

背靠阿里 1919 谋加速扩容



1919终结了历时近一年的停牌状态，于7月9日恢复股票转让。在业界看来，拥有阿里巴巴这样的巨头背书以及资本加持的1919，将持续加速扩容，而恢复股票交易不过是1919“信心”的具体体现之一。事实上，谋划大范围涉猎其他产品类型的1919，已经进入实操阶段，并试图借助线上线下深度融合的模式，在原有酒水板块优势的基础上，逐步向整个大快消领域延伸。并且，通过场景消费将多种产品串联起来，以扩充企业的盈利渠道。这或许也将成为1919这样的垂直电商在目前的市场红海中突围的方式。

从产品到渠道多元化布局

北京商报记者从1919方面了解到，在2018年10月企业申请股票停牌时所筹划的重大事项，具体内容为1919拟将阿里巴巴（中国）网络技术有限公司（以下简称“阿里巴巴”）作为战略投资者引入，并在智慧门店、仓配和供应链、金融服务、新品开发、技术合作、全渠道合作六大方面全面深入合作。业内人士指出，得以加入阿里巴巴生态圈的1919，将持续加快线上线下业务的布局速度。

事实上，1919的“加速度”在近期得到显著体现，在结合酒类消费场景拓展产品结构上，成为了企业的重点。尤其是在线下板块，1919已开始大规模进行品类扩充。北京商报记者对北京市场的多家1919线下门店进行走访时看到，除了既有的酒类产品之外，这些门店中还出现了茶叶、饮料等非酒类产品。而在1919吃喝App上，也已能够看到包括茗茶、休闲食品、饮料、酒具等产品类别的点击端口。北京商报记者点击相应端口进入后发现，已经有大量商品陈列销售。

与此对应的，是1919大规模的门店扩充。尤其是1919推出的隔壁仓库门店计划，成为企业扩充线下终端门店，深入到餐饮等消费场景较密集区域的重要形式。北京商报记者在朝阳区吕家营餐饮一条街进行走访时便看到，在众多餐饮门店中间，仍在排货中的1919隔壁仓库店因亮黄色的店面招牌而显得格外醒目。店内的工作人员告诉记者，该店将服务于周边居民以及在

吕家营餐饮街就餐的消费者，目前已准备就绪即将开业。而北京商报记者也注意到，店内的商品除了酒水以外，还拥有大量非酒类产品，甚至包含香烟。

公开信息显示，1919计划在2019年新开1919酒类直供店近1400家，1919隔壁仓库店将新开近3000家。

打破瓶颈突围大快消

北京商报记者在走访过程中发现了1919隔壁仓库店的招牌体现形式。在招牌中并未特别强调1919的酒水属性，反而是在显眼位置以“快消品解决方案和运营平台”进行表述，并且，用较大面积来展示吃喝App的二维码。更重要的是，北京商报记者在吕家营的门店招牌右下角，看到了“天猫智慧酒窖”的标示。

在业内人士看来，这样的标示是1919已深度融入阿里生态圈的具体体现。事实上，在1919相关负责人提供的一份阿里巴巴发布的商业操作系统分工图中，1919已被列入其中，并标示为酒饮服务。有观点认为，与阿里巴巴之间的合作，为1919这样的垂直酒类电商涉及整个大快消板块的新零售领域带来了突围的机会。

融泽咨询酒类营销专家刘晓威告诉北京商报记者，1919此前为B2C业务拓展，虽然门店数量扩张迅速，但单店盈利能力一直被业内质疑，并且随着酒类零售线上和线下获客成本的增长，1919的B2C业务发展可以说遇到瓶颈。因此，近年来1919重点布局隔壁仓库的

B2B业务，是企业未来的总体战略方向，为1919的业务增长做出了一定贡献。而1919的隔壁仓库B2B项目，符合快消品行业在互联网环境下的发展趋势，因此也被业内人士和资本市场看好。

消费大数据成关键

北京商报记者注意到，1919划分的6条业务线中，包含了电子商务、连锁管理、供应链管理、城配物流、数据营销以及信息技术等，其中数据营销板块与其他5个板块一样，作为独立的公司形式进行运作。

值得一提的是，通过隔壁仓库B2B项目，企业能实现供应链整合，同时产生庞大的快消品消费大数据。其中数据是阿里巴巴这两年快速布局线下的核心兴趣点。

刘晓威进一步表示，1919的隔壁仓库B2B项目之所以被业内人士看好，一方面是因为隔壁仓库店已经实现了1919从酒类运营商向快消运营商的更大品类扩展的突破。不仅能为1919带来更大的未来市场空间，更能为1919带来良好的现金流；另一方面，1919通过隔壁仓库B2B项目，实现运用互联网思维对快消品行业供应端和需求侧的整合，从而构建全新的行业生态。

业界观点还指出，接下来阿里巴巴会通过资本和庞大的用户群，对1919进行加持，加快1919的市场进程；同时，无论是通过新零售还是隔壁仓库店，1919产生的消费信息流、基于支付宝支付平台产生的现金流，甚至是未来的投资收益，也会对阿里巴巴形成反哺。

北京商报记者 薛晨

· 酒业热词 ·

价格

第八代经典五粮液价格将上调

公开信息显示，五粮液将对第八代经典五粮液进行调价，自8月1日起，第八代经典五粮液零售价从1199元/瓶上调至1399元/瓶。■

策略

泸州老窖子公司投资葡萄酒新项目

泸州老窖同意公司全资子公司泸州老窖优选供应链管理有限公司投资设立广西自由贸易试验区泸州老窖葡萄酒有限公司，实施广西钦州葡萄酒灌装生产项目。项目总投资为1.6亿元。

郎酒上收商家布局和审核权限

郎酒下发《关于商家布局审定权限上收的通知》，公司成立商家布局及经销商资质审核小组，将商家布局、新客户资质审核权上收至销售公司、事业部。在名酒价值基础之上，一地一策、一商一策，根据当地市场具体情况，保护和扶持核心客户做大做强，长期发展。

人事

洋河聘任新副总裁

江苏洋河酒厂股份有限公司第六届董事会第七次会议，审议通过了《关于聘任公司高级管理人员的议案》，聘任刘化霜为公司副总裁，任期与本届董事会任期一致。

皇台高层更替

皇台酒业发布公告称，公司董事长赵海峰因个人原因辞去公司总经理职务，继续担任董事长职务。同时经董事长提名，董事会聘请杨利兵任公司总经理，任期与第七届董事会一致。

ASC副总裁加入国产酒庄

ASC精品酒业的品牌市场及供应链副总裁李韧，已加入两家国产精品酒庄——迦南酒业和怀来中法庄园担任总裁。

数据

华致酒行预计盈利2亿元

华致酒行发布上半年业绩预告显示，2019年上半年，华致酒行预计盈利1.935亿-2.01亿元，比上年同期增长40.05%-45.48%。

青青稞酒净利预降超七成

2019年上半年，青青稞酒销售收入较上年同比下降20%-25%；归属于上市公司股东的净利润预计同比下降70%-80%。

兰州黄河预计盈利超2000万

2019年1月1日-6月30日期间，兰州黄河归属于上市公司股东的净利润预计在2000万-2400万元之间，比上年同期增长163%-176%。

北京商报综合报道

强调高端 习酒窖藏调高出厂价

北京商报讯(记者 薛晨)有消息显示，习酒窖藏系列已于7月5日宣布停止发货。以此为节点，习酒窖藏全系列产品出厂价即将上涨，涵盖了习酒窖藏系列的窖藏1988、窖藏1998、窖藏年份系列等核心产品。

对此，北京商报记者试图联系习酒官方对该消息进行核实，但截至发稿，并未与官方相关人士取得联系。不过，记者从相关平台发布的消息中也看到，本次习酒涨价早已有迹可循。在此前习酒召开的经销商大会上，习酒方面

便宣布，将通过调整产品结构来调整产品利润率。并且，在2019年，对窖藏习酒与金钻习酒启动配额销售计划，主体产品及总经销定制产品都要实施计划内与计划外价格体系。

不仅如此，在经销商大会上，习酒方面还明确提到，在对产品品质进行提升的同时，将持续优化产品价格体系。在业内人士看来，所谓的优化产品价格体系，提升产品价格，毫无疑问是重要的组成部分。

有业内人士认为，近一段时间

以来，国内的主流白酒企业纷纷出台相应的价格调整措施，习酒在这一时间段选择对窖藏系列的价格进行调整，不仅是紧跟行业的脚步，更是因为在这一时间段进行产品价格调整，能够给予市场更多的缓冲时间，为接下来的白酒旺季做准备。与此同时，与众多白酒品牌期望通过价格调整来提升品牌价值类似，日益加大国内市场布局的习酒，需要在全国范围内加大对品牌价值的提高，以加大在高端与次高端白酒板块的话语权。