



●茅台集团总经理助理、贵州茅台酒厂集团技术开发公司董事长杨凤祥在世界酒业联盟与茅台集团“酒+旅游+互联网+科技+扶贫+金融”合作项目启动仪式上致辞



●国外嘉宾在双龙镇酒类博览园项目介绍会上合影留念



●参会嘉宾在双龙镇酒博园一期项目合影



“独创柔和酱香 + 时尚新包装”,重塑后的“茅台醇”,以其能满足当前人们要健康、好口感、有时尚、品美味、尚品质的生活需求,大受消费者追捧。更有“酒 + 旅游 + 互联网 + 科技 + 扶贫 + 金融”新营销模式开闢新路天地宽,第七届贵州酒博会上销售比去年同期增长30%以上,创新,让茅台技开公司在 2017 白酒界的天空划出了一道靓丽的彩虹。

敢闯敢拼显魄力 拓展市场有作为 创新,让茅台技开公司在白酒界的天空 划出靓丽彩虹

——茅台技开公司参展 2017 第七届中国(贵州)国际酒类博览会特别报道

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

在 2017 第七届中国(贵州)国际酒类博览会(9月9日至9月12日)现场,二号名酒馆茅台酒厂集团技术开发公司(以下简称茅台技开)的展厅前人头攒动,好不热闹。记者好奇的上前看个仔细,只见展示柜上摆的是茅台技开的年代茅台醇 1992、1998、2008,多名茅台技开员工热情的倒出这三种酒让前来观展、咨询的人们品鉴。人们饶有兴趣地打着“茅台醇”独特的柔和酱香生产工艺,眼观看时尚、新颖、精良的年代“茅台醇”外包装赏心悦目,人们一边品着酒、一边竖起大拇指称赞“好酒”,只见不少消费者当场心动下单,直接买了酒拿回家慢慢品尝。这时,一对老夫妻急忙赶到茅台技开的展厅前,当听说搞促销的年代“茅台醇”已经卖完了的时候,大爷的老伴可不依不饶了:“你看嘛,之前让你买、你不买,现在倒好,转了一大圈,还是觉得‘茅台醇’好!可是这会儿想买又买不到这酒了,错失良机啊!”

年代茅台醇大卖的秘诀

眼前的这一幕热热闹闹争相购酒的场面,让记者对年代茅台醇产生了浓厚的兴趣。当下决定好好采访、探寻一下年代茅台醇大卖的秘诀。

茅台技开展厅里的一位年代茅台醇销售人员介绍说:“茅台技术开发公司今年重新塑造了‘茅台醇’白酒品牌。首先,酒的包装盒和酒瓶都是颠覆性的全新设计,公司让国内顶尖设计团队重新设计的外包装时尚、新颖、精良,酒瓶上曼妙透明的象征赤水河的设计出新,酒瓶制作工艺技术高超,堪称一绝,特别新颖的再现了母亲河赤水河形象,寓意着赤水河流域的酒文化源远流长。包装形象一经面市,就深受消费者喜爱。”

销售人员顿了顿,继续说道:“另外,公司充分发挥自己独创的柔和酱香技术优势,在传统酱香型白酒工艺基础上进行创新,整个生产周期内共两次投料,一次续沙,九次发酵,十次蒸煮,七次均衡取酒,相比传统工艺更为复杂和极致。柔和酱香工艺酿造出来的酒,酒香气自然,酒味柔和舒适,口感上更淡雅,后劲不大。”

记者了解到,重塑后的年代“茅台醇”自今年6月上市以来,以其能满足当前人们要健康、好口感、有时尚、品美味、尚品质的生活需求,深受当今消费者,尤其是年轻消费者的青睐,销售势头喜人。这次酒博会上好多消费者是看了年代茅台醇广告后,专门到茅台技开展厅实地品鉴美酒。



●2017 第七届中国(贵州)国际酒类博览会开幕式现场



●七届贵州酒博会开幕式现场



●七届贵州酒博会开幕式现场



●贵州省政协副主席蒙启良详细了解公司产品



●茅台集团党委书记、总经理李保芳巡察展厅



●茅台技开公司董事长杨凤祥、党委书记王俊与民朝上品国际形象大使朱丽叶·伽马(Julia Gama)、“国际造美教父”亚力山大·古斯塔沃(Gustavo)合影留念



●第七届中国(贵州)国际酒类博览会上,茅台技开公司展厅

酒博会推介产品和形象效果显著

记者获悉,除了年代茅台醇,茅台技开公司在本届酒博会上还集中展示了天朝上品、贵州印象和拉萨玛咖酒等备受消费者青睐的产品。

参展期间,贵州省政协副主席蒙启良,茅台集团党委书记、总经理李保芳等领导亲临公司展厅,对公司相关产品和参展工作进行指导。国内外广大参展商和市民朋友也争相进入公司展厅了解公司产品并进行品鉴。工作人员积极向顾客发放公司产品宣传资料并详细介绍公司产品。

在本次酒博会上,世界酒业联盟与茅台酒厂集团技术开发公司共同合作的“酒+旅游+互联网+科技+扶贫+金融”项目,在世界酒业联盟(WABA)2017年年会上成功启动,成为了本届酒博会上特别有新意的亮点。通过会展活动,极大地推介了茅台技开公司的产品和形象,取得了显著的宣传效果。

创新成为茅台技开不变的主题

有关资料显示,贵州白酒的快速发展,一方面是因为贵州省以深入推进以“树品牌、提品质、优品种”为主线的供给侧结构性改革,有效的推动了白酒产业的转型升级和提质增效;另一方面,也是与白酒企业的创新营销方式,积极开拓市场有很大的关系。

本报记者从茅台技开公司了解到,该公司产品在市场上表现突出,其创新的做法主要有三点值得总结:

一、发扬工匠精神,传承和创新白酒新技术

在产品开发上,发扬工匠精神,传承和创新白酒新技术,特别是公司首創研发的53°柔和酱香型白酒,具有柔和、兼容、绵、爽、净的特点,体现了酱香显著,醇厚柔和,优雅协调,尾净味长等独特风格。该酒体的研发成果等到了白酒界专家的高度赞扬,产品投放市场后得到很多消费者的喜

爱。

二、创新品牌塑造,资源聚焦大单品在品牌塑造上,根据公司“品牌重塑、大力传播、先做减法、后做加法”的营销原则,制定了213的品牌战略,调整了产品结构,缩减了条码,资源聚焦大单品,比如天朝上品贵人战略的实施,今年的销售比去年同期比翻了一番。

三、创新市场定位,着力形成自己的目标市场

在市场定位和目标市场上,公司重新对自营茅台醇产品的包装进行升级和市场定位,明确了目标市场,制定了“做宣传、进终端、建网络、促体验”的营销十二字的方针,片区贯彻落实得比较好,产品上市虽然才两个月,已在目标市场完成了80%的招商,茅台醇1992的包装还获得2017年中国包装之星奖,在今年的贵州酒博会现场销售情况也比较较好,比去年同期增长了30%以上。

“品正之道,醇厚柔和。”记者在采访中仿佛看见茅台技开公司的柔和酱香酒年

代“茅台醇”在赤水河曼妙的曲线上,由眼至口感受多了一份绵柔醇香。河流从瓶底蜿蜒至瓶口,象征着赤水河的生生不息,是茅台醇珍贵的源泉,是茅台醇特有的灵魂。河水流淌,流逝的不仅是历史,更沉淀了匠人工艺。每一滴酿造不仅是自然层层筛选的进化论,也包含了千百年来匠人技术的探索。瓶身河流部分透明,就是让这每一滴柔和酱香都看得见。在倒酒时,透过瓶体看汨汨流出的醇酒,感受河流灵动的韵律,也象征着赤水河是这酱香之源,让每一滴酒酿都赋予了自然的力量。

“品正之道,醇厚柔和。”这是茅台技开人对自己用心酿造柔和酱香酒的完美诠释和品质追求!

砥砺前行,刻苦努力,在继承中不断创新,让茅台技开公司在白酒界的天空划出了靓丽彩虹!

在新的时期,茅台技开人将全面落实茅台集团十三五整体规划,努力打造茅台技开公司213品牌战略,力争取得更加辉煌的成绩。

