

品牌窗口 | Brand Window

芝麻香酒，也能卖断货？

■ 齐鲁壹点

“我们家的芝麻香酒，卖断货，已经供不应求了，现在只能寄希望第二车间的建成投产。”如果不是亲临现场，有人会把鲁源酒业总经理姜仑阳的这番话当成笑话听，但看着日夜加班的生产车间，我们这些旁观者都替他们着急。

近日，由山东省白酒协会秘书长蒋彬带队，齐鲁工业大学李敬龙教授，山东省白酒品牌推广委员会秘书长李克新，大众日报、大众网、国家名酒评论等媒体走进鲁源酒业，进行了深度采访。

芝麻香型白酒，是鲁酒的代表，也是唯一一款起源于鲁酒的香型代表。至今，大家还记着中国芝麻香型白酒四大家族颁奖的盛况。但是由于受生产工艺技术环境等重要因素影响，产品风格典型性差别很大，多数产品不是偏酱就是偏浓、偏清，品质不稳定，特别是近几年受市场销售环境影响大多数酒企趋于产品滞销，不得不停产减产甚至放弃。

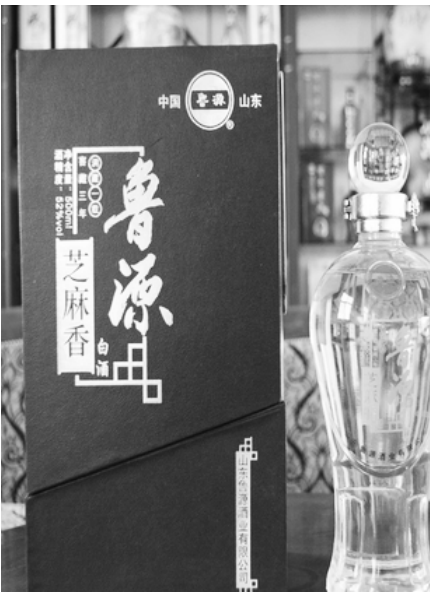
位于山青水秀沂蒙山一端的鲁源酒业，不愧为百年老字号的称谓，“秉承传统工艺，传承鲁酒酿造工艺，为华夏儿女酿造纯正的纯粮酿造酒，为华夏酒文化的发扬光大贡献力量”的初衷，潜心研究如何利用本地独有的优势，吸取众多酿酒企业的宝贵经验，酿出具有鲁源风格的好酒。经过数代鲁源人的努力，终于探索出了一套符合鲁源实际的酿酒方法，酿造出了“具有川酒风格的浓香型白酒，具有鲁源特色、风格典型的芝麻香型白酒”。

芝麻香白酒生产工艺百分之七十与茅台酱香型白酒的生产工艺相同，上世纪八十年代山东酒企有不到十家生产过大酱香，鲁源酒业自2005年开始研制芝麻香酒，借助于生产大曲酱香的技术底蕴一举研制成功，原酒逐步形成了“芝香 醇甜 窖底”三个典型体，具备了“清 浓酱”比例协调的酒体设计条件，所产产品具有焙炒芝麻时发出的典型芝麻香气，芝香突出，绵柔细腻，丰满醇厚，余香悠长之特点。凡是喝过鲁源芝麻香的人都一致认为鲁源芝麻香闻香有炒芝麻味，有焦香，还有的人认为有舒适的香油味，酒体细腻，醇厚，回味长，空杯有留香，这是鲁源芝麻香畅销的基础条件。

鲁源芝麻香风生水起供不应求的主要原因得益于体验营销，即消费者亲临公司生产车间，亲自查验了酿酒用的原辅材料，亲自参与酿酒生产过程，体验配料、入窖、上甑、摘酒并将体验香气记录下来，成为购买的目标。通过体验者的传播，越来越多的的消费者加入了体验式营销队伍，购买者一度出现了包窖抢购的局面。

山东鲁源酒业有限公司根据沂源山高洞多的优势，创新性地把原酒储存于江北最大的天然溶洞群鲁山溶洞，天然溶洞一年四季恒温恒湿，氧气充足，有利于酒精分子和香味物质的有机结合形成独特的产品风格，这是其他酒企所不具备的，好酒要有好的储存环境有利于提升产品品质，提高产品升值空间。自2015年以来储酒客户每月达到上千人，储有量上千吨，开创了山东芝麻香原酒营销之先河。营销大家姜仑阳告诉记者，市场残酷，不是都要倒下，要学会在夹缝中生存，要始终坚持品质为先导，营销做保障，思路决定未来。鲁源作为鲁酒的二线品牌，恰恰走出了一条新路。

为何鲁源的芝麻香卖断货？悠久的历史、深厚的技术积淀、良好的产品质量和创新的营销模式是鲁源芝麻香卖断货的根本原因。



彭州市华蓉陶瓷有限公司

专业设计生产：
陶瓷酒瓶、酒具及各种工艺品等，公司倾力于中国陶瓷酒瓶及摆件的设计与制造。

公司生产的会呼吸的陶瓷酒瓶，会交流传神的陶瓷摆件，使华蓉更有魅力。

厂长：刘德银
手机：13088090770
13281090770

电话：
028-83833818
83833828

QQ 号码：
814439265
1512026857

地址：
四川省彭州市桂花镇

■ 闫妍

创业契机：“好酒是种出来的”

在中国，葡萄酒拥有深刻的“舶来品”烙印。

国产葡萄酒品牌从成立之初就被市场报以高度的警惕和担忧。经历了忽视、萎缩、衰落，到张裕葡萄酒、长城葡萄酒等企业销售业绩攀升，涉足葡萄酒行业的创业者数量井喷，国产葡萄酒已经成长为国内酒业品类的重要一极。

中国是世界第五大葡萄酒市场，其中国产葡萄酒品牌占据 75% 的红葡萄酒消费量。

日前，全球知名葡萄酒大赛“布鲁塞尔国际葡萄酒大赛”第 24 届评选结果揭晓，中国产区共获得 78 个奖项，其中宁夏贺兰山东麓产区 41 款葡萄酒获奖。

“好酒是种出来的，再神秘的酿造技术都逃不开靠天吃饭。”酷悦轩尼诗夏桐（宁夏）酒庄酿酒师刘爱国说。据他介绍，宁夏产区具备降水少、阳光充沛，病虫害少等风土优势，产区的潜力不劣于世界知名葡萄酒产地勃艮第，甚至在水热系数、温度、湿度等方面比波尔多地区更胜一筹。

在这次比赛中，宁夏迦南美地酒庄 2013 黑骏马干红摘得银奖，但酒庄主王方仍对自家的葡萄酒销路问题感到担忧。

2016 年，王方全年的飞行记录超过 70 条，农忙季节以外的时间都在全国各大葡萄酒展会、赛事上忙碌着品牌推广。“葡萄酒酒庄的核心是在葡萄园和酒窖上，大多数的酒庄主都对品牌推广、销售等事情了解不足，有好酒也进不去主流销售渠道，酒庄面临着产销不对等的问题。”王方谈到。

不错的酒庄、不错的酒、不错的酿酒师，却传达不出自己的声量？这让徐志军看到了机会。

消费者对于葡萄酒的认知度太低，对于国产葡萄酒品牌了解更少。“想把这些品牌传播出去，互联网才是最好的方式。”

作为一个土生土长的宁夏人，徐志军从代理发烧音响起家，到做系统集成商实现财富自由。看着家乡的葡萄酒产业一日千里的发展，在连续创业的第 15 个年头，徐志军决心再次创业。

从 2013 年开始，徐志军开始一边在法国、新西兰、澳大利亚等地进行调研，一边收尾以前的生意。经过两年的时间反复研究产品模型，徐志军越来越确定这片新兴的葡萄酒产区面临着三个核心痛点：品牌、推广和销售。

核心痛点：解决小酒庄产销不对等矛盾

据宁夏贺兰山东麓葡萄与葡萄酒国际联合会主席郝林海透露，2016 年宁夏产区酒庄固定资产投资达到 13 亿元，生产葡萄酒 1.2 亿瓶，销售葡萄酒 4.15 万吨，实现销售收入 50 亿元以上，实现综合产值 200 亿元。

这片新兴葡萄酒产区的可能性和商业价值，不言而喻。

“目前宁夏产区已经建成的酒庄有 178 家，未来不管从数量还是规模上都至少会放

营销视野 | Marketing vision

■ 李栋

随着气温升高，本该步入销售淡季的白酒行业，今年却一反常态地刮起了涨价风。除了茅台接连发文宣布要稳定价格外，沱牌舍得、泸州老窖以及五粮液等价格则均有不同程度的上涨。

专家认为，今年的白酒涨价风依旧由市场供需关系决定，也与白酒行业的淡季压货习俗有关。

据新京报报道，公开数据显示，2017 年 1 月，洋河股份宣布继续“小步慢跑”策略，将海之蓝、天之蓝价格每瓶上调 2 元，梦之蓝系列则上调 10 元-30 元不等。

1 月底，沱牌舍得也将旗下 38 度、42 度、52 度三款产品上调 20 元。

2 月起，郎酒更是在五天内两次涨价，将旗下红花郎等产品价格上调 20 元-100 元不等。

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
●浓缩液体产酒产香酵母菌
●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

中国是世界第五大葡萄酒市场，其中国产葡萄酒品牌占据 75% 的红葡萄酒消费量。但大多数的酒庄主都对品牌推广、销售等事情了解不足。酒庄惠是一家中国葡萄庄园酒互联网垂直服务商，立足宁夏贺兰山东麓产区，帮助酒庄建立面向消费者的销售渠道。



大十倍。”徐志军判断。

问题在于，酒香也怕巷子深。在老徐看来，宁夏产区的葡萄酒虽然在国际上已经具备了知名度，但遍布宁夏的大小酒庄品牌却很难在国内葡萄酒市场做出声量。“先进的生产技术和落后的品牌推广渠道形成了巨大矛盾，整个行业的可提升空间太大了。”

徐志军遇到的第一道槛儿，就是找人。“我们当时几个创始人，把未来的规划和战略全都定完了，却在组建团队的时候发现真是‘没人’，留在宁夏的互联网人才实在太少了。”

徐志军一边说服漂在北京的“宁夏游子”回乡参与创业，一边在北京开了办事处，一年多时间，才把称心的初期创业团队搭建起来。这段时间，只飞银川北京往返，老徐生生“熬”出了个黄金 VIP。

2016 年 2 月，酒庄惠 1.0 版本终于上线，定位为中国葡萄庄园酒互联网垂直服务商，立足宁夏贺兰山东麓产区，帮助酒庄建立面向消费者的销售渠道。

“中国人不具备葡萄酒日常消费的先天性，任何宣传都要建立在普及葡萄酒文化和知识上。”徐志军想到。区别于传统的交易型电商，酒庄惠更像是个深耕中国葡萄庄园酒的互联网服务商。

平台上线发现、评价、推荐等功能页面，选择自建原创内容团队，通过原创内容和社群活动推广酒庄和产区，树立国产酒庄品牌

白酒业集体刮起涨价风

5 月 1 日起，泸州老窖宣布执行配额售卖制度，52 度 500 毫升的百年泸州老窖（窖龄 30 年制）单价也上调了 10 元/瓶。

从这些数据来看，上述四家酒企在短短半年内涨价超过 6 次，甚至在 5 月销售淡季也逆势提价。业内专家分析认为，此轮上涨一方面与整体行业持续回暖有关，另一方面渠道信心逐渐恢复，经销商开始提前打款压货以备旺季销售。

与此同时，今年 2 月，五粮液全系列产品也开始涨价，针对商超卖场的 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。这是开年以来，五粮液首次进行价格调整，平均涨幅 30 元/瓶。

就在 6 月 2 日的运营商代表工作会上，五粮液集团董事长李曙光表示，上半年业绩相当不错，下半年还会更好，并预计市场终端

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

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/

间里卖出了近 5 万支葡萄酒，这几乎是一个小酒庄一年的产量。”地缘优势也成为了酒庄惠拥有的最大竞争壁垒。

据悉，目前酒庄惠的主要利润是从葡萄酒售卖中赚取利润。同时，作为宁夏唯一的互联网葡萄酒服务商，酒庄惠还面向整个产区、酒庄承包品牌推广等服务，同时还向产业端推广销售数据产品。通过与产区和酒庄的合作，可以拿到各个酒庄的种植、酿造、销售、人员数据，以及产区从业者档案等数据。

徐志军的目的在于不断聚集产业链上下游资源，拓宽平台盈利模式。

恰逢其时的切入让酒庄惠抓住了窗口期，并因为先驱优势形成了数据积累壁垒。“产区内酒庄需要借助互联网手段解决认知低、卖酒难问题，更需要积累起底层数据，运用互联网工具预防行业的野蛮生长。”徐志军谈到。

携资源面向市场，携市场面向资源。背靠宁夏产区的核心资源优势，瞄准这片被互联网严重低估的市场，率先拔下产业内最私密、不被察觉的一角，纵横捭阖似乎并不困难。

行业聚焦：境外葡萄酒品牌冲击国产酒市场份额

据 Coface 预测，中国葡萄酒市场将在 2025 年超越法国，2027 年超越美国，到 2027 年中国葡萄酒市场将成为世界第一。

巨大的消费市场自然吸引了大量资本和玩家入场，越来越多的国外葡萄酒企业意图抢滩中国市场，更有国内财团通过跨境购买世界著名酒庄来争抢市场份额。

根据《上海日报》的数据和资料显示，中国的葡萄酒消费量从 2014 年的 1.3914 亿箱下降至 2015 年的 1.319 亿箱，总体下降了 5%。从行业内几大龙头 2017 年第一季度的业绩表现来看，张裕 2017 年第一季度净利润 5.17 亿元，同比下滑 4.82%；中葡股份 2017 年一季度净利润为亏损 2250 万元。

业内分析，销量下降的重要原因在于进口酒正在快速的蚕食国产酒的市场份额，挤压国产酒的利润空间。

“其实我遇到最大的障碍就是进口酒的冲击。”徐志军谈到。在他看来，虽然境外葡萄酒品牌来势汹汹，还在起步阶段的本土酒庄品牌显得十分被动，但国内酒庄不会活不下去，甚至拥有超乎期待的升值空间。

年轻的产区，新建的酒庄，居高不下的生产成本，这样的判断会不会太过理想化？

“拉菲（Chateau Lafite Rothschild）一瓶酒卖到几千甚至上万元是单纯因为酒好吗？”在徐志军看来，对照全球葡萄酒产区发展模式就可以发现，产区和酒庄的经营时间越长，它的附属价值和衍生价值就会越大，甚至兼备旅行和休闲度假功能，这是酒庄行业发展的必经之路。

“只要酒庄惠能在短期内做到收支平衡，坚持和产区走下去，巨大的价值还在后面。”徐志军相信。

据他透露，酒庄惠预计在 2018 年底能做到收支平衡。目前平台会把产品重心聚焦在宁夏贺兰山东麓产区，未来还将折射至北纬 38 度以西的优质葡萄酒产区。走好稳健的第一步后，酒庄惠会向产业大数据，现货交易，葡萄酒金融等产业垂直领域拓展。

白酒行业营销专家肖竹青认为，此轮淡季价格上涨主要是渠道信心恢复，经销商为了避免旺季的供不应求所以提前打款备货。“这与白酒行业的淡季压货习俗有关，厂商以提前打款享受老价格优惠，提前吸纳经销商的资金。这样占压资金后，渠道就无法对其他品牌进行大量进货，这也是一种‘抢钱’的竞争策略。”

根据茅台和五粮液的 2017 年一季度财报数据显示，期内茅台预收款达 189.9 亿元，比 2016 年全年高出 13.5 亿元，是 2015 年全年的 2.2 倍，2014 年全年的 12 倍多。而五粮液的预收款也达到 62.37 亿元，较 2016 年全年 62.98 亿元的预收款基本持平。

“另一方面来看，茅台、五粮液的持续涨价，给区域性名酒也留出了价格空间，将紧随其后通过系列产品的调价来抢占空白市场。从当前淡季至中秋销售旺季前，价格将有望一路持续走高。”肖竹青表示。

四川百年苏公老酒坊
全国招商

提供：
原生态清香、浓香、酱香
白酒和养生酒、
水果酒及
贴牌代加工业务。

财富热线：**4008842899**
加盟专线：**15881033359**