“川烟+川酒”首个跨界创新产品面市 核心是“爆珠”

■ 周显彬 童胤淞 李龙俊

近日，四川中烟有限责任公司和四川省宜宾五粮液集团有限公司在四川宜宾联合发布卷烟产品——宽窄(五粮浓香)，这是“川烟+川酒”跨界合作的首个创新成果。

为积极践行四川省委省政府“做大做优川酒、川烟品牌”的要求，2016年7月27日，四川省宜宾五粮液集团有限公司与四川中烟工业有限责任公司签订战略合作协议，双方通过建立战略合作伙伴关系，围绕产品、渠道、管理和技术等方面开展紧密合作，实现共赢，共同推进四川烟酒行业健康发展。

双方签署战略合作协议之后，共同成立技术研发团队，迅速推进“宽窄(五粮浓香)”的研发工作，核心是“爆珠”。经市场调研与分析，当前市场上其他同类卷烟产品的酒香型爆珠，主要以外购香精调配而成，缺乏白酒的自然发酵感。经项目组技术攻关，本次宽窄(五粮浓香)是从五粮液原浆的纯天然发酵产物中提取精华，结合五粮液香型的白酒风味，经大量的反复试验，终于达到五粮浓香爆珠与烟丝配合的最佳组合效果。

双方签署战略合作协议仅仅4个月后，合作成果“宽窄·五粮浓香”面市。基于“川烟川酒，川人独有”的设计理念，以“宽窄风”融汇“五粮红”，打造醇厚滋味、馥郁香气的中国味道。

在供给侧结构性改革、转型升级发展的共同命题下，四川中烟与五粮液集团关注于传统渠道以外的新渠道、新客户、新合作模式探索与业务拓展打造“四川名片”，成为新形势下跨界合作发展的杰出典范，走出一条合作共赢的国企合作新路径。

据了解，下一步双方还将充分利用和发挥品牌价值资源，持续开发与品牌价值相匹配的跨界产品，并积极培育销售，拓展全国市场。

宜宾商业银行“联姻”五粮液成立支行

■ 龙亿江

1月12日，宜宾市商业银行五粮液支行开业仪式在五粮液集团东大门举行。这是继2016年2月，宜宾市商业银行成立“五粮液营销团队”的“升级换代”，亦是商业银行对五粮液集团服务团队人数的增加、服务项目的完善、服务效率的提升，也是服务的全面深化。

宜宾市商业银行行长黄强说：“希望五粮液支行紧密围绕‘五粮液产业集群’，依托我行优质、高效、便利的服务模式，借助我行日趋完善的产品和渠道，深度挖掘客户需求，强化客户服务与维护，打造‘专营化’、‘特色化’服务，为五粮液集团及上下游产业链提供更加高效、快捷的金融服务，努力打造成为五粮液集团优质的金融服务机构和专业团队。”

“近年来，宜宾市商业银行不断创新经营机制和金融产品，各项业务取得了健康快速发展，有力支持了宜宾实体经济和支柱产业的发展。作为宜宾市商业银行的大股东，五粮液非常重视与宜宾商行的合作共赢，双方加强了务实合作，保持了密切合作关系。”五粮液股份公司副总经理、财务总监，五粮液集团财务公司董事长罗伟说道。

五粮液集团财务公司成立于2014年5月，面向“十三五”，五粮液集团确立了千亿元国际化世界级企业集团的发展目标，制定了“创新驱动，凸显酒业，做强多元”的战略主题。宜宾市商业银行和五粮液集团的“牵手”，必将成为宜宾金融发展的新增长点。

宜宾市商业银行刚刚度过了十岁“生日”。十年来，宜宾市商业银行始终坚持“服务地方经济、服务城镇居民、服务中小企业”的市场定位，着力深化改革和转型发展，加强产品和服务创新力度，经营业绩不断攀升，金融服务能力日益增强。截至2016年末，宜宾市商业银行资产规模达到363亿元，各项存款余额达到235亿元，各项贷款余额118亿元。

中国白酒泰斗 赖高淮联手沈酒 再塑百年老酒辉煌

■ 钟欣

记者16日从中国沈酒获悉，中国白酒泰斗、国际酿酒大师赖高淮在四川泸州叙永县与中国沈酒签约，通过技艺和文化的传承，再塑百年酒业名坊：同发生、沈酒坊。

83岁的赖高淮告诉记者，1909年清末，其祖父在泸州市创办了同发生槽坊。同发生槽坊与温永盛及天成生、沈酒坊等酿酒坊在清末民初是泸州36家大酒坊其中的最有名的几家，这些老字号共同见证了当年泸州酿酒行业的繁荣，是我国酒业发展极其重要的一段历史。同发生、沈酒坊两家的交情可追溯至赖高淮的父辈，距今已上百年，两家世代交好。但百年沉浮、商海变幻，同发生、沈酒坊这些百年老槽坊有的遗风尚存，有的物是人非。

据了解，为传承传统固态古法酿造等非物质文化遗产和其研发的人工培育老窖泥技术等科研成果，赖高淮在退休后先后收徒16人，其中就包括7名沈酒坊传人。

此次，赖高淮联手沈酒，正是要在传承的基础上创新酿酒工艺，共同研制新型“沉香”型白酒，并申请国家专利、制定行业标准，从供给侧为中国酒业增添创新产品。

沈酒坊第二十二代传人、赖高淮弟子、中国沈酒负责人沈鸿林表示：将进一步投入大量资金与师父一起按原貌重建同发生、沈酒坊的建筑楼宇及实物酒槽。同时要做好传统酿酒技艺传承和产品的创新研发，将“诚信经营”的百年祖训传承，重塑同发生、沈酒坊百年辉煌。

跨界联合 只为创变而来

孔府家酒联合金枫酒业在沪召开客户答谢会

■ 邱会东 李玉友

很久以前，有这样一首广告歌曲的名字为《喜欢上海的理由》，歌中唱到：

上海是我长大成人的所在
带着我所有的情怀
第一次干杯，第一次恋爱
……
有人出去有人回来
上海让我越看越爱
……

这首与酒有关的广告歌曲，让很多上海人记忆深刻，但是主角却不是孔府家酒。因为孔府家酒喜欢上海，不需要理由。

从1980年代开始，她就开始在上海打拼，从零开始，从每年销售额几十万到1990年代的一个多亿。30多年来，上海成就了孔府家，孔府家爱上上海，痴心不改，一往情深。虽然，由于种种原因，在过去近十年的时间里，孔府家酒在上海销量有所下降，但是伴随着互联网大潮涌起，新一代孔府家人已经完成企业变革，再次重整力量，牵手包括上海友怡商贸、金枫酒业等在内的新生商界力量，强势入驻上海，力图市场复兴。

孔府家与上海“相爱”30余年

上海，灵感之都，代表着中国最前沿的品牌定位、最潮流的品质生活，让无数的精英、知识分子趋之如鹜。1月10日，孔府家酒业与她的新战略合作伙伴，上海友怡酒业、上海金枫酒业在上海东骏海鲜大酒店举行盛大的酒会，答谢来自四方的宾朋。

酒会上，孔府家酒业有限公司总经理刘涛说道：“上海有着自己的魔力，而高品质的生活正是上海的魔力所在，这也是孔府家酒遵循的发展理念。”金枫是沪派黄酒代表，孔府家是中国文化白酒代表，双方都是上海重点品牌、高品质生活追求代表，因为理念的相同，孔府家与上海“相爱”30余年未曾改变。

从上世纪八十年代开始，孔府家酒锐意创新、勇于开拓，谱写了鲁酒的辉煌篇章，在行业内率先研发推出了低度白酒，创领白酒新潮流，并通过强有力的营销宣传手段，在央视投放电视广告，从此一炮打响，占领京津冀、广东、上海，乃至全国市场，一跃成为与茅台、五粮液等并驾齐驱的名优白酒品牌，并且远销海外，成为鲁酒走出去的一面旗帜。时至今日，在国内市场，孔府家依然是鲁酒的一面旗帜，而在海外市场，它也是中国白酒的一面旗帜。

当时，孔府家开启了在上海最辉煌的销售历程。低度白酒和营销手段的创新与上海前沿的品质追求和创新精神不谋而合，两者心灵相契，由此实现了孔府家酒在上海市场从零到一个多亿的销售神话；而“孔府家酒，叫人想家”的品牌定位又与无数闯荡上海滩的冒险家们心灵相应，由此建立了深厚的消费基础，使得上海市场30年如一日的支持、信赖孔府家酒。

●孔府家酒业总经理刘涛在客户答谢会上致辞

> 伴随着互联网大潮涌起，新一代孔府家人已经完成企业变革，再次重整力量，牵手包括上海友怡商贸、金枫酒业等在内的新生商界力量，强势入驻上海，力图市场复兴。

因为心灵契合，并充满时代的魅力，所以孔府家酒喜欢上海，纯粹，不需要理由。

为创变而来，拥抱伟大时代

上海，一个每天都在发生变化的城市，时刻刷新着全球最崭新的视角、最时尚的思维。孔府家酒作为上海人的忠实伴侣，同样也需要紧跟潮流、不断创新，用崭新的视觉形象和酒体风格迎合上海的日新月异。

2012年，孔府家酒携手世界500强联想控股旗下丰联集团，开始了传统白酒产业与现代时尚的完美融合。这是孔府家酒的华丽转身，转身的目地是跟上时代的步伐。随之而来的是孔府家对内部营销体系及整个营销链的改造。2016年，孔府家酒重新选择了新的经销商，牵手上海友怡酒业有限公司。

上海友怡酒业有限公司成立于2011年，是一家以80后为主导的酒水贸易公司。公司秉承客户为本，服务至上，合作共赢的经营理念。经过近几年的努力，已经在上海全区域成长为较有影响力的经销商品牌。目前经销品牌有孔府家酒，金枫酒业系列黄酒：石库门酒、和酒，加州乐事葡萄酒等市场核心商品。

孔府家酒通过与上海友怡酒业公司强强联合，其目的是实现孔府家酒上海市场的精彩绽放。这是孔府家在沉寂多年以后的最重要的战略之举；也是孔府家并入联想集团后对营销战略的创新和调整，符合联想集团的互联网思维和战略。

在1月10日的酒会上，孔府家酒业总经理刘涛重点向经销商朋友介绍了“朋自远方”、“弘毅”、“弘韵”、“新金装”等多款战略产品。这几款产品是孔府家结合现代时尚潮流的创新产品，是互联网上的爆款产品。2016年12月4日，它们借助虎嗅网主办的F&M创新节亮相北京，得到了包括新希望六和集团董事长刘畅、乐视体育副董事长马国力、中信出版社总编辑卢俊、瓜子二手车CEO杨浩涌、畅销书作家庄雅婷在内等50多位创新、创业代表人物以及3000多位“不安分”的创新分子的热烈追捧。

孔府家酒业在客户答谢会上重点推介的“朋自远方”、“弘毅”、“弘韵”、“新金装”等战略新品

此次，孔府家在上海重点推广“朋自远方”、“弘毅”、“仁义”等在内的多款互联网战略升级产品，旨在以新古典主义视觉形象及幽雅绵柔的酒体风格，向时尚之都上海致敬，并以此满足上海消费者消费需求的变化和升级。

“因为孔府家酒有着抹不去的辉煌历史，我们愿以此为基点，通过产品升级、品牌创新让孔府家酒强势回归，走进更多上海人的生活中，重塑经典，再创辉煌，将孔府家酒打造成中国儒家文化白酒第一品牌”。刘涛信心满满地表示。

不仅如此，刘涛还对孔府家的酿酒方式做了详细的阐述：首先是孔府家的酒体风格由专家说了算转变为消费者说了算，并让酿酒大师深入市场市场，了解终端消费者的真实需求；其次酒体风格向低度畅饮型转变，尊重、重视消费者消费习惯和消费方式的变化和升级；最后孔府家积极引导白酒的消费习惯重新回归儒雅，回归古人“东篱把酒黄昏后、有暗香盈袖”的高雅的白酒文明。

因为追求时尚，所以勇于创变，因为心意相通，所以互相珍视，所以对彼此的变化心领神会，坦然接受。孔府家酒，喜欢上海，历经30年的风云，不改初心。在经过短暂的沉寂之后，孔府家酒此次携手上海友怡酒业、金枫酒业，只为创变而来，共同拥抱这个伟大的时代，也一定能在灵感之都上海取得不菲业绩。

景芝酒业开启与铁路系统全面战略合作

“景芝·景阳春号”高铁品牌专列发车成功

■ 冯铭政

1月18日，随着10列“景芝·景阳春号”高铁品牌专列飞驰而出，景芝酒业开启了与铁路系统全面战略合作的序幕，进一步拓展了景芝品牌战略升级之路。

2016年，山东省郭树清省长在《实施品牌强省战略 共铸山东美好未来》主旨演讲中着重提到“我省青啤、张裕、景芝等8个百年品牌企业参加了意大利米兰世博会，举行‘百年世博，山东荣耀’纪念仪式，展示了山东品牌”，必须实施品牌战略，把更大的精力，更多的资源集中到最终产品上。

聚焦文化和品牌，深度挖掘白酒的文化基因和品牌内涵，在传承弘扬优秀文化的大背景下，以“人立品为先”核心理念为统领，确立了“致良知，植良能，造良品”的三良企业文化。以文化指引酒业的转型发展——这是景芝酒业战略思维的一个重要支点，也被景芝酒业视为超越企业自身的一种社会责任。

2016年8月，景芝酒业携手山东省旅游发展委员会、山东航空打造的“好客山东·景芝号”彩绘飞机华彩起航。“景芝号”飞机，是全国首次由旅游系统与白酒企业合作打造的公益形象传播平台，成为传播山东好客文化的使者。

“做酒，我们坚守品质；做人，我们崇尚品格；生活，我们追求品味”，景芝酒业站在社会及中国白酒发展的前沿，从历史沉淀、人文积淀、政治文化等不同的角度将山东人的文化个性、精神气质高度凝练，创新性地提炼并输出“景芝景阳春山东精气神”的品牌主张。山东精气神“真诚厚道、乐观积极、热情好客”的内容并非一成不变，但它的时代内涵与景芝“致良知、植良能、造良品”的三良品牌文化却是一脉相承，不仅体现了景芝5000年灿烂酿酒文明，彰显了景酒人传承已久的匠心精神，更重要的是，它表达了新时期景酒人“为消费者奉献更有品位生活”的价值追求，展示了新时期景酒人朝着“百亿景酒”宏伟目标不懈奋斗的坚定信念。

品牌源于文化，有文化、有内涵、有精气神的企业是可以经久不衰的。在倡行“真诚厚道、乐观积极、热情好客”的山东精气神过程中，景芝酒业结合企业实际，深入挖掘并传播景芝酒文化内涵，创新品牌传播新形式，卓有成效的推动品牌建设工作：黄渤明星代言、景芝号飞机、景芝·景阳春号高铁品牌专列、“山东精气神 温暖中国年”大型公益活动……景芝酒业品牌文化建设在向着全国知名品牌目标迈进的同时，处处体现着鲁酒龙头范儿，“坚守品质、崇尚品格、追求品位”，彰显了企业的责任和担当，擎起了“山东精气神”的时代精神旗帜！

共赢之道 | Win-win way

苏宁超市联合古井集团 独家推出“足球酒”

逢年过节想给亲朋送点礼物，总感觉送不出新意，无法让人眼前一亮。不少人的这一送礼难题，近日或许能得到解决。据悉，苏宁超市联合古井集团，独家推出一款“足球酒”。这款酒与苏宁云商集团董事长张近东曾经收到的礼物是同款，而且限量发售。

一份小小礼物 促成一款个性白酒新品诞生

这款足球酒的诞生，要从苏宁云商和古井集团的战略合作说起。

2016年10月31日，安徽古井集团党委书记、董事长梁金辉一行现身苏宁总部，与苏宁云商董事长张近东共同出席“苏宁云商古井贡酒战略合作发布会”。苏宁易购与古井贡酒签署了战略合作协议，共同宣布将在互联网零售、渠道整合、产品包销定制等方面展开深入合作，推进白酒行业的互联网转型和产业合作升级。

这次来苏宁签署战略合作协议，梁金辉还为张近东带来了一份礼物。众所周知，2016年6月6日，苏宁正式宣布并购国际米兰足球俱乐部，为了表示祝贺，古井集团特别定制了一瓶酒，酒瓶就是足球的样子。

作为一个球迷，张近东对这个礼物十分喜爱。但同时他也想将这份喜悦，与更多的球迷共享。于是，定制足球酒的计划就萌生了。

随后苏宁超市的采销团队与古井集团对接，具体沟通这款足球酒的设计、定位等各方面的问题。经过约3个月思想与技术的碰撞，最终，这款苏宁与古井独家定制的足球酒已经投入生产，并即将面世。

超酷足球造型酒瓶 16年份原浆灌注

近日，苏宁超市已经收到了这款足球酒的样品，记者提前目睹了这款足球酒的真容。瓶身一比一复原足球大小，该有的线条和颜色，一样不少。而且，瓶身上还印制了球员的简易形象，以及他们球衣的号码。据介绍，此款足球酒的瓶身，是特别从景德镇定做的。因为材质易碎，在运输过程中酒瓶容易出现损坏。然而为力求完美，苏宁超市和古井集团的工作人员与酒瓶制作厂家一遍遍协调，终于定制出没有瑕疵的一批酒瓶。

目前市面上还没有其他足球造型的白酒出售。对于足球迷来说，一款这样的“足球酒”，自然是非常有吸引力。但对于真正爱酒的人来说，包装只是选购的其中一个原因，酒瓶里装的货，才是他们真正在意的。

为此，苏宁超市也是从消费者的角度出发，为用户提供一款货真价实的好产品。经过与古井集团工作人员的沟通，最终双方商定，这款个性“足球酒”均会采用50度的16年原浆酒来灌装。

记者注意到，500ml古井16年原浆酒，目前市面的价格在500元左右，活动价格也要430元。而苏宁超市独家定制的这款足球酒，一瓶装有4L白酒，售价初步定为1588元。相比之下，确实是非常实惠。此外，“足球酒”瓶身外面采用高端视觉的黑色外盒包装，一瓶一箱，十分上档次。球迷之间聚会、送礼，这瓶定制酒可是不二选择。

据苏宁超市相关负责人透露，为了给苏宁定制这款足球酒，古井集团专门开了一条生产线进行灌装。这款足球酒预计1月21日上架，届时消费者登录苏宁易购即可购买。但他也表示，根据计划这款定制酒全国只有999瓶，限量销售颇具收藏价值，

想要购买的消费者，还需要时刻关注苏宁超市。

福利叠加 苏宁超市春节不打烊

其实，这已经不是古井第一次为苏宁超市定制产品了，双方合作的第一款独家定制品，就是45度的古井贡酒1989。在双十一期间这款酒也有很好的销售表现。

眼下正值苏宁超级年货节，而且苏宁超市攻打南京市场，近期为南京用户提供50元的酒水无门槛券，可以说在酒水的销售上，苏宁超市已经给出了非常大的优惠。此次足球酒的独家发售，又为球迷提供了一大福利。

据了解，苏宁年货节推出物流“春节不打烊”服务，用户任何时候想要购买酒水，上苏宁超市都能得到满足，而且送货到家。

(中新网)