

河套金马酒推出纯粮固态

■ 伊谢

河套酒业近期大单品“河套金马”上市, 以其,“100%纯粮固态发酵,敢于不添加”作为亮点,而光瓶酒的大单品又会在白酒行业的基础层的光瓶酒市场带来多少变化呢。

风过天府闻酒香,一年一度的全国春季糖酒会刚刚落幕,前几日的喧嚣还未散去,河套酒业便马不停蹄地谋求“清香战略大单品——河套金马”的上市。据悉,今年春糖会期间,河套金马酒首次亮相成都糖酒会,以简约而不简单的整体风格,“100%纯粮固态发酵,敢于不添加”的品牌理念,博得参展人员的一致认可,成为清香品类中最受全国酒商关注的亮点,现场即达成意向客户 65 家,河套金马酒取得开门红。

白酒品质升级,光瓶酒市场未来看好

好产品的诞生,定是顺应行业发展趋势、推动行业发展的顺势而为。今年春糖会期间,行业大咖对光瓶酒趋势预判是战略升级:在白酒行业,未来三年之内 50 元以下、五年之内 100 元以下的产品将会是高品质光瓶酒的天下,届时光瓶酒的性价比将会更加凸显。

未来优秀的光瓶酒品牌需要有更好的品质、理念、文化,而其定位更加符合 80 后、90 后时尚化、国际化的消费理念。另外,在性价比方面,光瓶酒相较于盒装酒而言,在同价格带的竞争中将占据绝对优势。

而对于河套金马酒而言,便是顺应白酒行业光瓶酒的升级、发展趋势应运而生。目前,河套酒业集团拥有 7 大白酒生产基地,其中有 5 家生产清香型白酒,为了整合资源,实现内部资源的最佳优化,集团进行了大量深入的市场调查。根据调查结果,对清香型白酒进行战略定位与聚焦,推出“清香战略大单品——河套金马酒”,专做 100%纯粮固态清香型白酒,主打中高端光瓶酒主流价位,争做“优质、大众”的清香型白酒产品,谋求以品质驱动市场运作。

以品质和时尚撬动市场

2016 年河套酒业集团提出“100%纯粮固态”战略,这成为河套酒品质的根基与保证,成为河套世代酿酒人的品质坚守与匠心传承。河套金马酒,作为集团清香战略大单品,在品质上延续了河套对纯粮固态的坚守,由 9 名国家级白酒大师精益求精对工艺把关,力求金马酒每一环节的极致、匠心。

于是,金马酒在传承传统清香型酿造工艺的基础上,采取了智能化、清洁化的生产工艺流程,使金马酒具有“绵、甜、软、净、香”等清香型白酒典型特征,同时还具有独特“清香纯正、醇甜柔和、自然协调、余味爽净”风格,从而保证了金马酒的绝佳品质与独特风格。在包装方面,金马酒以简约的质感包装凸显品味。瓶形设计以流线型的线条设计凸显出时尚的定位,高档白色、蓝色水晶玻璃瓶棱角分明、简约明了,再加上包装的质感、瓶盖独特的线条切割,每一个细节都彰显出金马酒简约、时尚的品牌诉求。因此,金马酒在今年糖酒会一经亮相,便吸引着无数参展酒商为之侧目、驻足。

创新营销模式,锁定核心卖点

金马酒,在白酒行业首次提出敢于不添加食用酒精、香精、香料的品质诉求,成为行业内第一个吃螃蟹的人,以此谋求金马酒独特、差异的核心卖点。同时,在市场层面,聚焦内蒙古呼、包、鄂、乌海等清香型白酒核心市场,稳扎稳打、做好市场布局,从而实现华北、西北等传统清香型白酒市场的稳步拓展;在流通渠道方面,优先做好连锁、便利及市区便利店,全力做好 B.C 类餐饮终端推广工作,以此实现金马销售渠道的精耕细作。

另外,金马酒将采取全新的白酒合伙人模式,把经销商发展为合伙人,以“一起奔跑”作为金马酒的品牌诉求,合力做好“河套金马,一起奔跑”等具有健康理念的事件营销推广工作,以此实现金马酒成功的市场运作与推广。

顺应白酒品质升级大势,河套金马酒以纯粮的品质、时尚的包装设计、全新的合伙人商业模式赢得了糖酒会与参会人员的一致认可,同时金马酒犹如一阵新风吹入了清香型白酒阵营,必将加速清香型白酒品质的大洗牌。因此,我们有理由相信:金马酒一经上市定会一马当先,在清香型白酒市场大放异彩,并成为白酒经销商的时尚新宠儿。

相信河套金马酒凭借着其优秀品质和强大的营销可以在光瓶酒乱局中取得不错成绩。



■ 康曦

泸州老窖近日交出了 2016 年年报。据金融投融资报发现,去年公司实现营业收入 83.04 亿元,同比增长 20.34%;实现归属于上市公司股东的净利润为 19.28 亿 元 , 同 比 增 长 30.89%;基本每股收益 1.375 元。2016 年公司拟以 14.02 亿股为基数,向全体股东每 10 股派现 9.6 元(含税)。

拳头产品零售价上涨

具体来看,泸州老窖中高档酒的占比在不断提高。高档酒毛利率为 88.13%,2016 年实现收入 29.2 亿元,同比增长 89.39%,占营业收入比重为 35.16%,占比最大,2015 年高档酒的占比仅为 22.35%;中档酒毛利率为 68.37%,2016 年实现收入 27.91 亿元,同比增长 72.35%,占营业收入比重为 33.61%。2015 年这一比重为 23.47%;低档酒毛利率为 21.62%,2016 年实现收入 23.63 亿元,同比下滑 30.72%,占营业收入的比重下降到了 28.45%,2015 年这一占比高达 49.42%。记者注意到,对于业绩的增长,泸州老窖在年报中表示:白酒是周期性行业,行业周期与经济发展、物价水平和民众消费习惯高度关联。自 2012 年下半年开始,国内白酒市场已由过去的“扩张型”市场转变为“竞争型”市场,行业资源逐步向品牌集中、向文化集中、向原产地集中。2016 年,泸州老窖应当当前市场与行业的发展趋势,坚持践行“传承文化、持续创新、专注客户、创造财富”的核心价值观,及时采取了一系列拓市场、强服务、增合力的管理变革措施,取得了良好业绩。

国窖 1573 是泸州老窖的拳头产品,虽然

营销视野 | Marketing vision

“酒划算”入驻十堰 与全球比价

■ 李尔

20 余个国家原瓶进口;200 多家加盟门店;2000 款酒类品种;20000 瓶日均葡萄酒销量……

在这组数据背后,是“酒划算”不断扩张的商业版图。短短三年时间,“酒划算”进口酒加盟连锁店火遍全国,200 多家门店不仅店店盈利,更有多家月销售额突破百多万关。

4 月 7 日,湖北省第一家“酒划算”入驻十堰,开业当天,就有不少市民慕名而来,他们挂在嘴边最多的几个词是“价格公道”、“酒的品质好”、“真正的进口好酒”。

那么,敢打出“与全球比价”这样口号的“酒划算”,到底有什么魔力呢?

价格比市面上便宜 50%以上

“酒划算”背后依托的东南红酒自贸直销中心坐落在福建自贸区厦门海沧片区,坐拥厦门自贸区门户的地理优势,占地面积为 12000 平方米,于 2013 年 1 月 1 日正式投入使用。

2014 年东南红酒自贸直销“酒划算”进口酒全国连锁量贩超市加盟项目正式推出。该项目平台复制的运营模式,彻底颠覆传统加盟模式下品牌单一、价格居高不下,全凭人脉进行销售的僵化格局,开启了一个全新的进口酒加盟时代。

当年年底,福建省首个也是目前唯一一个“酒类保税展示交易中心”在东南红酒自贸直销中心内落成,这是厦门海关复制推广中国(上海)自由贸易试验区海关监管创新制度下实施的重要创新。凭借“先销售后缴税”与“实时快速清关”两大功能的实现,能够极大地缓解进口商的资金压力,加速进口酒店的流通速度,同时由于进口商运营成本的降低以及流通环节的缩短,消费者在酒类保税展示交易中心购买到的酒品要比市面上便宜 50%以上,真正做到了“与全球比价”。

原瓶进口 “让全中国人喝不到假酒”

“酒划算”卖的酒和别处有什么不同之处呢? 据了解,目前,东南红酒自贸直销中心已成功吸引国内外近五十家具有领头示范能力的一线进口酒企入驻,酒类品种总数超过 2000 款,涵盖近 20 个进口国,包括意大利、法国、智利、澳大利亚等产酒大国。“酒划算”的产品主要分为三大类:进口葡萄酒、啤酒、洋酒,全球几乎所有的大品牌都在和“酒



在 2016 年年报中,泸州老窖还透露了 2017 年计划。根据董事会审议通过的《2017 年生产经营大纲》,将力争实现营业收入 101.28 亿元,同比增长 22%;实现归属于上市公司净利润 25.29 亿元,同比增长 31%。

公司一直没有上调出厂价,但市场猜测这一天迟早会来临。

泸州老窖国窖酒类销售股份有限公司 2017 年 2 月 23 日下发通知:即日起,建议经销客户、各片区、各子公司执行 52 度国窖

本板独家协办
电话:(0839)3600888 (0839)3602639

1573 经典装商超、酒行渠道新零售价格体系。其中,52 度国窖 1573 经典装将零售价调整为 899 元/瓶。
899 元的价格,很显然是对应五粮液主力产品“普五”价格。2 月 14 日,五粮液宣布针对“商超卖场”52 度 1618 五粮液出厂价调整到 769 元/瓶,批发价不低于 819 元/瓶,零售价 919 元/瓶;52 度普五商超供应价调整为 809 元/瓶,零售价 899 元/瓶。
国窖 1573 一直将其竞品锁定为普五。去年 8 月 30 日,五粮液宣布将普五出厂价上调至 739 元/瓶。紧接着,同年 12 月,泸州老窖宣布将国窖 1573 计划外价格调整至 740 元/瓶。

布局年轻时尚化产品

对于白酒行业发展,泸州老窖认为将有 5 个趋势的变化:首先,白酒行业已经从“黄金十年”的扩张式增长,改变为以名酒为主导的挤压式增长,企业兼并可能加快。其次,白酒行业已经由扩张型市场或机会型市场转为竞争型市场,未来 5-10 年,白酒企业扩张动能将来自于市场份额抢夺。第三,新增长模式未出现前,白酒零售渠道地位稳固,在未来较长一段时间,零售端仍将是白酒企业重点建设和培育的销售渠道。第四,随着消费者结构的变化,80 后、90 后逐渐成为白酒企业的目标消费群体,健康化、年轻化、时尚化有可能成为未来白酒发展的趋势之一。最后,信息化、智能化、物联网。

针对行业的变化,泸州老窖已经开始未雨绸缪做准备,已经在着力布局预调酒等年轻时尚化产品,养生保健酒等健康、老龄化产品。另外,公司还在积极推进信息化建设。

泸州老窖“十三五”期间总体规划为“一二三四五”战略,即:明确重回中国白酒行业“第一集团军”一个目标;坚持“做专做强”与“和谐共生”两个原则;深入贯彻落实加强销售、加强管理和加强人才队伍建设“三个加强”,把握在 2015 年-2020 年间的稳定期、调整期、冲刺期和达成期等四个关键发展步骤;实现公司在中国白酒行业的市场占有率领先、公司治理领先、品牌文化领先、质量技术领先和人才资源领先。

记者发现,在 2016 年年报中,泸州老窖还透露了 2017 年计划。根据董事会审议通过的《2017 年生产经营大纲》,将力争实现营业收入 101.28 亿元,同比增长 22%;实现归属于上市公司净利润 25.29 亿元,同比增长 31%。

昆仑决获知名酒企赞助 体育营销要打“醉拳”?

■ 李旭

当下,知名体育 IP 依旧是各方追逐的稀缺资源。4 月 19 日,著名本土搏击赛事昆仑决与茅台集团习酒公司在京签约合作,贵州习酒正式成为昆仑决 2017 年度官方指定用酒。

据知情人士透露,本次合作习酒公司是大手笔赞助昆仑决。

昆仑决创始人姜华在发布会上说:“此番昆仑决与习酒的合作将深度解读双方品牌精髓,以体育的力量释放中国传统文化影响力,搭建起中国与世界沟通的桥梁。”习酒销售公司总裁杨云表示:“我们相信双方以匠人之心创造出的产品绝对会带给大家不同凡响的体验。”

腾提度体育高级副总裁孔一诺表示:“数据显示,习酒与昆仑决的受众年龄、受教育程度、经济水平等方面都高度吻合,这奠定了双方此次精准营销的基础。一致的品牌文化和品质追求、精准的营销布局使得他们的合作成为体育营销的模板。”

作为世界最受欢迎的体育赛事之一,搏击本身的悬念与热血,令观众热血沸腾,帕奎奥与梅威瑟的世纪大战创造了高达 10 亿的商业价值。对于拳迷而言,一场精彩的拳击比赛会带来多种情绪的相互交叉碰撞。知名白酒营销专家程万松表示:“酒企参与体育营销并不鲜见,但很多营销是在蹭热点。习酒通过昆仑决把永不言败的体育精神与自身产品相融合,这给拓宽体育产业发展带来新思路。”昆仑决作为中国著名的自创赛事 IP,是一家旨在打造世界级搏击赛事的平台,长期邀请国内高水平“斗士”参与,并让中国观众亲身体验全球高手逐鹿,自 2014 年至今已走过十多个国家和地区的近 50 座城市。2015 年,昆仑决被国际知名搏击网站“Combat Press”评为年度最佳站立格斗赛事,这是国内搏击赛事获得过的最佳荣誉。



● 昆仑决拳手开场表演

酒品如人品

我公司是一家专业以五种粮食酿造的优质浓香型原酒、多种风格调味酒、陈年老酒以及酱香型大曲酒的生产企业,拥有合义坊、川辉两类商标品牌,欢迎贴牌加工,愿与全国各大厂家共谋发展。

公司名称:四川省邛崃市正方酒业有限公司 成都市合义坊酒业有限公司
公司地址:四川省邛崃市卧龙镇中国名酒工业园

董 事 长:宋一明
电 话:028-8878439(传真)
手 机:13908225762
13548108555
邮 编:611530
网 址:http://www.sczfjy.cn/
http://www.cdhyf.cn/

您发财 我发展

华西酒曲厂是在其前身——成都市成华区高科技生产化技术研究所彭州实验厂的基础上,经 25 年发展和积累而成立的专业从事生物制品科研和生产加工企业。

研究和开发的微生物系列产品有:

- ◆根霉酒曲
- ◆生料酒曲
- ◆纯根霉甜酒曲
- ◆固体麸皮活性生香干酵母
- ◆工业级纤维素酶
- ◆食品添加剂红曲米
- ◆酱油曲精

厂 址:四川成都彭州经济开发区
联系人:罗 忠
手 机:13679061105
电 话:028-837028146(办)
传 真:028-83708978
邮 编:611930
网 址:www.mainone.com
E-mail:cdservice@main one.com

济南瑞丰生物工程有限公司

本公司与齐鲁工业大学等高校密切合作,研究开发了增强固态白酒发酵的系列高效微生态产品,提高白酒质量,降低生产成本,减少劳动强度。

主要产品如下:

- 白酒发酵微生态菌剂
- 脱水活性窖泥功能菌
- 根霉曲
- 优质成品窖泥
- 浓缩液体己酸菌
- 浓缩液体产酒香酵母菌
- 芝麻香型白酒高效微生物菌剂
- 酯化红曲

企业宗旨:优质产品 优质服务 合作共赢

总经理:陆泰勇
联系电话:13905416779
0531-87483989

邮编:250308
地址:山东省长清区张夏工业园区
E-mail:ruifengshengwu@163.com