

足迹·白酒篇



终端嬗变悄然变革

水井坊试水连锁直营模式

7月下旬水井坊体验店开业

直营店全新体验

中原白酒行业一直以来不缺少话题,而这次我们不得不说说在近期悄然兴起的连锁直营店。这些连锁直营店与市内的名烟名酒店无论从规模,还是从品类都有着本质的不同。前者更多的是由厂家或者总代理开设的连锁直营,而后者更多的是零售。而这样一种模式的兴起,在背后必定有其用意所在。水井坊作为白酒行业知名品牌,在近期同样试水这一直营模式,据介绍7月下旬,位于农业路与经三路东侧的体验店即将正式开业,目前处在试营业阶段,终端嬗变正在悄然兴起。

晚报记者 谢宽/文 赵楠/图

6月23日,记者来到位于农业路与经三路东侧的水井坊体验店,从外表上来看,红墙青砖为铺垫,“水井坊”三个变体字高挂中间,整个装修装饰古朴的风格体现了水井坊的酒文化和历史。在店内,偌大的空间里摆满了各式各样的水井坊,从中档到高档,可以说品类齐全。

据郑州云飞酒业有限公司总经理郭洪生介绍:“其实2007年公司已经介入这种模式,由于所开设店面位于金水路,路边停车困难。为了能够让市民快速买到水井坊产品和扩大覆盖范围,因此我们选择离市内近的地方开直营店,公司经过半年的筹划,从选址到设计再到装修试营业,总投资200万元,占地规模600平方米,上下两层各300平方米,一楼主要是水井坊各类产品,二楼主要是客户的体验区。”

在郭洪生看来,这样做的目的,不仅广大消费者可以买到质量更为放心实在、品类齐全的商品,而且在满足多元化需求的同时还可以加强经常来购买水井坊

的回头客和即将成为水井坊VIP客户之间的联系,从而提供良好的售前、售中、售后服务。除此之外,在直营体验店即将开业之际,为了更好地服务消费者,体验店将开展消费积分、酒店代定、免费体验的增值服务,有兴趣的消费者,不妨可以尝试一下。



相关链接

成都水井坊有限公司成立于2000年4月,从事水井坊高档白酒和旅游文化产品的开发推广业务,是水井坊品牌的专营机构。公司致力于水井坊历史文化的传承和发掘,坚持“传统与时尚、经济与文化、技术与艺术”相结合的科学观,以继承和发扬中国传统白酒文化精髓为己任,联合中科院成都生物研究所及清华大学,从600余年“活文物原址”——成都水井街酒坊古窖窖泥中,提炼出“水井坊一号菌”,并采用现代先进生物技术与传统古法酿制相结合的特殊工艺,研制出了当今弥足珍贵的水井坊酒。2000年8月,水井坊高档白酒正式面市。水井坊酒以其优异的品质、精美的包装和独特的文化营销理念,引起社会的广泛关注,并得到好评。

上善若水,滴水穿石,水到渠成。水井坊已获“全国重点文物保护单位”、“中华人民共和国原产地域产品”、“第30届莫比广告奖包装设计金杯奖(单项)和最高成就奖(全场总评)”、“1999年全国十大考古新发现”、“最古老的酿酒作坊”、“中国历史文化名酒(001号)”、“21世纪奢华品牌榜中国顶级品牌(唯一白酒品牌)”、“首届‘中国创造’奖之‘组委会特别推荐创造力产品奖’(唯一白酒品牌)”、“2006中国十大最具增长潜力白酒品牌”、“2006中国最佳品牌建设十大案例”等多项尊贵荣誉。

“郑州模式”注定渠道扁平化

体验店的建成无疑为水井坊开拓了新的渠道。“在郑州,零售终端名烟名酒店的发展是十分厉害的,在郑州一条街上100米的距离内,就会有5到8家名烟名酒店,而在其他地市同样的距离只有一到两家,这样的规模全国有名,素有‘郑州模式’之称。”郭洪生说,“而这样的结果导致郑州商超中的白酒处于弱势。基于此,注定了厂家或者总代理,开始考虑渠道扁平化的发展态势。”

而这只是其中的一方面,另一方面,是考虑到现

在市面上的名烟名酒店鱼龙混杂、良莠不齐,有相当一部分存在着出售假货现象,消费者对此深恶痛绝,但是作为传统的渠道来说,终端的关注度放在酒店上、放在商超上,产品不够丰富,无法满足一般消费者的需求,从而无法对于假货形成挤压。郭洪生坦言:“渠道的扁平化发展,一方面搭建了厂家与消费者之间更广阔的平台;另一方面,统一化运作的方式,拓展业务,更有利于我们树立形象,使消费者便于辨识。”

发展
足迹



品鉴之间 心神相印



中国高尚生活元素

任优雅在境界中延伸,印下品位的见证,
让高尚凝聚生活,品鉴之间,心神悠然相印。

“中国高尚生活元素”——水井坊,
始于元末、历经明清,600余年执着品格,
秉承酒中真谛,以陈香飘逸、甘润幽雅之传世佳酿,
尽展东方优雅,演绎中国高尚生活!



四川水井坊股份有限公司 www.swellfun.com

美酒热线: 0371-68089991/2/3