



王朝御苑酒庄

从王朝30年盛典看天津改革开放30年

DYNASTY



王朝公司董事长白智生与法国部长伯特里克·德维尔让为法国红酒中心揭幕



王朝公司董事长白智生与法国人头马总裁迪伯尔先生为酒庄揭幕

30年来,天津发生了巨大变化,实现了从综合性工业基地到北方经济中心的华丽转身,辐射华北、西北和东北,面向东北亚,直通五洲四海。作为天津的知名企业,王朝酒业以国内葡萄酒三甲企业的品牌地位彰显与助力,经历了30年嬗变,从当初一家名不见经传的小酒厂发展为现在的一流大型国际性企业,引领着中国葡萄酒行业向更高层次发展。

2010年10月16日,王朝酒业30周年盛大庆典活动在王朝酒庄成功举办。活动期间,“潮流30年”国际时代影片展、红酒艺术展、名人推荐纪念版酒展、法国红酒文化中心成立等一系列精彩活动给人们带来了一场华丽的盛宴。此次王朝30周年盛大庆典活动正是对王朝酒业发

展30周年的献礼,更是对天津改革开放30多年的献礼,有着别样的意味和特殊的意义。

30年拓荒 成就葡萄酒传奇

30年风云激荡,30年峥嵘岁月,天津依靠改革开放,实现了从综合性工业基地到北方经济中心的华丽转身,实现了几代人的光荣与梦想。王朝酒业依靠变革和创新,披荆斩棘,高歌猛进,成为中国葡萄酒企业三甲之一,树立起了国产葡萄酒的一面旗帜。那么是否能有一个词语来概括这30年成功的“基因”?答案是肯定的。这种“基因”或许可以概括为:变革、创新、开放。王朝酒业创立的多个“首创”光环便是最有力的证明:天

津第一家合资企业,国内第一家生产全汁葡萄酒的企业,在每个历史节点总是在国内率先引进最先进的生产设备。

30多年前,中国刮起了一股改革开放的春风,刮到了天津,也刮到了天津一家默默无闻的小酒厂。上世纪80年代,国家做出了进一步开放天津等14个沿海港口城市的决定。30载沧桑巨变,天津创造了一个又一个奇迹,成为中国改革开放的最好注脚之一。王朝酒业与天津可谓共同成长,其成立于1980年,开创了中外合资新模式,与葡萄酒世界名企法国人头马合作30载,成为中国制造业第一家中外合资企业,并确定了日后誉满全国的品牌标识“DYNASTY王朝”,从此走上了一条“以市场为根本、以科技开发为依托”的民族工业

崛起之路。

时至今日,王朝酒业已经成为中国葡萄酒行业一座巍然屹立的丰碑。从合资初期的年产量10万瓶,发展到现在年产量已超过6000万瓶,王朝酒业14次获得国际金奖,8次获得国家级金奖,被布鲁塞尔国际评酒会授予国际最高质量奖,产品出口20多个国家和地区,供应231个中国驻外使领馆,成为人民大会堂宴会用酒。王朝酒业以始终如一控制选中、生产、酿造等各个环节,以品质至上为原则,保持着中高端市场的品牌形象,塑造着中国“智造”和中国创造的传奇。

王朝酒业的成功是天津30年来经济发展的一个缩影。它作为天津20多家知名企业之一,有能力为天津的经济发展助

力,为中国葡萄酒业走向世界搭桥。

王朝酒业酒庄 为天津旅游业带来新亮点

想到天津旅游,大家更多的会想到麻花、狗不理包子、航母、五大道、塘沽、滨海度假等。借2010夏季达沃斯盛会,世人的目光聚焦天津。王朝酒业重金打造的世界单体最大酒庄——御苑酒庄,成为天津的又一璀璨明珠。也就在2010年10月16日,王朝酒业30周年庆典活动上,王朝御苑酒庄举行了“开堡仪式”,正式对外开放。

酒庄是典型的法国风格建筑,典雅精致、华贵浪漫,体现出王朝公司中法合璧的特点。结合工业旅游的特色,酒庄设有接待大厅、购物大厅、餐饮大厅、培训中心及住宿娱乐等设施。人们通过参观王朝酒厂及酒庄,可以感受到中国葡萄酒在酿制技术、产品品质方面的急速提升,感受中国在葡萄酒文化层面的深度理解。

在王朝酒业30周年庆典现场,酒庄成为王朝酒业亮出的一块“金牌”。从企业层面讲,是经历风雨30载的纪念,是开启未来辉煌30年的起点;从社会角度看,天津又增加了一大旅游宝地,为天津旅游注入了新的亮点,酒庄将代表中国、代表天津、代表中国葡萄酒产业向世界展示中国企业的综合实力。王朝酒业通过宏大的酒庄和世界级的名酒,打开了葡萄酒与旅游业资源整合的大门,为天津带来以葡萄酒为核心的主题游览项目。

据业内人士分析,随着年轻人对红酒追捧热度的高涨,其酒庄必将成为国内“欧洲游”、“葡萄酒主题文化游”的热点。

新广告语绘就新战略

王朝葡萄酒率先打响品牌升级战

从著名运动品牌李宁换新标到王朝酒业推出新的广告语,国内一线品牌进入全面升级时代。王朝酒业作为国内制造业第一家中外合资企业,在迎来30周年之际,打出了新的广告语“开启酒的王朝,成就我的王朝”。其实,这次新广告语的变化与其说是王朝酒业在布局品牌战略上的一个高调开始,不如说是历史发展的必然。

市场佐证 新广告语托出新战略

从国内酒市场来看,众所周知,酒的未来在高端市场,从2003年5月17日国家决

定废止《半汁葡萄酒标准》起,国内葡萄酒消费的细分市场就已经形成,高档产品保持强劲的增长势头。据世界葡萄酒行业权威机构分析认为,到2013年前,中国对葡萄酒的需求中,高档酒将占到50%,中档酒占到40%,而低档酒只占10%。未来几年,葡萄酒品牌高端化才是长远出路。

王朝酒业面临这一市场环境,在历经30年的发展后,从中国葡萄酒行业领军企业的战略角度来看,近年随着国外洋酒不断蚕食国内市场,新的葡萄酒企业异军突起,以往“高品质、低调入市”的战略难以适应新的市场环境。王朝酒业尽管在产品品质和企业实力上占据优势,但仍然需要一个更为张扬和个性化的品牌标语,以增强品牌识别度,加强消费者印象。

“开启酒的王朝,成就我的王朝”标语简约、尊贵、大气而又不失霸气,同时它也将王朝葡萄酒的“成就”与消费者的心理诉求完美地契合在一起,正是对王朝酒业30年来所取得辉煌成就的最好佐证,彰显了进入而立之年的王朝酒业国际化的大视野,也标志着王朝酒业正式拉开了品牌升级的序幕。

内外兼修 用“成就”再铸辉煌

从王朝酒业自身的发展来看,同样也需要适时对品牌进行一次整合与提炼。王

朝酒业去年成功举办了30周年庆典,在这个特殊的历史发展阶段,王朝升级篇的开篇之作从新的广告语开始。

新广告语“开启酒的王朝,成就我的王朝”也是对原有广告语“酒的王朝”的补充和完善。新广告语在消费者熟悉的“酒的王朝”的宣传基础上,更深一层,通过“成就”将王朝精益求精、追求卓越和成就的企业文化,同消费者追求成就的心理诉求结合在一起,建立和消费者之间的情感纽带。

30年来,王朝酒业始终坚持致力于中国葡萄酒的发展,曾用第一瓶半干白开启了中国全汁葡萄酒的新纪元,并多次在国内国际获得大奖,14次获国际金奖,8次获国家级金奖,并被布鲁塞尔国际评酒会授予国际最高质量奖。此次,以凸显“成就”的新广告语来打响品牌升级战,也是对王朝过去发展的最好诠释。

据王朝相关人士透露:“王朝过去的主题是在酒品,今后王朝品牌将以‘成就’为主题,会将王朝葡萄酒的‘成就’同消费者的心理诉求契合在一起。”这是王朝品牌升级的体现之一,也是葡萄酒三甲企业王朝酒业品牌升级打响的第一枪,我们期待王朝用更加完美的手笔走好品牌升级之路。



王朝公司地下酒窖

葡萄酒盛宴汇聚名庄 王朝御苑酒庄魅力独显

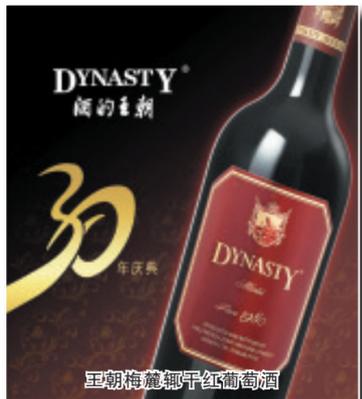
2010年11月30日,王朝酒业首度在天津王朝御苑酒庄举办葡萄酒盛宴。这也是王朝酒业继2010年10月成功举办酒庄开堡和30周年盛典以来,再次在这座王朝标志性建筑、亚洲单体最大酒庄设盛宴迎客。

法国出口量第一的葡萄酒生产者和贸易商旗下公司CDF总经理杰-马克·多伦(Jean-Marc DULONG)、Chateau LASCOMBES,总经理Dominique BEFVE、Chateau CARBONNIEUX,庄主Eric PERRIN、Chateau ANGELUS代表,莅临本次晚宴。

当晚,众多世界名酒为王朝御苑酒庄再添重彩,将整场晚宴的气氛推向高潮。卡尔邦女庄园2008干白葡萄酒、力士金骑

士2006干红葡萄酒、拉乌尔克庄园2003干红葡萄酒、兰伯格斯城堡2000干红葡萄酒、芝路酒庄甜白葡萄酒等世界名庄酒甚是诱人,各式干红、干白、甜酒共同支撑起了这场葡萄酒盛宴。名庄庄主、名企老总共同品鉴了诸多美酒。香气的诱惑,荡漾心弦,细细品味,让人不由陶醉其中,感受这寒冷的冬季中的一股暖流。

在灯光的映衬下,王朝30年铸就的辉煌酒庄尽显独特魅力。随着酒庄开堡、法国红酒文化中心的落成,王朝御苑酒庄已经成为中国葡萄酒品鉴、知识普及、文化交流的重要桥梁,正引领着中国葡萄酒腾飞于世界。盛大葡萄酒晚宴恰恰彰显出王朝酒业始终致力于葡萄酒发展,立志成为国际一流大型企业的宏伟气度。



王朝梅麓干红葡萄酒