

张裕可雅白兰地成都首秀

文 / 张 硕



4月7日，主题为“三十而砺，耀世未来”的可雅30年XO白兰地上市发布会在成都举行。贮藏于橡木桶、陈酿了30年之久的“生命之水”，经过可雅白兰地酒庄酿酒师的精心调配，终于装瓶

上市。中国白兰地首席大师、中国白兰地研究院执行院长、可雅白兰地酒庄总经理张葆春在发布会上与来自全国各地的经销商及业内专家，分享了这款白兰地的酿造心得。

据介绍，可雅白兰地的酿酒葡萄品种为白玉霓 (Ugni Blanc)，发酵后的原料酒经夏朗德壶式蒸馏锅两次蒸馏，所得原白兰地再经法国利穆森林区 (Limousin) 橡木桶进行陈酿，依照调配时最年轻原白兰地的橡木桶贮藏时间，可雅30年XO是继可雅桶藏6年VSOP、10年XO、15年XO之后的压轴之作。著名美酒专栏作家黄山品尝后评价说：“这款酒有着非常迷人的西梅、糖渍橙子、雪松木的香气，酒体饱满，风味复杂，让人想起那些顶级干邑和雅文邑老酒。”

作为可雅白兰地酒庄的橡木桶供应商，法国Seguin Moreau制桶公司首席执行官尼古拉斯·马勒-拜塞 (Nicolas Mahler-Besse) 通过视频向可雅

30年XO的上市表示祝贺，他在祝词中说：“酿造白兰地是一个需要时间沉淀、讲究细节和丰富经验的工作，任何努力在酒里都能体现。我很荣幸品尝过可雅的所有产品，包括可雅桶藏6年VSOP、10年XO、15年XO……优雅、神秘、高贵、内敛，既有沉稳的内涵，又勃发出自然的活力。”

为纪念1914年可雅白兰地首次上市和2021年可雅30年XO首次发布，编号为“1914”和“2021”的两瓶可雅30年XO，在发布会现场通过阿里拍卖平台分别以71001元和54401元成交。可雅30年XO的酒瓶设计灵感来自夏朗德壶式蒸馏器，造型别致，做工考究，精美如艺术品。

4月8日，在2021张裕葡萄酒春会上，张裕宣布与科技公司、数字化公司、互联网公司以及全国大商成立合资公司，一起做强渠道，打造内容流量，建立葡萄酒认知、打造消费场景、实现多渠道多维度触达消费者。

为进一步提升进口葡萄酒业务的竞争力与占有率，张裕旗下经营进口酒业务的先锋国际，联合业内知名品牌运营商和渠道商，共同构建国内首个“厂商一体”进口葡萄酒品牌运营平台——裕锋公司，运作法国拉颂、智利圣安雅、澳洲歌浓三大酒庄产品，共享渠道利润和资本红利。

同时，张裕与新华都旗下久爱致和达成战略合作，共同推动张裕葡萄酒在天猫体系的业务增长。久爱致和是新华都旗下以数据研究为基础的电商营销公司。自2010年成立以来，久爱致和深耕酒水市场，已经成为国内最领先的酒水电商运营公司之一。张裕与新华都久爱致和强强联合，双方将共建项目团队，通过数据合作、广告投放、消费者运营、营销、产品研发、物流及客服七大协作模式，共同打造天猫葡萄酒更加领先的头部品牌。

通过一场新奇生动的电商直播，张裕公司还宣布了与果趣的合作消息，双方共同成立上海张裕果趣数字科技有限公司，并联手打造100名葡

萄酒直播领域的新网红，在全媒体平台推广中国葡萄酒文化，并助力张裕迎来“下一个顶流”时代。

“张裕果趣将自主搭建CRM系统，依托大数据帮我们精准抓取葡萄酒用户性别、年龄、饮用频率、口感、购物渠道以及对新品需求等20余项数据指标。”果趣公司总经理陈永军介绍道，“未来几年，我们希望通过短视频、直播带货等形式达成数百万的用户数据积累，特别是直播带货方面，我们每年将与至少500个网红及垂直KOL进行合作，并配合电商节点的直播促销，从产品、达人、直播等方面全方位提升品牌影响力。”

张裕公司董事长周洪江表示：“张裕将通过企业微信为目标消费者提供一对一的服务，如选酒、品酒、葡萄酒知识分享等，成为消费者的私人品酒师及荐酒师，甚至为消费者订制专属的个性化酒。”

此前张裕果趣发起了抖音#张裕小剧场#话题，5天时间内已经有100个IP参与，总视频曝光量达2000万。张裕股份公司总经理孙健表示，接下来，张裕将充分利用“短视频”风口，在抖音、快手、火山等社交平台生动讲好葡萄酒的故事，培养葡萄酒消费习惯及消费场景。同时依托于张裕葡萄酒先锋培训学院强大的培训团队和内容体系，更好地向消费普及葡萄酒文化知识。

“如果说，2020年是张裕数字化转型元年，那么，2021年，我们希望能是破局之年。今天活动的主题是‘春暖花自开’，我想如果我们把春天的条件都准备到位，花朵自然会盛开，这适用于葡萄酒行业更适用于张裕”，张裕股份公司总经理孙健表示。■



张裕公司董事长周洪江致辞