今宁夏红已经成为了“枸杞酒”这个品类的冠军,所以定位“中国枸杞酒”当之无愧。

从产区视角看宁夏红枸杞酒。西北产区作为中国酒行业的重要组成部分,以西凤、金徽、伊力特为首的企业正在打造中国西北酒业新长城。而宁夏红作为西北产区重要一员,同时又以枸杞酒这个特色品类为西北产区贡献新的产区表达,更在成长为西北产区的骨干力量之一。

“超级品类成就超级品牌”。企业要么成为第一,要么就要去创造一个能够成为第一的领域,是品类打造的极致化表达。一方面,宁夏红酿造出中国第一支枸杞酒,开创了酒业新品类。

另一方面,宁夏红二十多年如一日坚持枸杞酒品类打造,建立完整的自主知识产权体



系,建设相关枸杞产业大平台,使得宁夏红枸杞酒品牌价值名列同类企业第一,成为了消费者心目中最大的枸杞酒品牌。

产品是品类的具体表达,更是和消费者建立直接关系的纽带。历经20多年的发展,宁夏红形成了以枸杞酒系列、枸杞白兰地系列、枸杞干红系列、枸杞特产系列等丰富的多元化产品结构。这些产品为“中国枸杞酒”的表达提供着支撑,宁夏红枸杞酒系列产品更是成为果酒产业的畅销大单品。

宁夏红如何引领中国红色风潮?

如今,随着人们对健康关注度的与日俱增和健康品类白酒的新发展,在此背景下,宁夏红品牌定位焕新升级“中国枸杞酒”,不仅顺应了时代的发展需要,也满足了消费者的健康需求。在新的品牌定位打造和宣传上,宁夏红又采取了哪些战略举措?

第一是加码布局枸杞全产业链,按下“中

国枸杞酒”打造加速键。从行业来看,不论是白酒产业还是黄酒产业或是葡萄酒产业,都在进行全产业链的布局,这也是中国酒业融合发展的新趋势和新动力。

对此,2019年宁夏红由厂商一体化模式向全产业链发展模式全方位进行转变,通过建设“宁夏红枸杞产业聚合平台”和打造新型产业价值链,成为中国枸杞资源整合、业务联合、产业融合的O2O模式的枸杞大单品平台和“中国枸杞产业领军企业”,以此来为其品牌未来发展提供新的发展动能。

第二是采取全新品牌宣传策略来推广“中国枸杞酒”。一方面,央视的宣传与传播对于酒业品牌的全国性打造和消费者心智占领有着举足轻重的作用。对此,从2019年10月份开始,宁夏红携手央视,对新品牌定位广告“中国枸杞酒”进行全国性品牌定位宣传。

另一方面,随着消费的多元化趋势和消费者认知水平的提升,企业的品牌传播和营销要站在消费者的角度进行深度链接式的打造。对

此,从2019年11月开始,宁夏红采取地方性广告品牌投入,以运营良好的东北、福建、山东、宁夏重点市场为样板,通过电视、音频广告和品鉴会等形式对消费者进行落地式和深入式的品牌打造。

此外,笔者在和宁夏红山东烟台经销商沟通时也了解到,如今宁夏红商家也在向终端消费者积极地宣传“中国枸杞酒”的新定位,同时开展消费者体验活动,让消费者更直接地感受宁夏红枸杞酒的魅力。

所以,无论是从宁夏红公司来说,还是从宁夏红商家来说,宁夏红在针对“中国枸杞酒”进行一场从上到下的品牌定位打造传播活动。

立足行业 从“新”出发

一切从“新”开始。2019年是宁夏红创新变革的一年,更是品牌价值回归的一年。从行业来看,在产能、品牌积淀、全产业链等多个优势兼具的利好条件下,宁夏红的发展动力越来越足。



从健康产业和果酒产业层面来说。随着国家大健康战略的提出和人们日益追求健康消费的需要,与健康产业相关的企业会获得更多的成长性;同时,随着果酒协会的成立、众多白酒企业的布局 and 个性消费的崛起,果酒产业也会迎来利好的发展时期。因此,宁夏红未来的机会空间还是很大的。

从行业品类细分成就发展来说。在酒类行业深度转型和消费者需求细分的背景下,酒品呈现低度、营养、时尚、健康的大趋势下,宁夏红将仍然依托枸杞这颗“东方神果”,不断创新全产业链发展模式,为人民提供更多健康产品,促进国民经济发展,助力人民幸福安康,让红色梦想红遍全国,实现宁夏红中国红,这是宁夏红未来的成长性。

如今,中国酒业已经走在了品类多元化发展的道路上,超级品类成就超级品牌,超级品牌又赋能企业发展。因此,拥有原料、技术、产区、品类等优势资源的宁夏红必将引领枸杞酒红遍中国,红遍世界。

跨界合作定义新生活 西班牙 100 分品牌葡萄酒联手自然醒家居

■ 卞川泽

进口葡萄酒一直被视为承载国人优雅生活的物品,因此能进入高端会所、酒店一度成为一个葡萄酒品牌的骄傲和实力体现。

随着葡萄酒消费越来越大众化,葡萄酒的售卖场景和饮用场景也呈现多元化发展趋势。

新零售的发展让丰富的商品获得更多触达消费者的渠道,在这样的情况下零售业的跨界合作更加频繁。

本月初,西班牙阿隆索酒庄(Alonso)旗下100分葡萄酒品牌宣布与深圳自然醒家居达成跨界合作,100分产品进驻自然醒门店,双方致力于重新定义新家居生活。

双方合作的第一步落脚中国制造之都——东莞,在自然醒家居11岁生日来临之际,100分葡萄酒为自然醒家居在东莞民盈国贸中心举办首场葡萄酒品鉴会,回馈自然醒的会员和粉丝。

品鉴会当天,来到东莞国贸中心自然醒门店的消费者接受了一场西班牙葡萄酒文化的熏陶,为今后在自然醒选购葡萄酒开启优雅生活打下基础。

100分葡萄酒品牌负责人表示:100分品牌和自然醒家居联手推广葡萄酒文化,目的是让更多的老百姓更懂生活、懂健康。

对此,自然醒家居董事长魏君宜发朋友圈表示:继往开来,筑梦前行,这是一个最好的开始。

据悉,双方的具体合作模式是前期,100分葡萄酒进驻自然醒家居13家线下门店,未

来将会进驻更多门店。

葡萄酒进驻餐饮渠道、会所、电商平台的案例我们见多了,但是葡萄酒进驻新零售家居店则实属罕见。二者合作的基础和前景是什么?

记者调查发现,自然醒家居是全国家居行业历史最久、门店数量最多、享誉珠三角地区的家居连锁品牌,在商业模式上历经十年打磨而成“自然醒模式”。

创立于2008年的自然醒家居目前拥有在9省47个城市拥有200+家直营门店。自主研发6大品类、200+小类、10000+SKU。年触达用户5000万+,沉淀会员300万+。

在自然醒的价值观里,其自然醒在针对国民生活方式探索中不断的自我迭代,逐渐成长为一个真正适合国人生活“全屋”、“全家”生活家居民族品牌。打造全新3.0整体形象,全方位呈现与国人生活家居场景紧密结合的购物空间。

自然醒家居的门店已经不局限于家居,而是致力于为消费者提供泛家居类的购物场景。自然醒家居打造“1+4+1”全家概念即1个女主人+4代人生活+1个宠物,为消费者提供生活家居产品一站式购物新体验。

100分负责人表示,100分葡萄酒的进驻,不仅为自然醒家居丰富sku,而且更重要的是葡萄酒优雅、健康的基因将注入自然醒品牌,与其提倡的家居新生活理念高度契合。

据记者了解,西班牙阿隆索酒庄(Alonso)创立于1985年,拥有180公顷葡萄园,与西班牙国王贝加西利酒庄共享酿酒师,是西班牙高品质葡萄酒的代表。100分系列葡萄酒

是阿隆索酒庄主打产品,由庄主女儿同时也是贝加西利酒庄酿酒师亲自把关。

100分葡萄酒2017年底进入中国市场,致力于在中国市场打造100分品牌,传播100分文化。100分品牌负责人向大家届时100分的品牌内涵:100展示了不断追求最至尊的葡萄酒品质及优雅、庄严的品牌形象;100分是一种文化,一种情怀,寓意100分的爱情、100分的婚姻,100分的美满家庭等,与中国传统观念又不谋而合。

对于双方的合作,与100分品牌而言,其将有机会借助自然醒全国200+家门店的渠道资源,实现新零售的布局,自然醒家居的定位以及用户群体,亦有助于100分葡萄酒进一步拉近与消费者的距离,更高效的触达目标消费者。

据了解,自然醒家居门店主要进驻城市核心商圈、大型购物中心、高端社区,这些场景都是高频消费进口葡萄酒全体比较集中的地方。

记者梳理发现,在与自然醒达成合作之前,100分葡萄酒便是跨界高手。目前,100分葡萄酒品牌已经与世界500强企业——雪松控股、深圳中国保税城、杭州七星级会所——云栖汇、深圳前海高端私人会所——love一克拉俱乐部等企业达成战略合作。

随着品牌推广和市场布局的持续推进,100分品牌也在业界获得了广泛肯定,基于100分品牌的突出表现,2019年其获得由酒业家传媒、中酒展组委会颁发的“2019中国高端葡萄酒年度单品”,其进口商获得“2019中国高端葡萄酒经销商50强”等荣誉。



2019年11月13日,由河南省白酒业转型发展专项工作领导小组指导、河南日报报业集团主办、大河报承办的“豫酒中原行佳酿醉漯河”豫酒中原行第五站漯河推广活动在漯河市迎宾馆隆重举行。期间中国酒类流通协会会长助理、中国云商研究院副院长兼秘书长、河南省酒业协会副会长吴勇做了题为《大数据时代的酒业领导力建设》的培训课,给当代酒业营销提供了新思维。

大数据时代的全新变革

“大数据蓬勃发展的动因其实归根结底是信息交换、信息存储、信息处理的循环。”大数据与传统的数据最大的差别即为在线、实时、全貌。在线意味着永远在线,随时调用;实时则是实时反应,瞬间呈现;全貌就意味着不抽样、全数据。

由于数据的种类繁多且体量巨大,管理人员必须善于甄别和使用数据,就像大海捞针一样,能确定地发现自己需要的数据,并从

这些数据中得到全部的商业价值。成功利用大数据进行商业分析和管理人员,能极大地提高组织绩效。

大数据时代的酒业痛点

随着消费升级大趋势下的酒业发展,核心点在于围绕消费者的个性需求推出个性化、柔性 and 精准的产品或服务,如何提高消费体验,让我们生产流水线产出的每一瓶酒都能成为品牌和消费群体的数字化的触点,而这也是当下酒业最为迫切的需求点。但现实是,酒业除了头部企业在认真思考和解决,众多中小酒企还都在作壁上观。大数据时代的机遇稍纵即逝,优劣势转换也都是须臾之间。关键点,谁抓住了消费者,谁就拥有了胜算。

领导力变革的途径

“就目前大数据时代的酒业领导力建设而言,领导者如何能掌握成功的职能和改变领导力,是至关重要的。”对此,吴勇从领导力六大成功职能进行了讲解和阐述,他认为,这些是作为一个企业发展变革道路上,领导者所应该具有的最基本技能和水准。

“以包容并蓄培养领导力变革,以德行垂范约束领导力变革,以实践锻炼成就领导力变革,以能力转型促进领导力变革,扎实打好基础,相信在大数据时代,才能更好地改变领导力,增强领导力的建设。”吴勇在最后的分享环节说道。

(企宣)

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所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@mainone.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、水果酒及贴牌代工业务。

财富热线:4008842899
加盟专线:15881033359