

# 超级单品成为市场主流价值取向

王哉

互联网时代,信息传播的障碍全面消失,消费者获取信息愈来愈趋向对称,“消费者是上帝”这句话,再不是商家敷衍市场的借口。各种社会化媒体的兴起,使“作恶”或“坏产品”的传播,以令人诧异的速度影响着市场。信息传播对称的大趋势下,营销不对称成为主流。对生产企业而言,如何顺应这种潮流,生产消费者喜欢的产品,成为市场主流价值取向,而超级单品就成为解决这个问题的唯一选择,它也是真正围绕粉丝经济出现的一个产品形式。

超级单品表面上看是营销问题,而实质上是企业发展战略核心问题。越来越多的白酒企业意识到,唯有在超级单品市场中拥有一席之地,才能真正赢得战略先机。而它的诞生绝不是偶然,我们发现,它们之所以成为超级单品,是因为具备了一些特定的条件和基因,而这正如沱牌舍得在白酒界打造的超级单品一样。

## 赢市场先机 沱牌舍得打造三大超级战略单品

随着中国白酒行业竞争进入到大单品时代,中国白酒将真正迎来一个市场化整合过程,也因此将进入真正寡头竞争时代。超级单品,不仅可不断带领行业实现技术突破、创新升级的责任,更支撑着企业的成长,同时也承载着引领行业及品类发展的重任。

沱牌舍得酒业以战略眼光赢市场先机,一年时间,以壮士断腕的决心停掉了上千款的定制产品、技协合作产品,并通过大量调研数据,梳理出最具竞争力的超级单品。公司坚持少而精的产品策略,让产品代理权成为稀缺资源,同时全方位市场保护,全力维持各个环节的合理利润,让经销商所代理的



超级单品表面上看是营销问题,而实质上是企业发展战略核心问题。越来越多的白酒企业意识到,唯有在超级单品市场中拥有一席之地,才能真正赢得战略先机。

同等酒质和包装,均力求做到比竞品同价位产品高出至少一个档次。同时,在坚持传统优势的基础上,更加适应近几年消费者口味的变化,酒体柔和爽净,适应现代消费者对于轻松饮酒的需求。

## 严抓产品质量 超级单品引领行业健康发展

沱牌舍得酒业,作为白酒行业生态酿酒标杆,一直致力于以传统工艺与现代工业化的完美结合,保障产品质量持续提升,引领行业向更健康的方向发展。除了精准的产品定位与领先的技术研发外,沱牌舍得对产品质量的苛刻也成为其布局超级单品市场的制胜之道。公司坚守“曲、粮、水、藏、艺”全生态酿造,将生态、绿色、低碳的环保理念贯穿每个

每一款产品都成为精品中的精品。

沱牌舍得打造的全新沱牌天曲、特曲、优曲三大战略单品,正是依托“天曲1号”黄金酒曲精心酿制而成,是幽雅、舒适、健康的生态型白酒。

其以国际化的品牌管理理念,在产品包装上注入鲜明的个性及视觉符号,打造清晰的产品家族的概念,让品牌植入消费者心智。无论酒质及包装都拥有超高的性价比,

# 葡萄酒行业发展趋势: 品质消费需求提升 利好葡萄酒业发展

吴铭

中国葡萄栽培历史十分悠久。但是,长期以来由于中国特有的历史条件、食品结构和饮酒习惯,中国葡萄酒业发展得一直比较缓慢。但是随着国内消费升级,中国本土的葡萄酒品牌得到了长足的发展,葡萄酒业正在进入多元化时代。

## 品质消费需求提升

最近,法国卡思黛乐中国区总裁殷凯在2017中国酒业文化论坛上表示,随着国内消费水平的不断提升,消费者对葡萄酒越来越“挑剔”。消费者的个性化需求、品质化需求已经压倒了原先的盲目消费。在这种趋势下,酒企、酒商更需要向消费者提供高品质、高性价比的葡萄酒,满足消费者多元化需求。

全球知名绩效管理公司尼尔森发布的《葡萄酒市场解析和趋势洞察》报告指出,葡萄酒在全国一二线城市20-49岁的酒类饮用者中的渗透率达到了83%。从饮用频次

看,这些消费者每两三天就会喝一回葡萄酒。

除了更频繁地消费葡萄酒,国内消费者对高端葡萄酒的需求量也进一步提升。值得注意的是,根据澳大利亚葡萄酒管理局的出口报告,澳大利亚高端瓶装酒出口增长更为迅猛,离岸价格每升在10澳元及以上的澳大利亚葡萄酒出口额增长了63%,全澳大利亚在此价格区间的葡萄酒有超过三分之一都出口到了中国。

## 葡萄酒业结构需调整

殷凯指出,单靠奢侈品的品牌聚集是不利于整个葡萄酒文化的推广。此外,国内葡萄酒行业目前仍缺乏明确的行业标准。现在市场上葡萄酒商家纷纷打出“健康牌”,过度强调葡萄酒的养生功效,尤其是强调保健功能,将酒类产品作为保健产品进行宣传,致使国内葡萄酒市场陷入乱象。

随着消费升级,人们购买品质好的葡萄酒的意愿也更加强烈,然而,国产葡萄酒仍更多停留在“送礼”时代,精美的包装对买酒



自饮的消费者来说成为鸡肋。相对于进口品牌更注重人文的传播和地道的口味,大多国产品牌多是冲着市场的利好而来,希望得到快速回报心态的从业者充斥着国内市场,但消费升级后,消费者不再为粗放型的商品买单。

在具体的葡萄酒文化推广过程中,殷凯

表示,把不同地域之间的文化差异当做障碍,甚至将独有的历史文化变成沉重的包袱,这对葡萄酒产品的推广甚至是葡萄酒企业的发展都是不利的。殷凯认为,目前80.90后已逐渐成为消费主体。因此,在葡萄酒的具体推广过程中,要使用消费者熟悉的、能够接受的、便于理解的方式进行推广。

# 加强贵州白酒品牌文化建设 助力白酒产业发展

龚勇

自2012年年底开始,中国白酒行业经过几年的深度调整,由过去的规模增长型向质量效益型转变,步入低速增长的新常态。在新常态下,品牌文化和品牌创新成为各地白酒企业提升市场竞争力的活力与源泉。贵州白酒产业凭借品质和企业文化方面的优势,从增速放缓到逐步回暖,进入“十三五”时期开始呈现强劲复苏态势。但这主要得益于茅台集团的龙头引领和习酒、国台酒、金沙回沙酒、董酒等重点白酒生产企业的支撑。全省大多数中小白酒品牌仍然在低谷徘徊。同时,随着全国新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化进程的加快,城乡居民收入增加带来的白酒消费升级和互联网技术兴起引发的消费方式变革,驱动了白酒品牌文化价值体系构建的重塑。因此,笔者认为,在传统白酒文化与现代文化高度融合的新形势下,

加强贵州白酒品牌文化建设,重塑贵州白酒品牌形象,是新时期助力贵州白酒产业实现全面复兴的重要举措。

一、确定品牌定位。贵州是中国酱香型白酒的发祥地和主产区,有着数千年悠久的酿酒文明和优良的酿造传统,拥有他地难以匹敌的地缘、品质、文化、技术等方面的比较优势。确定品牌定位,就是要结合贵州白酒的自身特点,通过内外部环境分析以及对相应目标市场、目标群体的选择及分析,找到自身竞争优势,打造与同类竞争产品不同的形象符号。茅台酒之所以能成为百年屹立不倒的民族品牌,就在于它深度挖掘了其品牌演进的出身根源,即中国酱香酒的源产地、民族传统文化、古老的东方哲学、中国传统酒文化,进而定位为“国酒”“文化酒”等,从而缔造了不断成长的商业传奇。

二、重塑品牌形象。得益于得天独厚的

# 助力白酒产业发展

自然生态环境和独特的酿造技艺,贵州白酒自古享有盛名,有着极高的知名度和美誉度。“贵州出好酒”的口碑,一直占据消费者的心智。因此,在科技不断进步、消费不断升级的新时代背景下,应根据消费者的消费行为和消费心理,重塑贵州白酒在消费者心中的良好形象,培养消费忠诚度。

三、强化品牌差异性,实现品牌多元化、个性化。经过几年的行业调整,中国的白酒消费已从过去由政府为主导的一元化消费,向以商务、家庭和个人为主体的多元化主权消费转变。近年来,随着人们生活水平的提高和生活条件的改善,带动了白酒消费水平、消费结构和消费观念发生了质的改变。通过多样化、个性化、人性化的产品组合策略,强化品牌差异性,对各个层次的品牌产品,赋予其不同的文化内涵和精神附加值,更多地贴近不同层次消费者多样化、个性化的情感诉求,实现贵州白酒品牌多元

化、个性化。

四、加强品牌形象整合传播。贵州有以国酒茅台为代表的具有稀缺性、唯一性和不可复制性的酱香白酒,有以董酒为代表的独具贵州民族特色的传统大、小曲“串香”工艺白酒,还有以安酒、鸭溪窖酒、湄窖酒、贵州醇、青酒等为代表的自成一格的“黔派浓香”工艺白酒等等,形成了以酱香为主、董香、匀香、浓香等多种香型白酒并存协调发展格局。在把握好各类品牌白酒形象表现元素的基础上,要充分利用好“中国(贵州)国际酒类博览会”“黔酒中国行”“茅台赤水节”等各类酒事活动和各类传播介质,运用大数据等现代信息技术,将这些元素整合传播至消费者。这对提高贵州白酒的市场占有率具有重要的意义。

(作者为《贵州酒典》主编、二轮《贵州省志》特色志卷《酒业卷》(在编)主要撰稿人)

## 营销视野 | Marketing vision

### 白酒促销员的销售技巧有哪些

白酒是我国最受欢迎的酒类之一,白酒在我国的市场需求量是很高的,我国的白酒品牌众多,品牌与品牌之间的竞争无疑是非常激烈的。而白酒的销量除了看该品牌的品质与口碑,还有看该品牌白酒的销售员的工作能力。作为一名白酒销售员,掌握一些销售技巧是很重要的。那么,白酒销售员应该掌握哪些技巧呢?

白酒促销员的销售技巧如下:

#### 1. 确认

需要与顾客达成一致,再次确认顾客的需要。让顾客确定销售人员已了解他的需要,并予以认真分析对待,因此,销售人员在向顾客介绍产品的益处之前应先肯定顾客的这些需要确实存在。

#### 2. 说明益处

说明产品将如何有益于顾客,给顾客带来何种好处。成功的销售人员销售的永远是产品的益处。

#### 3. 演示产品

根据顾客具体需要说明产品的特点和益处。给顾客介绍了那么多产品的特点和益处,服务是否被接受了呢?大部分人是没有的。许多顾客不愿意买,因为他们不能确信他们回家后是否喜欢这个产品,是否会因为听信了花言巧语而上当受骗。毕竟,耳听为虚眼见为实。那么,不妨向顾客演示一下产品。演示产品不仅要让顾客亲身感到、看到产品,而且还有演示和解释如何使用这个产品。借助于顾客的亲身体验,销售成功的机会会多一些。

#### 4. 换位思考

在可能的情况下,向顾客演示他看到的每一件产品,由于演示证实和加强了销售人员对产品的说明,驱走了顾客的疑虑,让顾客真正地做到了先试后买,也使销售工作更简单,更有效。

在向顾客推荐了合适的产品后,顾客的需求是否满足了呢?

顾客的需要是多种多样的,销售人员可能只满足了他的一种或两种需要。这时候,你是否意识到这里存在着销售机会呢?你还应满足顾客的其他需要,记住“展示三件,卖出两件”的原则是许多年以来验证过很多次的的一个事实。向每一位顾客展示三件产品,你平均卖出两件——你的生意将翻一倍。

在连带销售中有以下四点需要注意:

1. 提问和仔细聆听回答——在了解顾客需要和获取信息时,销售人员应确信顾客说的每一个字,他将告诉你他的需求,如果你仔细听,你会发现他潜在的需要。

2. 在把话题转移到相关产品之前,请先满足顾客提出的要求。

3. 确保你介绍的产品与顾客的需要和兴趣有直接联系,否则说再多也是徒劳的。

4. 永远不要给顾客一种感觉——你只感兴趣做一笔大生意。

其实,作为一名销售的首要原则就是顾客至上,做到让消费者满意,要让顾客觉得你是从他的切身利益出发的。(本文据相关资料综合整理)

## 品牌窗口 | Brand Window

### 茗世嘉酒业 开拓“新风尚”酒文化

钟禾

近日,深圳市茗世嘉酒业有限公司以“传承与创新”为主题,携手贵州省茅台酿酒(集团)有限责任公司,以中华酒文化的传播者,为醇香的中华名酒茅台代言。

以酒会友,是中华五千年的礼仪之道。酒文化源远流长,随着时代的快速发展,在各种新文化的冲击下,将跨时代而发展。

茗世嘉酒业以“新风尚”的新兴形象出现,无论从消费者需求解析,还是对口味追求,茗世嘉酒业都秉承着“不忘初心,方得始终”的信念贯彻,坚持“诚信互助,以人为本”作为企业发展的方向。茗世嘉酒业在与贵州省茅台酿酒的此次合作中,侧重以传承酒文化为主,以继承传统与创新共同发展为目标,多维度地展示华联辉茅台酒的优势,将正宗华联辉茅台酒传播给更多的热爱美酒、美食的人士。因此,推出了“诚信、互利”的经营理念,制定了“渠道下沉、深耕市场、场景体验”等工作方针。

华茅酒采用独特的酿造手段,具有酱香突出、口感细腻、回味悠长、空杯留香等特点,华联辉茅台酒种类繁多,有珍品原浆系列和收藏酒系列。珍品原浆系列包括:华联辉精品、华联辉婚庆专用珍品、华联辉六十年珍品等;收藏酒系列包括:忠孝两全、鼎盛中华、万年福寿、花开富贵等。

未来,茗世嘉酒业将朝着更专业化的方向积极发展,开拓创新,锐意进取,与时俱进,为消费者提供优质的商品和良好的服务,弘扬中华酒文化。

## 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



## 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  
●根霉菌  
●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:陆奉勇  
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

## 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:  
◆根霉菌  
◆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@mainone.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.sczfyj.cn/  
http://www.cdhyf.cn/

## 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、水果酒及贴牌代工业务。



财富热线:4008842899  
加盟专线:15881033359