

健康时尚 “续力”启航 一枝笔亮炫绽放2016年成都春季全国糖酒会

■ 本报记者 王剑兰 报道

3月24日至26日,在成都世纪新城国际会展中心举行的2016春季成都全国糖酒会上,一枝笔新品维生素饮料续力吸引了众多经销商和消费者的眼球,并切实给经销商带来众多优惠政策,吸引了众多经销商纷纷订货。

一品堂 “大手笔”再次赞助糖酒会

全国糖酒会已成为我国食品饮料发展的风向标,也透视出消费者和市场对饮品品牌需求的新信号,因此得到一枝笔品牌的重视。此次山东一品堂再次大手笔独家赞助2016春季糖酒交易会,让业内人士颇为叹服这位饮料业“大手笔”的不俗实力。之前,一枝笔曾连续多年独家赞助全国糖酒会,利用糖酒会平台,积极进行品牌宣传和营销网络的建设,使一枝笔展厅不仅是商品交易、品牌展示的场所,更是一枝笔代理商交流信息、增进友谊,推动一枝笔系列保健饮品技术进步与产品创新的重要舞台,从而使一枝笔的品牌影响力日盛。

在本届糖酒会上,一枝笔系列饮品再次不负众望,得到了与会会员的好评,特别是抵御雾霾的莱阳梨汁保健饮品和新推出的维生素饮料续力更是吸引了代理商纷纷加盟。据了解,“一枝笔”莱阳梨汁被国家卫生部认定为果汁饮品中唯一保健食品,中国糖酒会食品畅销品牌。

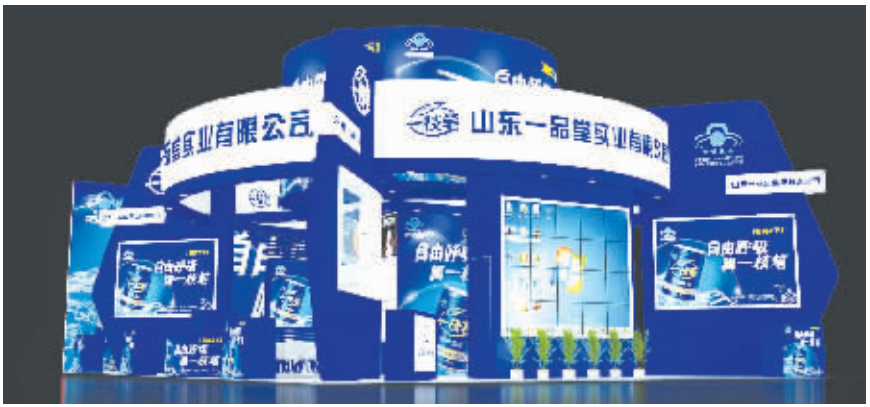
山东一品堂实业有限公司是一家外商独资企业,公司拥有多条国际一流的果汁饮料生产线及检测设备。近几年经过企业自身发展,“一枝笔”牌保健莱阳梨汁已成为国内果汁饮料行业中的佼佼者。公司先后一次性通过了ISO9002国际质量体系认证及HACCP认证。目前,公司产品产销两旺,深受广大消费者的青睐。



根据尼尔森最新公布的预测报告显示,2016年中国的饮料品类的市场规模会进一步扩大,功能性饮料和果汁将会成为推动饮料市场发展两大重要推手。果汁对于偏好健康自然产品的消费者同样有着非凡的吸引力。记者发现,作为果汁生力军的“一枝笔”莱阳梨汁正好与行业的预测不谋而合,其市场发展前景不容小觑。

“续力”产品 非同凡响崭新登场

尼尔森中国区总经理范奕璇指出:“当今,中国消费主流趋势就是具有健康概念的产品。如今的消费者比以往任何时候都更加关注身体健康。新兴的中产阶级是推动这一趋势的主力军。这些消费者都是加



班加点的白领,拼业绩之余,他们同样希望拥有健康的生活方式。尼尔森预测,满足此类健康需求的产品将在2016年持续增长。顺应这一趋势,作为饮料行业的知名

品牌,一枝笔强力推出新品维生素饮料续力,发挥一枝笔品牌优势,继续扩大市场网络建设,坚持不断创新、与时俱进,不断提高管理与服务水平,用安全优质的产品充

分满足消费者的消费需求。尼尔森报告中还指出,能够提供附加价值,或者能够保障健康安全的饮品将持续受消费者青睐,比如作为工作或运动补充能量的功能性饮料,而续力正好符合这些特征。

续力是一款健康饮品,其目标市场主要定位在学生、上班族、运动族、驾车族等易疲劳和免疫力低下群体。续力新品包装醒目、新颖、时尚,类似太阳的图案寓意为充满活力,爆发能量,喝续力,加动力,为快节奏的都市生活带来健康活力。续力是学生、上班族、运动族、驾车族更适合的饮料——抗疲劳、提高免疫力!续力,是更营养健康的维生素饮品,让现代人尽显青春活力!续力是一款维生素饮料,具有提神醒脑、补充体力、抗疲劳的功能,能强化补充人体每日所需要的维生素,能充分补充能量,快速消除疲劳,振奋精神,提高现代人的工作效率与生活质量,产品口感、品质均处于国内领先水平。

有了好的产品,还要注重营销。据介绍,在糖酒会上续力为代理商推出的优惠政策相当给力,主要有:根据不同的打款额度,公司将给予代理商丰厚的车辆奖励政策,奖励面包车和依维柯车,并给予代理商适度的搭赠、返利、陈列和人员支持。公司给予代理商全方位的大力支持和帮助,充分协助代理商铺货,使消费者可以方便地看到、品尝到、感受到续力席卷中国的健康时尚风!

如果说,一枝笔再次独家赞助2016年春季糖酒会毫无悬念已成为人之共识,一枝笔莱阳梨汁在糖酒会再获好评也是意料之中的事的话,那么特别出彩的是续力新品的强势亮相,从它呱呱坠地时就非同凡响先声夺人,让业界人士深感后生可畏,从本届糖酒会上一品堂的强力招商中,记者已然感到了春雷贯耳。业内人士预言,续力必将蓄势而发后来居上,力克群雄,永葆市场活力。

编者按

福文化伴随中国几千年的历史文明的变迁与发展,如今已经渗透到了人们生活的点点滴滴中,她所折射出的是我们整个中华民族的生活观念及价值观。福文化已是中华民族的基因文化。福文化生生不息,已全面渗透于人们生产、生活、思想等方方面面,超越了民族、宗教、社会、地域、时空等范畴,可谓是包罗万象。可以说,福文化是对中华民族影响最远、影响最广的民族主流核心文化,民族文化明珠、民族文化之根和世界珍贵的非物质文化遗产。长期以来,中国很多企业大力利用福文化的元素、理念,使之与产品互为一体,以谋取在市场的上重大成功。但是,认真地讲,一些企业并没有取得预期的目标。反观五粮液股份福喜迎门酒的市场轰动效应,却是非常难得的。特别该酒荣获“中国酒业重构期榜样产品”大奖,更是表明企业运用福文化的非凡成功。正如该企业董事长王葆森所说,福喜迎门酒是针对国人渴望幸福,呈现给大众消费者的一种福文化、喜文化、“好运”文化、祝福文化、福喜文化。不得不承认,此次福喜迎门酒再获殊荣,表明它已经成为中国福喜文化酒的领导者和领袖者。

五粮液股份福喜迎门酒 荣获“中国酒业重构期榜样产品”大奖

■ 本报记者 王剑兰 报道

2016年3月22日下午,以“重构三年鉴证蝶变”为主题的“第四届中国酒业营销金爵奖”颁奖盛典在成都市大鼎戴斯酒店盛大开幕,现场众多经济界、酒行业大咖云集,首次走红毯欢迎仪式格外隆重。全国政协委员、中央电视台著名主持人海霞亲临担纲主持了这次颁奖盛典,成为盛会最耀眼的明星。

作为中国酒类行业最高端的盛会——金爵奖颁奖盛典绝对是春糖会上最闪亮的活动,连续四届金爵奖的举办是一部中国酒业的发展史,每一次评选都震撼人心,每一份荣誉都意义重大。本届金爵奖评审团代表、著名白酒技术专家梁邦昌,《糖烟酒周刊》杂志社总编辑杜建明,著名经济学家马光远,国家酒检中心主任钟杰,中糖集团副总经理杨成刚,洋河股份有限公司董事长王耀,古井集团董事长梁金辉,衡水老白干酒业股份有限公司总经理王占刚,新浪副总裁邓庆旭,腾讯网络媒体事业部总监李静等领导以及来自全国各地知名酒企、经销商、多家主流大众媒体等500多位嘉宾共同见证了本届颁奖典礼的盛况。

四川省福喜迎门酒业股份有限公司全国总运营的五粮液股份有限公司福喜迎门酒喜获本届金爵奖“中国酒业重构期榜样产品”奖牌及荣誉证书,这是全国五粮液系列酒总运营商中唯一一个获此殊荣的品牌与产品。中国酒类行业协会会长、中国酒类流通协会副会长、四川省福喜迎门酒业股份有限公司董事长王葆森先生应邀参加颁奖盛典,并上主席台领奖。该项金爵大奖的夺取,让福喜迎门酒更显“中国名酒之星”的风范!

王葆森董事长在颁奖庆典现场还接受了“腾讯新闻”记者的采访,介绍福喜迎门



●中国酒类行业协会会长、中国酒类流通协会副会长、四川省福喜迎门酒业股份有限公司董事长王葆森先生应邀参加颁奖盛典,图为他喜捧奖牌荣誉证书在会场留影纪念。

酒是针对国人渴望幸福,遇喜事要喝酒的中国民俗文化而命名的,它呈现给大众消费者的是一种福文化、喜文化、“好运”文化、祝福文化、福喜文化……中国福喜文化酒的领导者和领袖者,与五粮液酒作为中华优秀传统文化的杰出代表者的品牌内涵一脉相承,从2016年福喜迎门酒新品上市后火爆的“开门红”中,充分显示出五粮液股份公司福喜迎门酒发展的辉煌前景及未来。

一直以来,福喜迎门酒业秉承“诚信打天下、共创共建共赢共享”的经营发展原则,凭借独特的中国福喜传统文化,取得了一个个优异的成绩。“好酒不贵、大众消费”是福喜迎门酒的市场定位,凭借这一理念,福喜迎门酒建立了不同消费群体和价位的策略,将“名酒”化身“民酒”,多样化拓展销售渠道,被广大消费者和行业所认可。他们正以市场的更加精细化,管理的更加科学化,为消费者创造着不一样的消费价值。福喜迎门酒产品包装精美高雅上档次,卖相好,当下主打的七款经典产品价格中低档

为主,满足大众不同需求、不同场合的消费需求,是老百姓真正消费得起的好酒、喜酒、中国名酒大众酒的榜样产品。

笔者了解到,今年糖酒会尚未开幕,福喜迎门新品祝君鸿运万年酒就已在“新消费·新风尚·新经典——2016年度中国烟酒明星新品发布盛典”上喜获“名酒之星”荣誉,同时福喜迎门酒业也荣耀当选为中国酒类流通协会进口酒市场专业委员会副会长单位……,此次金爵大奖的再次获取,更是其五粮液系列酒品格和品质的最佳见证,福喜迎门,用实力为五粮液系列酒赢得了尊敬,为五粮液系列酒树立了新的标杆。

中国酒业营销金爵奖是由中国酒类流通行业最权威的组织——中国酒类流通协会和中国酒类行业办刊时间最长、影响力最大的专业媒体糖烟酒周刊杂志社于2006年11月共同发起、设立,主要着眼于中国酒类产业升级和行业营销成就评价的专业奖项。由于评奖组织者熟悉行业,同时又借鉴了国际评奖经验,吸纳了诸如江南大学、南开大

学等国内知名研究机构和学者的智慧,制定了针对性很强的评奖评价方法和科学的评奖程序,严格遵循“公平、公正、严谨”的评奖原则,再加上评奖全程包括电视、门户网站、主流报刊对参评者和获奖者行业内外的系统传播,因而备受业界垂青。中国酒业营销金爵奖因其评奖的高规格和高水准,不仅被行业誉为“中国酒业的奥斯卡”,而且也成为行业知名企业家和大腕明星云集,行业官方组织、生产商、经销商、原辅材料供应商、智业机构、媒介等中国酒业产业链几乎全部环节汇聚、交流、沟通的平台。

目前,中国酒业营销金爵奖已连续成功举办三届,每三年举办一次,金爵奖成为当今中国酒类行业最高规格奖项,真正是“见证辉煌,记载成就”,至今已成为众多酒业人脑海中不可磨灭的深刻记忆。金爵奖作为“对中国酒业发展成就的阶段性总结,对中国酒业创新成果的时代性发展,对中国酒业共赢未来的开创性引领”的高端荣誉评定和沟通交流平台,金爵奖不是简单意义的普通评奖,而是有其独特的作用和价值,是中国酒业一股重要的“发现新动力,传递正能量”的产业推动力量。

因为各种因素,中国酒业目前依然面临着一定的发展压力,如何面对当前的酒业形势,下一步的发展方向在哪里?这需要骨干企业、核心经销商共同思考、群策群力。故而,本届金爵奖还特地增设了专家和企业领导发言环节。著名经济学家马光远给大家深入浅出地讲解了2016年全球及中国的经济形势,并分析了该形势下的酒类产业面临的挑战和机遇;智达天下智业机构董事长张学军在他关于重构亲历的主题演讲中,系统阐述了行业重构的脉络;洋河股份有限公司董事长王耀在“如何打造洋河超能力”时谈到,洋河主要做到了“坚守用户导向”和“追求与时俱进”;古井集团董事长梁

金辉与参会者分享了古井在重构期中的蝶变密码,给大家呈现了一个真正弯道超车的名酒企业;衡水老白干酒业股份有限公司总经理王占刚的演讲主题是《衡水老白干的坚守与变革》,则给我们展示了一个区域强势白酒企业在重构期中的坚持与创新;贵州金沙集团董事长董兵关于行业黑马——金沙的逆生长演讲,详细还原了一个黑马型企业如何在行业重构中寻找突破的历程;关于渠道的重构,则有近年来的渠道新秀企业——华龙酒业董事长翟山的主演讲,“酒业大咖闪耀春糖,金爵现场亮相发声”!

这些主题演讲从不同的方向和角度为我们在理念和战略层面架构了行业重构,对进入“十三五”发展新时期和经济新常态下的当前和未来酒业行业发展指明方向和道路。而金爵奖八大奖项则几乎全景式地勾勒了行业重构的画卷。第四届金爵奖主要设立了“企业奖、品牌/产品奖、人物奖”三大类奖项。经过企业自行申报、评委会初评和专家评审终审三个阶段,第四届中国酒业营销金爵奖共颁出了8项大奖,共有61个企业、品牌及个人获奖。笔者注意到:宜宾五粮液股份有限公司喜获“中国酒业重构期领军企业”殊荣;宜宾五粮液股份有限公司董事长刘中国先生、茅台集团董事长袁仁国先生、汾酒集团董事长李秋喜先生、洋河股份有限公司董事长王跃先生等大咖喜获本届金爵奖“中国酒业重构期领袖人物”光荣称号。

参会的领导和嘉宾纷纷表示,酒业重构期,酒水企业和经销商都承受着来自市场的巨大压力和挑战,难能可贵的是,现有一批本届金爵奖表彰的酒业领袖、领军人物、领军企业作为先锋,作为领袖,带领行业,在迷雾中前行、不断创新突破,这也让大家对未来充满希望和期待。