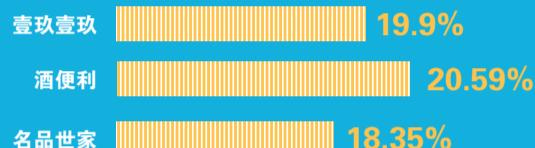


酒业渠道

谋求终端数据变现

● 调查数据

渠道酒商营收普增两成



渠道酒商净利润普遍增长

壹玖壹玖 51.05% 酒便利 124.68% 名品世家 8.23%



渠道酒商加快布局线下门店



渠道酒商拓展线上新平台



渠道酒商输出管理扩张



2018年以来,新零售概念成为酒水行业关注的热点,线上线下深度融合的模式迅速蔓延。无论是各主要酒水品牌基于新零售理念进行的渠道布局,还是酒水渠道商以场景消费为核心要素进行的经营变革,都在不断改变着传统的酒水销售方式。随着时代的变革、经济的发展以及社会信息化的迭代,消费需求愈加倾向于品牌、品质、故事性以及个性化,这些变化深刻影响着酒水行业的供给侧变革。



酒业渠道线上市场活跃的同时,线下门店也持续扩张,推行双渠道打通

新零售蔓延酒水渠道

位于朝阳区山水文园的1919门店,从外观上看与传统酒水连锁零售店并无区别,分门别类陈列的酒水产品、负责与消费者沟通的营业员,以及显眼处的产品推介广告等。但据店员介绍,该店不仅承担着销售展示的作用,还承担着相关产品的一对一体验、线上线下活动联动以及网络预订的配送功能。

北京商报记者下载1919快喝App体验发现,进入主界面后便能看到临近店铺与相关网络功能的展示,其中“立即送”便是店员口中的网络预订配送。据了解,消费者线上预订后,两小时内即可从临近门店将货品送出。此外,主界面中还有侍酒师功能,点击进入后有诸多侍酒师供消费者选择,初级侍酒师的服务价格均为每小时300元。对于一些商务宴请场合,有专业侍酒师在现场提供酒水搭配、推荐品评等服务显然更显档次。而这也成为1919在新零售发展过程中,提供酒饮服务解决方案中的一个细分市场,即场景消费。

1919电商公司总经理李孟龙表示,互联网时代有无数的App为消费者提供专属的服务,而宴请这一场景也需要专门的人、专门的侍者为用户

提供服务。1919主要定位于宴请场景这一细分市场,企业也由传统的酒水经销商,重新定位为提供酒饮服务的解决方案和运营平台。

事实上,随着消费端需求的变化,消费升级成为推动行业变革的主要力量。全行业的酒水品牌、经销商们都正在以自己的理解,对新零售概念进行诠释。

酒仙网早已从纯电商平台发展为新零售结合体,在与线下连锁企业合作的同时,深入发展“酒快到”O2O项目,进一步推动酒仙网新零售布局。而华龙酒业和酒便利等传统连锁酒行则开始拓展线上渠道,以“互联网+呼叫中心+体验门店+配送站”的模式,推进线上线下同步,实现双向融合。

作为传统大商的代表企业,银基集团于2016年正式启动“品汇壹号·云合伙”项目,将白酒销售终端商家在银基B2B平台上注册成为平台会员,从而降低终端商家的采购成本。2018年初开始,银基更开始布局一款通过智慧终端机感知货物的运行资讯大数据平台“品汇云踪”,在流通环节对产品的市场营销和库存数量进行管控。