

实力演绎宠商、扶商、育商 第九届酣客节震撼来袭

10月9日,第九届酣客节在长沙国际会议中心正式开幕,汇聚了来自全国各地的千余位酣客酱酒粉丝。酣客节开幕首日,同步现场直播吸引了超过150万人次线上观看。

本届酣客节上酣客君丰酒业集团完成揭牌,标志着酣客、君丰两家企业集团化重组完成。此举意味着酣客酱酒再升级,也是继酣客品创奠基、三家酒厂战略联盟、酣客酱酒产业园签约启动后的又一重大战略举措,助力酣客酒业在“二五计划”再造新高,在研发能力、技术能力、生产能力等方面继续引领行业。

酣客作为中国酱酒的新消费品牌,自2014年成立以来,始终以“以酒传善,造福大众”为初心,并首创“酱酒认知体系”,把拉酒线、看酒花、火检法、水检法、看挂杯等13种盲品方法以封测的形式普及给消费者。与此同时,酣客在白酒配套的周边上也投入巨大,升级款酒宠、新款国潮酒具,甚至包括衣服、鞋子都为酣客消费者量身定做。

10月9日上午,多项“宠商育商”新举措发布:创立酣客研究院、战略研究中心,赋能经销商,帮助经销商做大做强;7.0酣客酒窖落地,帮助经销商进行“终端全场景升级”;酣享APP上线,帮助经销商出圈、拓圈、破圈;渠道中心人员全国化战略发布,为经销商提供保姆式贴身服务;组建育商“超级天团”,2位前世界500强企业总裁正式入职,聚焦经销商赋能;持续全国建仓,提升经销商流通效率、降低运营成本、提高物流品质;酣客影视基地,全面帮助经销商提升企业形象、树立经销商人格化品牌,用实力“宠商育商”。

开幕当天,酣客酒业集团创始人、董事长王为的新书《反内卷》首发。王为表示,中国社会正在发生巨变,无数企业正在遭遇转型危机,应对未来发展,社会所有产业想持续发展获得成功,只有一条路,那就是:创造社会价值,促进产业进化!未来所有民营企业的最佳道路就是:专精特新,回报社会!酣客无论是用互联网的思维来重做白酒企业,还是用社群方式来经营传统公司,其实都是为了打破“内卷”,走出一条前人未探寻的新道路。

酣客节的意义不仅在于对消费者的贴近与触达,也在于品牌形象的塑造以及对经营者的赋能。通过酣客节的互动、深层次沟通,进一步强化了酣客酱酒的消费者认知度、美誉度,充分展现出酣客酱酒的品牌自信、文化自信、品质自信。

酣客创始人王为,酣客君丰酒业董事长、酣客常委会委员玄丽娜,酣客君丰酒业副董事长余小兵,酣客君丰酒业CEO杨帆,酣客常委会委员庄天飞、缪华星出席本届酣客节。

