

6月25日,青岛啤酒在天猫商城的官方旗舰店正式上线。青岛啤酒入驻天猫,将不但继续为消费者提供高品质的产品体验,更提供一种快捷方便、送货上门的购物体验,可谓一举两得。同时,这也是青岛啤酒“品牌传播、产品销售、消费者体验”三位一体的品牌推广模式的再升级。

郑州晚报记者 万佳



青岛啤酒再次蝉联中国啤酒第一品牌

## “三位一体”品牌推广模式再升级 青岛啤酒 “天猫官方旗舰店”上线

天猫开店 青岛啤酒喊你来“喝酒”

记者了解到,因为目前处于试运营阶段,青岛啤酒的配送地区包括北京、天津、河北、山东、上海、浙江、江苏。而为了庆祝青岛啤酒天猫官方旗舰店盛大开业,从6月28日~7月16日,购买青岛啤酒黑啤、鸿运当头、纯生啤酒,还能享受第二箱半价的优惠。此后,类似的优惠活动还将不断推出,青岛啤酒将通过全场满赠、产品主推的

第二箱减半、收藏送礼(折扣券)等方式。作为“骨灰级”的青啤粉丝,李俊鹏说:“青岛啤酒这一渠道的拓展,非常符合年轻人的购买和消费习惯,对于青岛啤酒的品质我们在实体店、通过自己购买已经体验了无数遍,对这个品牌很放心,对品类很熟悉,不存在再去体验的问题,所以从网上直接购买更实惠、方便、快捷。”

创新模式 为消费者打造专属快乐资产

就在青岛啤酒天猫商城官方旗舰店上线的第二天,6月26日,《2013中国500最具价值品牌》排行榜在北京发布,青岛啤酒以805.85亿元品牌价值,再次蝉联中国啤酒第一品牌。青岛啤酒公司副总裁兼营销总裁王瑞永在发布会现场表示:“品牌不仅是企业的资产,更是消费者的资产。青岛啤酒就是要为消费者打造好这份快乐资产,用创新满足他们的需求。”

营销渠道的多样化,更可以直接、快捷地与消费者实现互动,了解消费者的喜好与消费感受,这种创新渠道代表了电商时代的消费与购物需求,是其“品牌传播、产品销售、消费者体验”三位一体品牌推广模式的再升级的一次探索。

北京大学新闻与传播学院副院长陈刚表示,“面对更加激烈的市场竞争,青岛啤酒坚持品质、不断创新,在营销领域不断突破,在国内市场已经成为中国品牌的领军者,在海外也成为中国优质品牌的名片。”

### 一周消息

#### 茅台牵手酒仙网深度触网

7月9日,贵州茅台酒股份有限公司与北京酒仙网电子商务有限公司在北京举行战略合作新闻发布会。茅台集团名誉董事长、技术总顾问季克良,酒仙网董事长郝鸿峰,贵州茅台酒股份有限公司总经理助理、国酒茅台(贵州仁怀)营销有限公司董事长、总经理王崇琳,中国酒类流通协会副会长兼秘书长刘员等共

同见证了此次盛典。签约仪式上,王崇琳、郝鸿峰分别代表两家企业在战略合作协议上签字,茅台旗下全线产品将在酒仙网及与其深度合作的10余家电商平台上销售。有专家表示,此次茅台的深度触网,将会是酒类垂直电商发展中的里程碑事件,必将带动白酒行业的电子商务化进程。 万佳

#### 酒祖杜康·名仕封坛原浆酒六月抢风头

上月,酒祖杜康·名仕封坛原浆酒在省内抢尽风头。在河南优秀企业家28人宝岛行中,名仕封坛原浆酒作为海峡两岸交流感情的厚礼,被用来馈赠给身在中国台湾的国民党副主席蒋孝严;在洛阳杜康控股有限公司冠名的华商学院聚成股份2013年金融与投资高峰论坛上,名仕封坛原浆酒受到中国政法大学资本

研究中心主任刘纪鹏、鑫星伊顿投资顾问公司首席执行官金岩石、大连万达集团董事长王健林等经济界精英的赞赏。

对此,洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军解释,酒祖杜康·名仕封坛原浆酒取自杜康建造的中国第一家白酒私人酒窖,是专为高端人群打造的个性化白酒,自然受到各界精英的追捧。 万佳

#### “中国名酒工厂开放之旅”首站走进宝丰

7月6日,河南宝丰酒业敞开工厂大门,迎接八方来客。中国白酒著名技术专家沈怡方、高景炎、高月明、胡永松、曾祖训,国家酒类检验检测中心主任钟杰等行业知名人士走进宝丰,参观宝丰生产线。

据了解,作为活动首站的宝丰酒,是中国

十七大名酒品牌之一,曾在1979年、1984年蝉联两届国优。同时宝丰也是苏鲁豫皖产区唯一的清香白酒生产企业。因此宝丰酒业也敢于敞开大门,展现宝丰的新面貌。此次活动之后,河南宝丰酒业将陆续在河南、河北、山西等地和区域大商深入交流,共商发展大计。 万佳

#### 猫人内衣在郑举行招商会

7月5日至7日,猫人内衣2013年第一期大型招商会在郑州召开。此次招商会由猫人内衣河南省级运营商—郑州褚丰鑫芳商贸有限公司主办,邀请了以猫人集团董事长游林为首的集团高管、河南省各大知名商超系统的代表、以及200多位经销商等参会。猫人内衣一直以优雅的品质、优良的品

质、新颖的设计而为广大消费者认可。截至2012年底,已在河南各地市和县城拥有150家连锁终端,年销售过亿元。猫人内衣河南运营商将联手猫人集团,通过整店输出的方式,构建一个“名牌、名品、名店”的平台,通过多渠道综合性销售体系,成为河南最具发展潜力的内衣品牌运营商。 王一品



陈凯歌导演对仰韶天地人和酒进行点评

## 找准品牌定位点 传承发扬中华酒文化 仰韶酒业 品牌战略研讨会召开

传承文化内涵,发扬酒文化

作为“国粹”之一的白酒,仰韶自有其独有并传承至今的“酒文化”。看过仰韶品牌文化形象大使陈凯歌为仰韶·彩陶坊酒拍的文化纪录片的人都会记得仰韶文化的厚重和深沉,仰韶酒业和文化导演陈凯歌的合作也是推动酒文化的举措。

近几年,仰韶酒业率先推出的陶香型白酒,开创了中国白酒香型创新的先河。并且在企业成立陶香型白酒研究院,与江南大学

7月2日,仰韶酒业品牌战略研讨会在北京召开,著名导演陈凯歌、著名演员陈红、清华大学经济管理学院营销系教授、博士生导师李飞、仰韶酒业有限公司董事长侯建光、河南仰韶营销公司总经理卫凯齐聚在一起,共同探讨中国白酒的发展和特色,并对仰韶酒业发展趋势、品牌战略发展等问题进行了深入的讨论。

郑州晚报记者 万佳

与时俱进,为品牌注入新价值

仰韶酒业董事长侯建光在研讨会现场表示:“虽然彩陶坊酒是仰韶酒文化和仰韶彩陶文化最完美的结合,但是产品上市几年来,也暴露出了一些不足之处,比如不太适合年轻化的消费者,所以我们的产品结构也要随时代变化,进行适当的调整,才能顺应时代的潮流。”

针对这个问题,陈凯歌和李飞也都十分的赞同。未来的世界将是年轻人世界,

(原无锡轻工业学院)合作,专门研究陶香型白酒,同时提出豫派兼香白酒的新概念。

但酒文化不同于营销,不单纯以提高白酒销量、塑造企业品牌为目的,酒文化又类似于营销,需要让更多的人认同并喜欢白酒。现场专家表示,酒文化的传承与发展不是口号,而是要让一代代中国人对白酒产生认同感,更应该是对当前文化环境下白酒内涵的发掘与升华。

怎样抓住年轻人的消费心理,引起这部分群体对白酒的关注,不仅仅是对企业来说的销量保证,同时也加强了年轻人对中国酒文化的认识和传承。

侯建光表示,仰韶酒业在发展蓝图中的“二次辉煌”,需要产品走出河南,走向全国,在进行全国拓展时,品牌战略就显得尤为重要。仰韶将义无反顾的进行调整和变革,在近期也将开始研发适合年轻消费者的时尚型白酒。

### Best 宝视达眼镜 | 我在改变视界



#### 宝视达阳光防护家族 给您阳光下的全面呵护

宝视达阳光防护家族系列产品--变色片、太阳镜、近视太阳镜、镜架、钻晶UV等全系列产品捐一元再多一副活动,清凉进行中,详询店内

活动时间:6.10-11.10



扫一扫 赢大奖

更多内容请店内详询或拨打电话 0371-66208887  
加盟热线 400-666-6286