

# 互联网+酒文化 茅台与阿里巴巴独家战略合作

## 专为99天猫酒水节打造封坛酒

8月3日,阿里巴巴集团与茅台集团举行了独家战略合作签约仪式,双方将共同开发新产品,并在天猫独家售卖。国酒茅台专为即将在9月9日举行的天猫酒水节特设封坛仪式,让线上全球酒水盛宴增添了神秘的色彩,也为古老的国酒茅台互联网+之路探索树立了丰碑。

### 国酒专为天猫酒水节 开设封坛仪式

“请酒!封坛!”被网友称为“全球买手”的阿里巴巴董事局主席马云出现在“封坛”仪式上。他将一纸书写着“好酒”的封条牢牢贴在1米多高的巨型酒坛上,并宣布这批“封坛酒”将在天猫全球酒水节当天以线上线下联动的方式开启,让天猫上的数亿消费者都有机会分享佳酿。

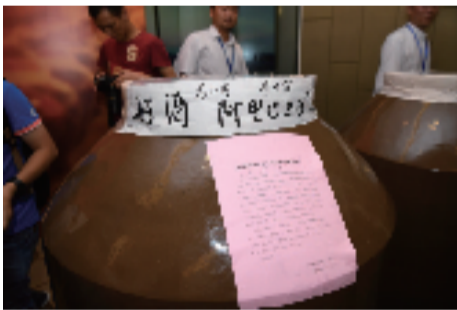
在中国几千年的老酒酿造过程中,“封坛”是老酒酿造工艺中的神圣工序,往往与重要的时节相关联,代表了祭祀、祈福的含义。本次封坛的所诞生的美酒,是史无前例的属于互联网民的“封坛酒”。

### 国酒的“互联网+”转型探索

“风来隔壁千家醉,雨过开瓶十里香”成为封坛仪式现场真实写照。

茅台特殊的芳香化合物和多酚类物质的形成,来自于独特的自然条件、特殊的原料、独特的酿造工艺,天地人缺一不可,造就了茅台酒不可复制性。茅台屡屡出现在新中国重要历史时刻而深入国民心中,成就无可撼动的国酒地位。

虽说“酒香不怕巷子深”,国酒茅台与传统的白酒企业一样面临转型之困。一边是传统市场去公务消费、政务消费成为白酒行业新常态;一边是线上渠道乱象、市场供求难以平衡。对于普通消费者而言,茅台一瓶难求,又真假难辨。



▲8月3日,贵州贵阳,茅台集团与阿里巴巴集团签署独家战略合作协议,图为签约仪式现场

目前,酒类线上的销售量仅占酒水社会总消费量的1.59%,电商是白酒行业新“蓝海”成为业内共识。伴随着国人生活品质提升、消费结构的转变以及电子商务的普及,“拥有一坛真正的茅台酒”的这种国民情节,已经从奢望变得更为实际。

### 年轻化成逆势增长源动力

据不完全统计,中国白酒企业及品牌多达3万余个,其中半数以上已经或正在消失,销售下滑成为不可逆转的大趋势。白酒主要消费平均年龄39岁,“80后”、“90后”主流消费群体尚待开发。以年轻人群为核心的中产阶级快速崛起,将成为白酒行业在逆势中取得增长以及走向未来的主要源动力。

天猫消费数据显示,购买白酒用户主要消费人群集中在26-29岁之间。在年轻客群的带动下,2015年茅台线上成交大幅增长。数字经济时代,以天猫为代表的品牌自营电子商务模式,为茅台等行业家喻户晓品牌开辟新格局,成为链接年轻一代的消费群体和全球品牌之间的桥梁。

茅台也意识消费环境的变化,“打破才能出生机,创新就会有前途”。结合互联网+思维,创新渠道模式,是茅台集团未来五年发展的重点突破口之一。贵州茅台集团董事长袁仁国表示,“加强与阿里巴巴的合作,加快工业化与信息化的深度融合,把茅台集团做大、做强、做优、做久。”

### 与阿里巴巴独家战略合作

当天,茅台和阿里巴巴集团双方签署了独家战略合作协议。天猫做成为茅台展开全渠道数字化营销的阵地,将基于大数据研发新产品,并在天猫独家发售。

事实上,自2013年双11天猫“茅台官方旗舰店”上线以来,茅台与天猫开始了长期的友好合作。作为茅台集团官方认证的第三方线上零售平台,天猫被茅台视为最重要的线上合作伙伴。茅台在天猫开设的“茅台官方旗舰店”所售均为酒厂自营的官方正品。

工业4.0时代,白酒龙头主动融入互联网,代表了中国传统产业与新兴产业融合发展的未来趋势。携手阿里巴巴,国酒茅台“互联网+”实践探索将实现又一次飞跃,不仅通过阿里平台触达超4亿消费者,更借助阿里大数据和云计算资源,实现“智慧酿造”和全产业链的溯源链条。天猫上沉淀的海量茅台酒消费数据,可以帮助茅台整合线上线下渠道,促进业务升级转型,构建营销新生态,进而加强与消费者的无缝连接。

作为享誉海内外的国酒,茅台也是中国走向全球化的国际名片。茅台集团此次全力支持99天猫全球酒水节,代表中国源远流长的美酒文化与世界交融。首届天猫全球酒水节囊括50多个国家和地区万余品牌,携全球百余品鉴大师、全球百大名庄及各国美酒产区、行业协会和酒水类B2C一起,旨在打造亿万酒水爱好者共同参与的盛宴,繁荣全球酒水生态圈。

## 天猫与苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会签署战略合作

俗语云:“一蟹上桌百味淡。”近年来,阳澄湖大闸蟹已经成为风靡消费者餐桌的美味。据统计,2015年线上渠道承载了正宗阳澄湖大闸蟹销售及配送的半数以上,其中又有超过一半集中在天猫生鲜平台,这一占比远高于1%至2%的生鲜行业平均电商渗透率。为确保全国各地乃至海外的消费者们能品尝到正宗、新鲜的阳澄湖大闸蟹,8月2日,苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会与品质电商天猫平台首次签署战略合作,通过“政府认定、协会推荐、平台管控”模式,开启互联网+阳澄湖大闸蟹新格局。

此次是天猫与苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会的首次合作,具有突破性的战略意义。有“地标性产品”美誉的阳澄湖大

闸蟹,与天猫的高端生鲜领域战略定位不谋而合。苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会成立以来,就以打造阳澄湖大闸蟹品牌优势为己任,积极促成了双方的合作。对此,协会秘书长严金虎表示:“天猫占据了正宗阳澄湖大闸蟹线上销售的半壁江山,是我们今年首个签署战略合作协议的电商平台。早在7月16日协会与天猫合作,结合直播等创新传播模式,推出了首届阳澄湖六月黄大闸蟹文化节。今年,针对线上线下消费者共同关注的阳澄湖大闸蟹品质、售后服务等问题,我们联动政府、行业协会和天猫平台的力量,推出原产地直供和优先赔付等优质服务保障。”

生鲜作为一个重要的民生品类,已经成

为近年来电商平台的重点发展领域之一。天猫作为全球知名的电商平台,更是以高品质的产品、完备的服务及全体系运营能力,稳居消费者心目中的线上生鲜首选平台。天猫生鲜的何春雷总经理在签约现场表示:“与苏州市阳澄湖大闸蟹产地政府和协会的合作,保证了天猫生鲜的货源品质,这意味着消费者可以在天猫平台放心购买由政府认定、协会推荐、平台严选管控的正宗阳澄湖大闸蟹。目前天猫生鲜配送范围覆盖了全国所有主要区域,并且保证新鲜食品冷链配送,天猫也因此成为阳澄湖大闸蟹重要的合作伙伴。”想吃正宗阳澄湖大闸蟹,可通过“天猫APP”和“手机淘宝”搜索“阳澄湖大闸蟹”,抢鲜品尝!