

奥运助品牌价值飙升 长城觐觐世界葡萄酒业主流地位

◎本报记者 叶勇

对于酒业来说,印象中的中国葡萄酒似乎很难占据世界主流,然后,千载难逢的2008北京奥运却为中国现代葡萄酒业的龙头——长城葡萄酒提供了一个绝好的战略机遇。

中粮酒业董事长曲喆称,北京奥运会期间,作为葡萄酒独家供应商,中粮酒业将为奥运会提供长城全系列葡萄酒供应,将以奥运全时空无缝隙覆盖和奥运全肤色无缝隙体验为支撑,为奥运期间6大赛区;37个场馆;近200家奥运酒店,80多国政府元首、数千名全球精英名流,3万名海内外记者,450万来自全球的观众提供高品位、多元化的饮酒享受。

奥运的稀缺性、关注性以及全球高达86%的认知度,是可以整合全球传播资源。业内人士评价,中粮酒业的奥运牌第一可以提升中国葡萄酒行业整体文化的高度。第二是提升中国葡萄酒在国际市场上的影响力。第三是全面展示中国葡萄酒的各大产区风貌和产品风格。四是在参与葡萄酒全球化竞争中打出长期有效的“奥运牌”。五是加速中国葡萄酒国际化进程,让世界认识到中国拥有世界顶级葡萄。

奥运助力品牌价值飙升 上半年利润率增60%

成为奥运独家供应商之后,中粮酒业能分享到多大的奥运蛋糕?中粮酒业有关负责人对记者表示,赞助奥运后,中粮酒业从国际化战略、品牌内涵、受众契合度等一系列指标上,形成了一个完整的营销体系,使长城品牌价值直线飙升,牢牢占据行业第一强,产销量是第2名和第3名的总和,而品牌美誉度上升了30%,今年上半年的利润率同比增长了60%,被中国品牌研究院授予奥运营销创新奖。

中粮酒业之所以能够获得奥运身份,与其一系列精心准备的奥运营销“组合拳”举措分不开。据介绍,首先是其代表中国葡萄酒品牌跻身奥运舞台展示中国民族葡萄酒的整体形象;其次利用长城国际顶级品质款待世界各地奥运来宾;三是以健康、优雅、高品位的长城葡萄酒为载体,推动人文奥运理念;四是运用长城的绿色酿酒模式和高科技酿酒成果,推广绿色奥运和科技奥运;五是通过长城品牌在奥运舞台上集中向世界展示中国葡萄酒业在改革开放三十年里取得的业绩。

为了承担以上各项义务,中粮酒业以系统化的奥运营销战略、个性化的奥运营销创意和多元化传播组合,成功地实现了长城品牌价值最大化和奥运推广多面化。

从“共品长城、同享中国”的启动阶段战略,到“相约长城、相约奥运”的推进阶段战略,以及奥运年里的“举杯长城、荣耀中国”的完美呈现阶段战略,构成了系统的战略链。从“长城送厚礼,邀您看奥运”到“长城奥运城市酒标设计大赛”,从“超越2008”奥运限量珍藏版葡萄酒入藏国际奥委会洛桑奥林匹克博物馆,到长城桑干酒庄酒成为火炬登顶珠峰庆功酒,构成了个性鲜明的营销创意。从担当国际体育大会、亚欧工商领袖论坛、APEC论坛等国际盛会特别用酒,到“奥运葡萄酒知识大



讲堂”、奥运基金88有奖有赏”等互动活动,构成了多元传播组合,以上各项工作得到了北京奥组委的高度肯定。

奥运营销模式将长期持续

许多人都担心奥运后经济的滑坡和奥运企业奥运后如何发挥奥运品牌营销优势的问题,这个问题在中粮酒业身上也存在。

不过,中粮方面并不担心这一点。运用全球资源和国际化管理理念塑造长城品牌,为消费者提供多元化高品位美酒享受,是中粮酒业长期战略。”该负责人说,奥运会结束后,中粮酒业将把开发北京奥运酒的技术成果运用到酿酒经营之中并扩大到整个行业,把服务奥运的模式固定化、经常化,一如既往地保证产品质量、服务质量的延续,使厚积薄发的品质实力转化为葡萄酒全球化竞争的强大力量。”

业内人士认为,长城奥运战略的实施是一个长期持续的过程,它包括强化品牌宣传,吸引消费者互动,提升品牌国际竞争力等。这种影响将会从奥运前一直延伸到奥运后结束后的若干年。尤其是在奥运会结束后的二年内,奥运发挥的长效作用将成为长城葡萄酒消费增长的催化剂。

而且,对奥运营销的摸索显然锻炼了中粮对于把握重大体育赛事营销的能力,这在以后的重大赛事中将起到重要作用。中粮酒业在承担艰巨而复杂的北京奥运葡萄酒供应的历程中,掌握了第一手体育营销资料,摸索出了丰富的个性化营销经验,为今后的体育营销提供了诸多优势。如果在未来的品牌塑造中,遇到与中粮酒业企业战略相吻合、与产品形象相

关联、与传播诉求相一致的重大赛事,我们会第一时间把赞助北京奥运的战略经验植入进来,进一步提升旗下品牌的世界影响力。”中粮酒业内部人士称。

四维战略布局应对全球竞争

分析人士指出,对于葡萄酒行业来说,并非中国本土的强势产业,国内在历史底蕴和品牌积累上与国外比还有很大差距,因此在面对国际品牌的竞争中,中国企业必须得花出比外企更多的努力,才能在全球化时代取得自身的一席之地。

中粮酒业方面也承认,进口葡萄酒越来越多是全球化竞争的常态,只有高度竞争,才能使自身的品牌更优秀。不过,公司认为,这种状况不会给长城品牌带来压力,因为,中粮酒业已经在战略布局上从四个维度构建了整体战略以有效应对。首先,在战略布局上,中粮酒业推出了以长城桑干酒庄、中粮君顶酒庄为代表的优秀酒庄,并逐步在世界知名葡萄酒产区建立酒庄,构筑多元化酒业集团。

其次,在产地布局上,除了在沙城、昌黎、烟台、蓬莱及海外知名葡萄酒产区建立了原产地绿色酿酒葡萄基地,形成集群竞争优势。

再次,在产品架构上,形成了特别珍藏级、珍藏级、特别精选级、高级精选级、精选级、日常餐酒级六大等级系列产品线,对海内外市场形成了高度覆盖。

最后,在营销层面上,在坚持领先的文化营销同时,通过差异化的体验营销和国际化的深度营销塑造世界级酒类产品,

特别是长城葡萄酒成为北京奥运会的葡萄酒独家用酒之后,将为长城品牌储备强大的国际竞争力。

缔造民族葡萄酒文化

不难令人发现的是,长城葡萄酒非常擅长融合中国的传统文化元素,如用年画做酒标,君顶酒庄、桑干酒庄的名称都体现了中国的独有文化渊源。

纵观世界所有知名葡萄酒品牌,都有深厚的本民族文化底蕴,有的酒庄还体现本家族的文化传承,长城葡萄酒要走向世界,首先要有自身鲜明的民族文化特色,才能在文化竞争中拥有主动权。长城品牌本身就是一个民族根祖文化的标志性符号,做为北京奥运会正式用酒,世界来宾在饮酒之前,首先就会把酒文化视野与古老的中国文化联系起来。”中粮酒业有关负责人表示。

为了实现民族葡萄酒与民族文化的紧密结合,中粮酒业在品牌塑造、营销战略、传播组合、产品标识等多层面都把优秀的民族文化渗透其中。

此外,在履行企业社会责任方面,中粮方面表示,企业社会责任包括方方面面,但做到品质领先、品牌制胜是企业社会责任中的重中之重,为了推动中国葡萄酒行业健康有序发展,中粮酒业担当起了中国葡萄酒品牌国际化的引领者,中国葡萄酒国际品质标准化的制定者,中国葡萄酒文化走向世界的布道者,长城品牌成为北京2008葡萄酒独家供应商,担当大国美酒使者,便是用实际行动履行上述行业责任。

北京2008年奥运会特许商品
Beijing 2008 Official Licensed Product

奥运场馆系列

北京奥组委授权,全球限量发行。

金牌诞生地, 梦想成真时!

奥运场馆系列金银纪念章限量热销。

设计说明

整体设计从国家体育场获取灵感,采用高浮雕铸造工艺,纯银材质,将现代艺术与造币工艺完美结合。正面为“鸟巢”全景效果,兼及部分元素,尽显金属质感。并配以“鸟巢-国家体育场”中英文字样;背面图案为一面面迎风飘扬的旗帜,构成气势恢宏的“旗林”,中央的奥运会会徽在招展的“旗林”中格外醒目。此款产品设计新颖,工艺精良,是一款具有较高观赏性与收藏意义的奥运收藏佳品。

奥运场馆金银套章

Gold and Silver Suite of Olympic Gymnasiums

特许编号: 104557
零售价格: ¥ 5,580元/套
材质: 999足金6g/999足银180g
规格: 套30×15mm/银55×23mm
包装说明: 木质包装盒
限量发行: 38000套

正面/Front
背面/Back
包装/Package

奥林匹克公园金银纪念牌

Olympic Green Gold & Silver Badge

特许编号: 105323
零售价格: ¥ 3,800元/套
材质: 999足金3g/999足银200g
规格: 20×60mm
包装说明: 木质包装盒
限量发行: 50000套

正面/Front
背面/Back
包装/Package

奥运场馆纯银纪念章—国家体育场

Olympic Stadium Pure Silver Commemorative Medal—National Stadium

特许编号: 104850
零售价格: ¥ 2,390元/套
材质: 999足银150g
规格: 直径60mm
包装说明: 木质包装盒
限量发行: 6000套

正面/Front
背面/Back

奥运场馆纯银纪念章—国家游泳中心

Olympic Stadium Pure Silver Commemorative Medal—National Aquatics Center

特许编号: 104855
零售价格: ¥ 2,390元/套
材质: 999足银150g
规格: 直径60mm
包装说明: 木质包装盒
限量发行: 6000套

正面/Front
背面/Back

奥运场馆纯银纪念章—国家体育馆

Olympic Stadium Pure Silver Commemorative Medal—National Indoor Stadium

特许编号: 104842
零售价格: ¥ 2,390元/套
材质: 999足银150g
规格: 直径60mm
包装说明: 木质包装盒
限量发行: 6000套

正面/Front
背面/Back

国家体育场椭圆纯银纪念章

Oval Pure Silver Commemorative Medal of National Stadium

特许编号: 102520
零售价格: ¥ 1,858元/套
材质: 999足银100g/激光全息
规格: 72.75×47mm
包装说明: 木质包装盒
限量发行: 80000套

正面/Front
背面/Back

订购热线

800-810-0229 (免费)
95566

订购地点: 各奥运特许零售店及中国银行各网点
网 址: www.xiaotiansd.com

图片仅供参考, 请以实物为准。 Pictures are just for reference, please confirm with real products.