

移动电商实验室

MOBILE BUSINESS LAB

1号实验

一支红酒全新单品

不做招商

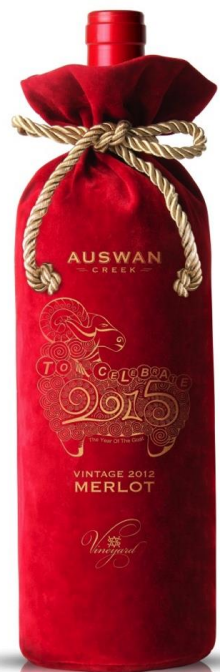
不进渠道

不打广告

只通过微信销售

11天

120000瓶



大金羊



定位：
羊年礼品
春节前销售

1.5升
羊年开运大酒

没有红酒的红酒发布会



没有红酒的红酒发布会



为什么没有酒？

因为 还要再等等

因为 澳洲等了20年才等到2012这个绝好年份

因为 天鹅庄团队已经酝酿了6个月

对 酝酿

就是要等等

因为

那个日子——2015年1月15日

60年一遇的大金羊才会到

等 等等等

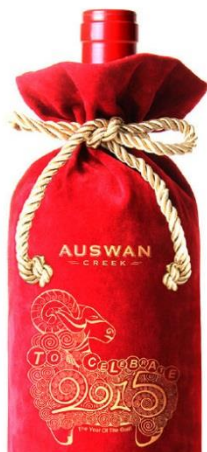
再等等



为什么会有这支酒？

因为
大金羊年 你至少该有一支大金羊酒吧
天鹅庄
想为中国的吉祥金羊年酿造一支吉祥开运酒
为什么不呢
所以 我们做到了

这是一个礼物



为什么是一支大酒？

“Bigger than bigger”
美要有逼格 罕见的逼格
大金羊首次使用罕见的矮颈1.5升大瓶
灌装普通红酒两倍容量
开大酒 就是开大运
羊大为美

Bigger than bigger



为什么是Ben Riggs?

因为
Ben Riggs是大师
天鹅庄首席酿酒师Ben Riggs
澳洲殿堂级酿酒师
已两次入选“澳洲年度酿酒师”
为许戈辉女士酿造Olivia经典甜白
与杨丽萍女士合作全新跨界品牌“孔雀”

如果大金羊不出自他手
还能是谁呢



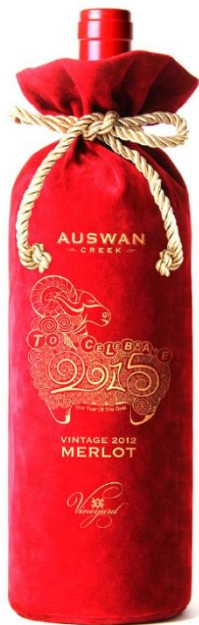
Ben Riggs

为什么是羊年最好的礼物？

因为
她是大金羊
大金羊年送大金羊
当然最好

因为
她是红酒
红运当头 好运连连
当然最好

因为
礼物只有最好
没有之一



为什么你要等？

因为 值得
因为 人生总是充满等待却又落空
而你等待的正在被装满
大金羊酒
和大金羊年一起出现
如同在对的时间遇到对的人
你也要在对的时间 遇到对的酒

这就是值得



为什么是美乐？

为什么不是美乐
不是美乐 就不美了
再没有比美乐更适合表达开运祝福的葡萄品种了
幸运的是
它又是2012年份的“杰出美乐”
单宁柔顺 口感柔美

开运大酒
从美乐开始
总是对的

MERLOT

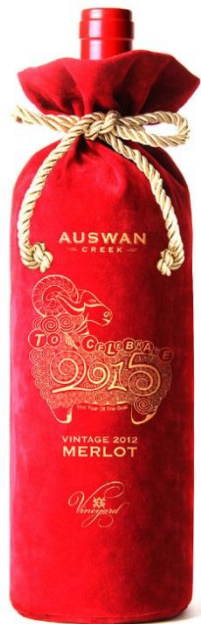
为什么是199元？

因为
价格应该是美好的答案
而不是敏感的问题

199元
这是一个礼物

11月11日24点前订购
就有双十一疯狂预订价格
199元

以此犒劳
您在未来2个月中
付出的等待



为什么你值得等？

因为 当收到礼物的时候
这不仅仅是一瓶葡萄酒
更是一身吉祥的开运大酒
红色酒帽寓意红运当头
极致瓶身烫金工艺的金羊造型寓意吉祥如意
细到豪厘的金钱羊纹饰寓意财运满身
以柔美享誉全球的美乐葡萄酿造寓意和美欢乐
以大金羊葡萄酒 中国红金丝绒金羊布袋
中国红金羊手提袋组成“三羊开泰”奢华礼品套组

这种值得 是超值得



天鹅庄宣布

为庆祝2015中国金羊年限量酿造、限时销售的
1.5L羊年开运大酒“大金羊”珍藏纪念款
于2014年10月30日10:00正式向中国市场发布
同期开放预订

大金羊奢华礼品套组现货零售价为899元/套
双十一前限量预订价为199元/套
期货特惠预订电话：4008-909-519

AUSWAN
CREEK

TO CELEBRATE
THE YEAR OF THE GOAT 2015



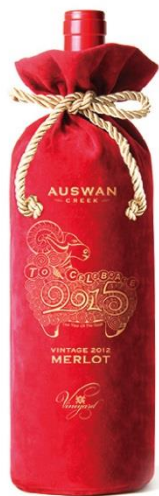
VINTAGE 2012
MERLOT

Vintage
Merlot

1.5L
FINE WINE OF AUSTRALIA

2014.10.30

好的开始 是成功的一半
或许 不止
大金羊首日预订**15002**支



2014.10.31

距离11月11日还有11天
还是199元
今日仅开放预订**8000**支

因为 好运还要留给后来的人

2014.11.3

谁会拒绝
把名字和好运
放在一起？

企业定制专场
限量10000瓶
100箱以上企业客户专享



再见，2012
你好，2013

大金羊2012年份售罄
全新2013年份火线加推
一样美乐
一样199元





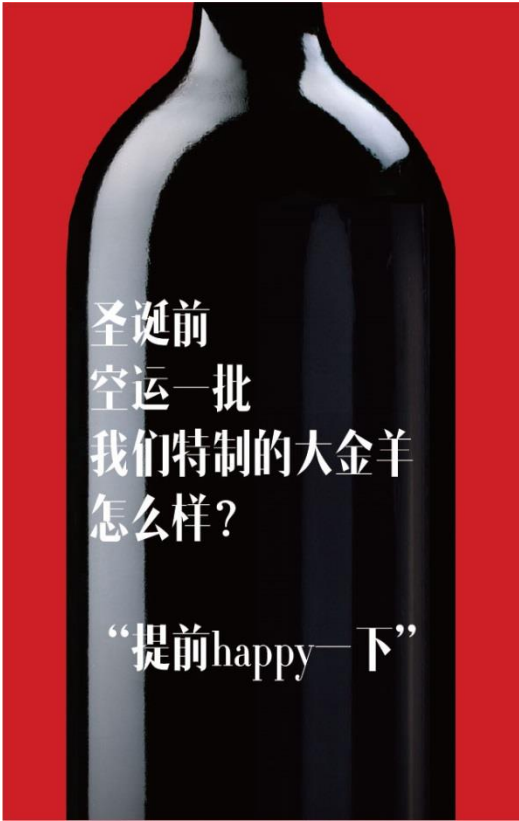




别闹了
Riggs先生



天鹅庄
首席酿酒师
Ben Riggs
有一个疯狂的想法



圣诞前
空运一批
我们特制的大金羊
怎么样？

“提前happy一下”



空运版
大金羊

“好主意”

这次
他连瓶子
都换了

全新高颈重瓶
瓶身手写签名
及金羊年祝福
特殊空运标志
每支独立编号
加贴限量版颈标

Ben Riggs
空运版大金羊

Riggs先生
多特别算特别呢
空运 对399元的红酒来说
太疯狂了

AUSWAN
CREEK

Happy Year of the Golden Goat.

Ben Riggs

Riggs限量签名
独立编号9999支



限量 限时 限价
绝版无追加

¥399元

限11月19日10:00
到11月23日10:00
96小时限时抢购

圣诞节前
你能收到

[点击购买](#)



Ben Riggs
空运限量版奢礼套装



[点击购买](#)

海运版超量预定过12万支
创造澳大利亚史上最高1.5L灌装规模纪录

空运版预定量3000支
开创澳大利亚商业酒万支空运先河

为什么有大金羊？

C2B：验证极致单品模式

朋友圈：验证社群电商模式

商业规则在发生变化

移动互联网
催生新兴模式
解构传统商业

1

重心从品牌走向产品
从品牌拉动产品到产品驱动品牌



中国当今的中产阶层，是理性消费的中坚，他们很难被忽悠，也不容易被广告打动，他们喜欢物美价廉的产品，也愿意为新技术和新体验买单。能否做出打动人心的产品，是做成他们生意的关键所在。

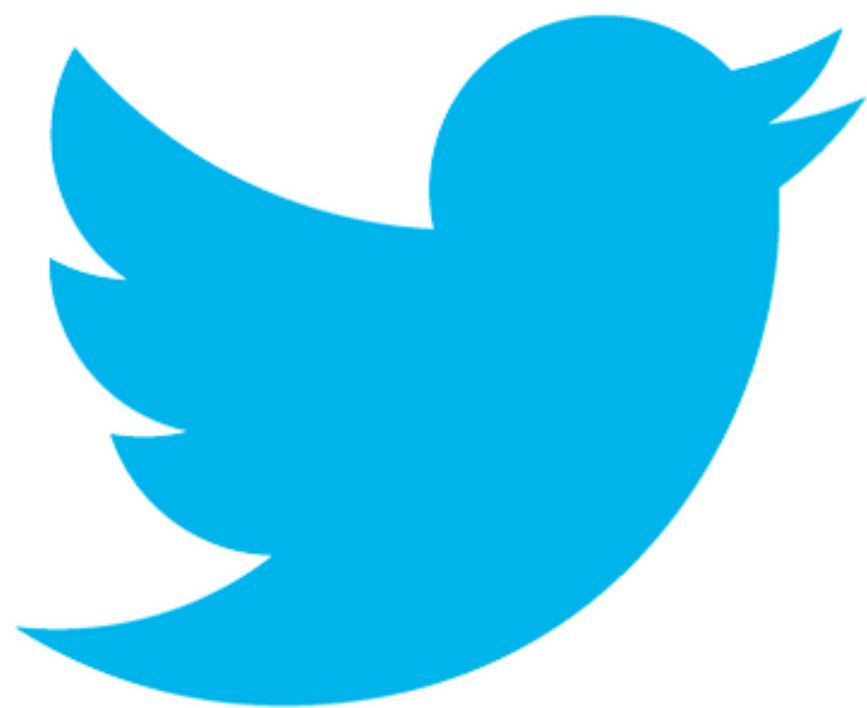
极致单品



凡客80免烫衬衫

129元

[进入首页](#)[查看详情](#)





以产品为颠覆，将成为常态

用客户尖叫度替代满意度

CUSTOMER SCREAM

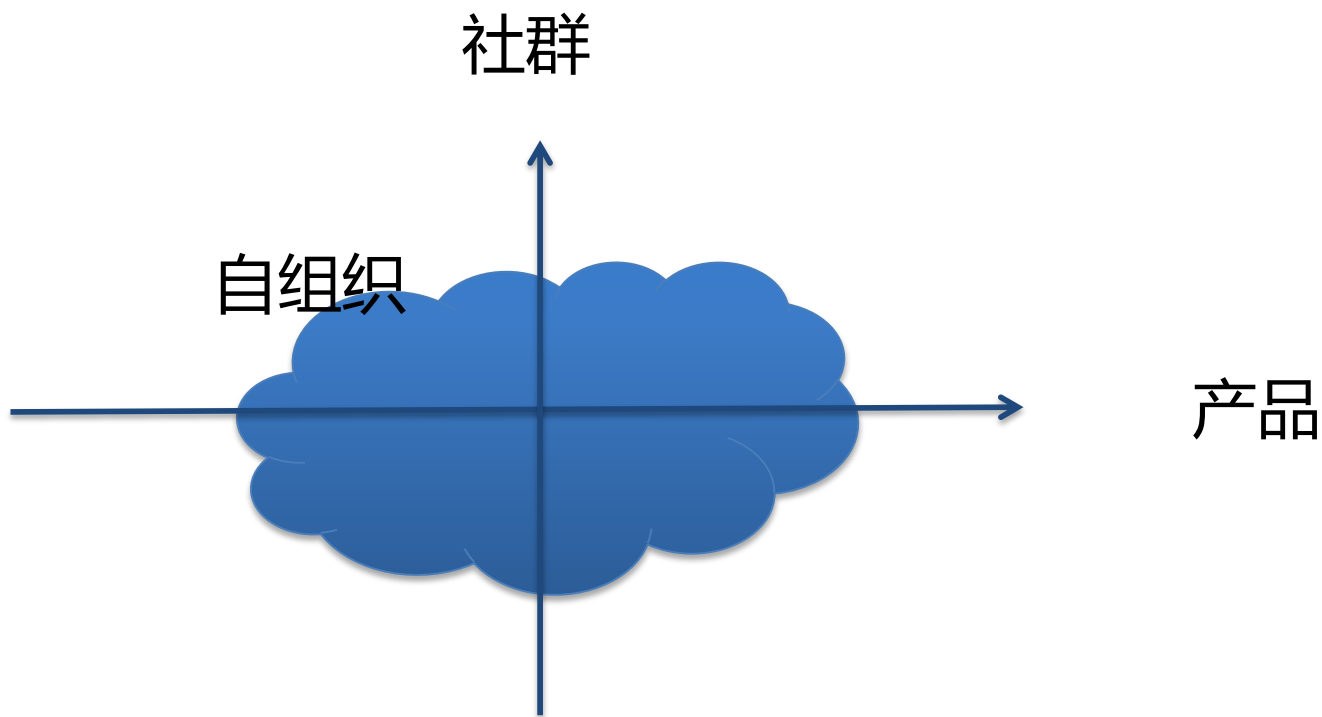
CUSTOMER SATISFACTION

单点极致

2

电商走向2.0

从中心化走向去中心化
从平台电商走向社群电商



产品型社群：以产品为基础运营社群

通过移动互联网连接社群，以
“人联网”实现传播与销售

传播方式发生变化

1

产品就是广告

工业时代：产品连接用户成本巨大，必须依赖广告

互联网时代：产品连接用户成本为0，产品本身就是广告

“更好，更便宜”

2

品牌就是情感

A man with dark hair, wearing a light green shirt and a dark apron, is seated at a wooden workbench in a workshop. He is focused on his work, with his hands near a small lamp. The workshop is dimly lit, with a string of warm-toned lights hanging from the ceiling. The background is filled with various tools, equipment, and materials, creating a cluttered but organized environment. A window on the left side of the frame allows some natural light to enter. The overall atmosphere is one of quiet concentration and craftsmanship.

我不是为了输赢，我就是认真。”

“我认同你，也认同你做出的
产品。”

3

人人都与发言权

“怎样让人人成为信息的
传播者？”

4

广告公关Social电商
界限日益模糊



滴滴红包



好友砍价



真爱测试

5

内容崛起

6

整合性创意愈发重要

代付，众筹，送礼，红包，团购，荷兰拍，闪购，
推广分成，社会化分销

以用户思维为导向的极致单品 + 社群电商时代
用营销 + 技术，给生意插上翅膀

传统店面与分销网络
平台电商
移动电商
O2O融合商业

谢谢