

## 全球雪山矿泉水发展峰会召开 或开启中国雪山矿泉水时代

3月26日,由中国民族卫生协会健康饮水专业委员会主办,伯克利斯普林斯国际品水大赛组委会、中国矿业联合会天然矿泉水专业委员会共同指导的2014全球雪山矿泉水发展峰会在京举行。中国民族卫生协会健康饮水专业委员会常务副主任兼秘书长马锦亚认为,相信中国的雪山矿泉水消费时代即将到来,以昆仑山为代表的雪山矿泉水或将开启中国饮水新纪元。郑州晚报记者 王一品

### 雪山矿泉水 引领全球健康饮水趋势

2014全球雪山矿泉水发展峰会的召开获得矿泉水业界的高度重视,国内外健康饮水机构及专家、昆仑山、美国Bling、意大利圣安娜等国内外顶级雪山矿泉水企业等多位代表出席了本次峰会。各方就雪山矿泉水开发保护经验交流、国际健

康饮水趋势探讨、全球雪山矿泉水品类推广等话题进行了深入的磋商。

### 标准出炉 开启中国雪山矿泉水时代

活动当天,中国矿业联合会天然矿泉水专业委员会主任委员田廷山现场解读了可能是全球首份雪山矿泉水标准,并表示:相信随着市场的发展,未来



以这份标准为要点,建立一套真正的国家标准是非常有必要。中国民族卫生协会健康饮水专业委员会专家、原北京市矿业联合会天然矿泉水专业委员会秘书长王绣燕教授也非常看好雪山矿泉水这个明星品类,矿泉水因为水源不同、海拔高低等自然条件的不同,不同的矿泉水,品质千差万别。

根据国际品水大师伯克利斯普林斯国际品水大赛组委会主席亚瑟的判断,鉴于国际上雪山矿泉水饮水潮流已经形成,并且饮用数量在不断增加,可以预计,未来中国也将迎来一个雪山矿泉水的饮用时代,作为中国雪山矿泉水代表的昆仑山很可能会达到一个新的发展高峰。

## 董酒 懂健康

### 百草入酒 白酒独有的健康之道

上期“董酒懂健康”专栏介绍了中国白酒的第一个健康密码——谷物酿酒。那么,除了谷物,中国人还为酒寻找到了另一个良伴:百草。百草入酒的最早记录,可以追溯到商朝。当时有种酒叫做“鬯(音同畅)”,用黑色的黍米为原料,再加入郁金香草酿造而成,通常用于祭祀和占卜。后来,名医加入到了百草入酒的行列中,东汉的张仲景就记载了一种用红蓝花酿酒的方法。让草本植物入酒,或能养胃,或能祛寒,或能活血。到了唐朝,酒中加百草的风气更加盛行。最出名的是郁金香酒,有除恶、祛湿之效。

值得庆幸的是,如今董酒依然传承着中国数千年酿酒脉络并融汇中医养生文化而形成的独特酿酒工艺,以优质高粱为主要原料,以小麦、大米为制曲原料,在复杂的制曲工艺中加入130多种纯天然中草药。

郑州晚报记者 王一品

### ■有奖问答

董酒在复杂的制曲工艺中加入多少种纯天然中草药?

请将正确答案及姓名、联系方式发微信至晚报名酒专刊(微信号:zzwb-top-mj),正确回答问题的前3名读者,每人将获得价值158元的新贵董酒一瓶。

领奖地址:东明路红专路金成商务大厦902室,获奖者需携带本人身份证及复印件领奖。

领奖咨询电话:4000909691

上期获奖名单:邱增会(130\*\*\*\*0298)、商媛媛(130\*\*\*\*8525)、杜超(185\*\*\*\*1180)

### ■公益现场

#### 保护环境 乾昌人从点滴做起



3月22日,乾昌珠宝负责人组织了一场有意义的美化城市的公益活动。几十名员工身着红色T恤在各街道开展“义务捡垃圾、倡导文明行为、绿化美化郑州”活动。

大家各自手拿着环保袋、垃圾钳、小铲子等工具,在航海路未来路各广场、公园等主次干道的白色垃圾、水果皮、烟头、卫生死角和沿线墙上路面上的“牛皮癣”“小广告”进行清理,所有参与打扫的乾昌珠宝员工在打扫中弄脏了衣服、鞋子,但是大家不怕苦不怕累,大家的行动也带动和影响周边的居民,他们纷纷表示,环境卫生不仅依靠社区、环卫工人打扫,更要从自我做起,人人爱护好自己的家园。乾昌珠宝富田旗舰店28日即将盛大开业,所有员工想通过这项公益活动,呼吁大家爱护身边的环境,大力倡导“爱护公共环境,共建和谐家园”。王一品

## 酒业急转型 进军O2O欲改变商业模式



扫一扫 更精彩

3月19日,酒仙网在宣布正式启动O2O战略,推出移动客户端“酒快到”。3月20日,宝丰酒业联手买买圈共同拓展酒业O2O市场,引发酒业界、电商界乃至资本市场的高度关注。白酒实战营销专家贾福春指出,这也意味着,酒业电商开始从B2C转向O2O。郑州晚报记者 朱江华

### 遭遇抵制,酒电商何去何从

3月15日,贵州茅台官微称,除授权京东商城外,消费者从其他网络电商所购茅台酒不提供质量保障和售后服务,将酒仙网以及其他电商排除在外。

无独有偶,古蔺郎酒及红花郎酒事业部下发红花郎[2014]16号文显示,要求经销商停止向酒仙网、1919酒类连锁供货,否则按照规定扣除经销商违约金。

而封杀酒仙网和1919的原因,是低价销售,扰乱了茅台和郎酒的价格体系。

事实上,由于酒水品牌众多、产品线庞杂,加上贴牌、冒牌产品等现实,消费者很难辨别真伪。

此前有媒体报道称,通过对梦之蓝M3 52°对比。发现酒仙网天猫旗舰店、京东商城以及洋河天猫旗舰店平台的价格差异较大。分别为469元、688元、535元和1188元,最大差1.5倍多。

对此,白酒实战营销专家贾福春认为,产品良莠不齐,价格混乱,是当今酒电商网站共同面临的问题。低价杀手也直接导致了电子商务渠道和传统渠道的冲突,经销商的利益难以保证。

在贾福春看来,尽管酒仙网是B2C与O2O两种模式共存的模式,但“初出茅庐”的酒仙网的O2O,在O2O上勿打价格战。

### O2O落地,打通线上线下是关键

在酒仙网宣布进军O2O之前,O2O大潮已席卷整个酒业。泸州老窖、洋河股份等酒企已推出自己的O2O平台。

目前生产企业在自建电商体系的过程中,探索而成的专属型O2O模式。线上实现交易,再由线下代理商配送。

值得注意的是董酒在天猫开设了“董酒官方旗舰店”,并在春节期间发起了强力促销活动,54度董酒品鉴酒500ml标价99元,实现月销量近5万瓶,销售额更是达到了450万元,而春节后该酒标价恢复688元一瓶,值得众多白酒品牌借鉴和学习。

白酒实战营销专家贾福春表示,对于酒企而言,O2O是一个全新的商业模式,大家都同在一个起跑点,但同样可以让企业线下成熟品牌的网络得到极大

的延伸。

看似春光无限好的酒类O2O,做起来却并非一帆风顺。贵州董酒股份有限公司华北区业务总监刘金尧认为,“不仅仅是双线操作,更重要的是效率。”

而宋河酒业总裁王伟的观点是,酒类O2O模式之所以被看好,是因为它打通了线上与线下的连接,结合了传统渠道与网络渠道的优势。O2O要跟谁竞争?与线上比盈利和送货时间,与线下比价格比服务才是王道。白酒行业还是线下的天下。

### ■名词解释

O2O,即Online To Offline,是线上下单、线下提货或体验的商业模式。与其他商业模式相比,O2O实现了线上线下优势的完美结合。

### O2O来袭,欲颠覆酒业市场

3月19日,酒仙网宣布正式启动O2O战略,成立“酒快到”子公司,同时推出移动客户端“酒快到”。“酒快到”的目标是,在全国2000多个县市的全网布局,实现9分钟送达的宏伟愿景。

酒仙网董事长郝鸿峰表示,启动“酒快到”是公司实施“共赢100”战略之后的又一重大举措,该项目不但可以解决消费者的即时消费需求,更可与线下经销商共享电商红利。

3月20日,宝丰酒业联手买买圈共同拓展酒业O2O市场战略合作签约仪式在郑州举行。

此举旨在实现产品与消费者的直面对接。

2014年白酒企业无论采取何种措施,终究目的离不开市场的“动销”,宝丰酒业执行董事兼总经理王若飞认为,只要能切实地贴近消费群体,让消费者得到实惠和便利,宝丰不会拒绝尝试新型的营销模式。

在酒仙网和宝丰酒业宣布进军O2O之前,酒水这个传统行业对O2O领域探索的野心已经逐渐显露。中酒网、沃尔玛、1919(酒类专业连锁超市)相继试水酒业O2O。