



赞助“冒险家”郭川 用京剧脸谱装饰酒吧 青啤“走出去” 学会用全球通行语言讲故事

赞助“中国职业帆船第一人”

上周,一杯啤酒火遍了朋友圈。没错,就是英国首相卡梅伦请中国国家主席习近平喝的那一杯——Greene King IPA 啤酒。

这种印度单色艾尔啤酒是一款怎样的酒?它是印度人发明的吗?为何受到英国人喜爱?如果说Greene King IPA在搞“时政营销”,那么,它的确成功了。这款中国人从没听说的啤酒,因为习大大的品尝,连它的历史也被好奇的中国人翻出来了。

在青岛啤酒走出去的过程中,会遇到很多像Greene King IPA这样的啤酒。在欧洲、在东南亚、在中东……它们拥有各自的口味,各自的粉丝,就像Greene King IPA拥有卡梅伦这样的超级粉丝一样,顽固的消费习惯,让他们“只喝这个牌子”。

就在习近平主席首尝Greene King IPA啤酒滋味的前一天,10月21日上午,由“中国职业帆船第一人”郭川领衔的“中国·青岛”号超级三体大帆船国际船队在青岛奥帆中心起航,开启21世纪海上丝绸之路的航行。未来,“青岛号”将在上海、广州、香港、新加坡、斯里兰卡、美罗莎、印度孟买、埃及亚历山大、意大利热那亚、摩纳哥等新丝绸之路沿线9个城市停靠。

青岛啤酒是这次活动的赞助商,被赞助者青岛人郭川则被誉为“中国职业帆船第一人”,郭川毕业于北航,拥有北大MBA学位,参与过国际商业卫星发射,会潜水、会玩滑翔伞、开滑翔机,现为职业竞技帆船选手。2015年,郭川曾驾驶无动力帆船,不间断地在无补给条件下穿越北冰洋东北航线这样的死亡航道。“干着连我们这样疯狂的法国人想都没有想到过的事”,法国的一位帆船专家这样评价郭川。

选择郭川,对应着青岛啤酒年轻化战略。郭川身后,是巨大的“青岛啤酒”Logo做的船帆。这样的船帆将随着郭川的身影,飘扬在上述新丝绸之路上的9个城市。

最难跨越的障碍是文化认同

一个品牌走出国门,获得国际竞争话语权、市场溢价能力和全球市场占有率不断提升的过程,必定要讲好品牌故事。在《木乃伊3》老上海的街景中,在《速度与激情6》中都出现过青岛啤酒的Logo。

青岛啤酒也会选择世界地标建筑作为亮相舞台。在纽约时代广场,在英国伦敦的皮克迪利广场,青岛啤酒举行过向全球消费者拜年活动。在法国、加拿大、意大利、澳大利亚等国家的地标建筑,也都不断闪现着这个来自中国的品牌。

但一个国际品牌的积淀,并非一朝一夕,这个过程必然是漫长的。

9月17日,米兰世博会山东活动周青岛日活动开幕式上,青岛啤酒举行了免费品尝活动。路过的意大利人、法国人、德国人……感兴趣的,拿出来,尝一口,点个赞。



青岛啤酒助力“青岛号”21世纪海上丝绸之路航行。

中国企业“走出去”,不光是产品走出去,更重要的是要让品牌走出去。作为唯一一个在发达国家比发展中国家更被人熟悉的中国品牌,青岛啤酒如何在走出去的过程中,用世界听得懂的“语言”讲好品牌故事?

本报记者 任磊磊

“进入欧洲市场,最难跨越的障碍是文化认同,消费习惯的打破。其实,青岛啤酒的品质,与欧洲啤酒相比一点不差;在质量方面,生产出符合欧洲消费者要求的啤酒也不难。”在米兰世博会的活动现场,青岛啤酒(欧洲)贸易有限公司总经理毕伟峰告诉本报记者。

毕伟峰在欧洲市场打拼多年,当年那些来自国内,雄心勃勃的“友商”,如今已经从欧洲市场撤走了,但青岛啤酒还坚守欧洲市场。投入高,见效慢,是国内啤酒企业对欧洲市场拓展的一致认知。毕伟峰说,如果要和当地那些已经经营上百年的老企业竞争,品牌文化建设所需要的时间成本和财力投入就太大了。消费者一旦对一类产品形成了习惯,扭转起来十分艰难,就像多年来卡梅隆最喜欢喝的,就是Greene King IPA啤酒。

毕伟峰表示,这并不意味着他们不想拓展欧洲的市场,只是“这个过程是漫长的”。

学会用中国文化讲故事

很多中国企业进入欧洲市场,要付出昂贵的“门票”。比如此次习近平访英中最受关注的项目——中方企业在英国总造价

180亿英镑的欣克利角C项目中,承担60亿英镑的投资额。是中国企业为了进入英国核电市场,甚至是角逐全球核电市场必须要购买的门票。

同样,广饶永泰轮胎为进入欧洲市场,花费3000万英镑并购英国考普莱公司,后者是英国一家具有百年历史的著名车身板件供应商,此次并购使得永泰集团被吸纳为英国皇家汽车俱乐部会员。

而越具有民族性的品牌,越容易为世界认知。青岛啤酒112年的历史,它与德国的渊源,使它这类拥有文化传承的商业品牌,比起其他行业和品牌而言,更有条件靠打好文化牌走出去,为世界认知。

为增加对欧洲啤酒文化的理解,青岛啤酒专门派出酿酒师到德国,感受在这个全民都是啤酒爱好者的国度,啤酒不仅仅是作为商品,更是作为酿酒师的艺术品来供消费者品鉴的。这种寻根溯源,让中国酿酒师充分体会到啤酒文化的多样性,它之所以被欧洲人当做艺术品,是因为酿酒师对其理解不同,在精心酿制下能把它塑造成既让人赏心悦目,又能愉悦味蕾的艺术品,这也就是酿酒师经常谈论的问题,“啤酒的灵魂是什么?”

英国年轻人Ben的故事则展示了如何用中国文化的魅力讲好品牌故事。Ben在英国开了一家主营青岛啤酒的运动酒吧。传统的英国建筑风格,动感十足的英国摇滚音乐,装修风格却随处可见中国风——墙体用算盘做景衬,龙的标志随处可见,吧台上方还有巨大的“TSINGTAO”标识。

Ben过去和朋友喝过青岛啤酒,自己喜欢,就想拿来试试。促使他经销青岛啤酒的另一个重要原因就是,Ben对中国文化十分迷恋,京剧脸谱,中国书法、八仙过海……这些中国元素给了Ben很多奇思妙想,他把它们变成酒吧装饰,很多客人会在酒吧拍照后传到他们的社交网站。

最新的统计数据 displays,青岛啤酒目前远销美、加、英、法、德、意、澳、俄罗斯等世界90多个国家和地区。2014年,青岛啤酒在拉美市场实现50%以上增长,西欧、北美市场销量实现20%以上增长,韩国市场增长近50%。

抓住振兴国产乳业的最后一根稻草 得益建生态牧场布局巴氏奶



本报记者 刘帅

全球每喝4杯奶就有3杯巴氏奶,世界上超过90%的国家和地区都喝巴氏奶,中国几大乳业巨头均以生产常温奶为主,因此我国习惯喝低温奶的消费者占少数。“但巴氏奶以其新鲜营养会慢慢受到消费者的青睐。”得益乳业技术中心总监李建立告诉本报记者。

瞄准巴氏奶的不仅仅是山东得益,现代牧业、辉山乳业等也展开了布局,辽宁辉山乳业在2014年8月份宣布投资25亿元在中国江苏建立一条乳制品全产业链,主要目的即是拓展上海、江苏、浙江、安徽等地的巴氏奶

市场。得益目前是山东省最大的低温奶制造商,国内低温奶领域第四大乳品企业,但对得益乳业董事长王培亮显然不满足于此。

“现在低温奶指的是巴氏奶与酸奶的统称,业内主要指的是巴氏奶。巴氏奶以生鲜乳为原料,采用巴氏杀菌工艺对生鲜奶进行杀菌,能最大限度地保留牛奶中的营养成分和新鲜口感。巴氏消毒后,仍保留小部分无害或有益、较耐热的细菌或细菌芽孢,为有效防止有害菌的滋生,保质期短且必须在2℃-6℃冷藏保存。”李建立说。

“对于低温巴氏奶与常温奶,业内有一种形象比喻:巴氏奶好比新鲜水果,而常温奶好比水果罐头。从新鲜和营养角度看,巴氏奶优于常温奶。常温奶采用超高温消毒杀菌彻底,细菌不容易滋生,所以保质期时间长,但是会破坏营养。相对于传统的高达200摄氏度高温杀菌生产出的常温奶,巴氏奶真正做到媲美原奶营养、还原鲜奶口感。”李建立说。

由于巴氏奶必须以生鲜乳为原料,对奶源的布局成为第一位。国内外乳业公司也纷纷抢奶源。据国际商报报道,恒天然近年来在中国多个地区巨资投资建多个牧场群,其主要意图是在合适的时机推出巴氏奶等液态奶产品。得益乳业执行董事谷宁立表示,抢占巴氏奶市场,是先建奶源后做市场。“好的乳品企业不是被动地让市场牵着鼻子走,而是主动地让好奶源牵着市场的手,这也是得益启动黄河三角洲生态牧场建设工程的原因之一。”

乳业公司抢占低温奶市场的另外一个原因是,国外常温奶大肆进军中国。海关数据显示,去年我国进口液态奶(常温奶)32.89万吨,同比增长70%左右。“主要原因国内消费者有喝常温奶的习惯,加之前几年的我国乳制品安全问题频发,严重打击了国内乳品的消费信心,公众转向购买进口牛奶。”谷宁立说。业内人士指出,巴氏鲜奶因其对奶新鲜的要求,成为民族乳业的最后一根稻草,成为应对国外乳企的制高点。

CEO 一周财经言论

李静:

其实很多创业者都是被命运推到风口浪尖

“我在整个大学什么都没干,天天就拉琴。我后来学了那么多东西,后来学做品牌,是因为我在不断地打破昨天的我,已经形成了一个惯性。”

——著名主持人、乐峰网创始人李静说,好多东西是被选择的,到后来变成你拥有的一种能力。

“判断是不是互联网产品很简单,就看是不是每周会上,每季会上,今年比去年是不是会翻十倍,如果不是,迟早会成为笑话。”

——对于“互联网思维”,银泰集团执行董事兼CEO陈晓东将其概括为去中心化和轻资产运营。

“以前我是做老师的,总觉得知识分子很了不起,总是看不起商人,但商人不是培训出来的,也不是政府能培养的,商人是靠独特的眼光拼搏出来的,商人在中国乃至全世界都是稀缺的资源,是社会发展中的科学家和艺术家。”

——马云在近日举行的浙商总会上说,他认为不能复制的才是艺术品,企业家要把自己的企业和战略打造成艺术品,无人可以复制,无人可以超越,才能走得更远。

创富荐书



《重新定义公司:谷歌是如何运营的》

作者:施密特 罗森伯格

今日的谷歌是全球最具标志性企业,在各个领域都有创新突破,并向技术极限推进。本书作者是谷歌执行董事长埃里克施密特和前高级副总裁乔纳森罗森伯格,他们分享十余年来帮助谷歌成长所领悟到的管理启示:科技正在改变商业的方方面面,这种改变速度空前,而且仍在加速,公司若想在互联网时代站稳脚跟,就要制定新的商业规则。

通过本书可以了解到,谷歌如何颠覆传统的管理模式,建立独树一帜的管理哲学,作者分享了外界普遍好奇的企业文化、战略、人才、决策、沟通以及创新之道。

“一个新兴板块的发展需要时间推动。所以整体的流动性和各种制度的落地、资金的介入是需要一个周期的。2012年,我们让企业上新三板,企业老板说这是侮辱他们。”

——天星资本执行总裁王奇认为,随着市场的发展,流动性的修复,新三板的价值会大幅度提升。“基本上盈利在一两千万,大一点可能到了五千万,这样体量的企业明年翻一番是很有希望的。相反,如果A股上的规模要翻一番可能是做不到的。”

本报记者 张頔 整理