

贵州桥梁六年狂砸 5.3 亿“跨界”做酒

■ 葛慎亚 刘延平

12月18日下午,贵州桥梁集团仁酱酒业“仁帅”酒品评会暨产品发布会在中国酒都仁怀隆重举行,白酒行业专家吕云环、黄平、吴天祥、方长仲、彭荫和相关领导、经销商共计300余人参加发布会。

仁酱酒业公司成立于2011年5月,2014年开始投入生产,坐落于茅台镇双龙村,是贵州桥梁集团将原茅台镇百家姓酒厂收购成立。

据了解,从2011年至今,桥梁集团已累计投资仁酱酒业5.3亿元,目前,仁酱酒业已生产基酒1600吨,全部建成后优质基酒可达5000吨。

“千破万破,时间不破”,在长达六年的等待中,仁帅酒带着天然的“仪式感”翩然前来。

贵州桥梁集团党委书记王伯航致辞表示:“希望各界朋友支持仁酱酒业,共谋发展大计,共创酒业创奇!”

桥梁集团有关负责人表示,转型做酒一方面是集团的需要,修桥铺路的黄金期在不断缩减;另一方面是酱香酒的红利正滚滚而来。

对于仁酱酒业六年磨一剑的态度,首届中国酿酒大师吕云怀大加赞赏:“酱香酒因为生产工艺的原因,新酒是不能直接出售的,必须经过三到五年的时间‘磨砺’,才是真正的酱香酒,仁酱酒业恪守传统工艺,崇本守道的精神是做品牌的魄力和做品质的决心,我相信‘仁帅酒’能得到市场的认可。”

酱酒市场前景远大,但也竞争激烈,仁酱酒业的发布会是“仁帅”系列酒打响了产品切入市场的第一枪。

四川安宁烧酒加盟商年会暨新产品发布会火热举行

■ 高学兵 何毅

12月20日,在中国国际名酒文化节在酒都宜宾闭幕之际,宜宾安宁烧酒活动还在持续升温,安宁烧酒2018“团结奋进”加盟商年会暨新产品发布会在酒都宜宾党校江南会堂火热举行,来自全国各地的安宁烧酒加盟商以及代表参加了此次年会。

在加盟商年会上,安宁烧酒营销总监余仪对2017年度加盟商工作进行了总结和表扬,对十佳连锁店、销售模范进行了颁奖。并在现场进行微信抽奖,才艺演出等活动,活动现场高潮迭起,“安宁烧酒最近还推出了两款升级版新酒,“高兴典藏酒”和“安宁酒”进行现场首卖。

据宜宾安宁酒厂总经理、四川安宁烧酒业有限责任公司董事长胡学川介绍,安宁烧酒第一家专卖店诞生于1994年,该店始终坚持“市场共建、品牌共创、利益共享”的经营方针,厂商携手,合作共赢,以先进的管理理念,建立了良好的客户关系,树立了优良的商业信誉,在市场竞争中确立了优势地位。

安宁烧酒坚持“确保品质、诚信经营、完善服务、求实创新”的宗旨,树立品牌,以务实敬业的精神,企业产品不断向质优价廉方面发展,服务于新老顾客,得到了市县领导的肯定,在市县领导的关心关怀下,目前,以安宁烧酒连锁店为主体的终端销售网络已遍布全国,已在全国20多个大中城市和地区的发展有了良好态势,累积连锁店和经销商1000余家。

据悉,安宁烧酒是一家以生产经营传统白酒的专业连锁企业,位于万里长江第一城——酒都宜宾,拥有“安宁、伟大、高兴、宜宾”四个酒类注册商标和产品。

营销视野 | Marketing vision

■ 陈国庆

自万商答谢会于11月底开启后,金徽酒开始在全国各地巡回开展百余场活动。活动除了可让经销商、分销商和客户享受更大的红利外,更是公司业绩成绩单和企业精神的集中展现。从其发展历程来看,十年来,公司的年销售额由8000万元增长至12.77亿元,让整个行业艳羡。目前其“发展西北”战略着眼于更为广阔的天地,也让市场对金徽酒有了更大的想象空间。

变:发展战略 营销策略

从公司发展理念来看,在年销售8000万的时候,金徽酒想着“要活着、要对近千户员工家庭负责、要对供应商、经销商负责”;年销售1亿的时候,金徽酒筹划“突破10亿销售关口,成为甘肃白酒领导品牌”;年销售10亿

青春小酒市场路走何方

■ 韩轩

有人说,中国白酒传统文化厚重,自带着中老年人的气质。口感辛辣、易醉不健康,这些标签让年轻的“80后”“90后”消费群体往往对其敬而远之。

近年来,几乎所有消费领域都在争相拥抱年轻人,白酒也在尝试年轻化,江小白即是其中最受关注的。小瓶包装,度数稍低,青春的噱头,扎心的文案,江小白被很多年轻人知晓,有人还被“感动”得去“喝一口”。红了的江小白还引来了众多效仿者,青春小酒的市场,一时间热闹起来。

“网红”江小白 带火“青春酒”

据北京日报报道,年轻的“80后”“90后”,不爱喝白酒了,这是很多人的直观感受。

“从来就没喝过白酒。”在“90后”小梁的印象里,他平时跟朋友、同学、同事聚餐,大家要么随意喝点啤酒,要么就喝饮料,几乎就没有喝白酒的概念。“口感太辣,容易醉。”

不过,一款名为“江小白”的白酒,近几年却在年轻人中间风行。“江小白的文案超赞。”“近一年聚会基本都是江小白+红酒。”类似的评论,在朋友圈里并不鲜见。说江小白是“网红”并不夸张。

江小白是重庆江小白酒业有限公司在2012年推出的一款高粱酒品牌。磨砂玻璃瓶,100毫升容量,简洁的卡通人物造型,语录体的文字……江小白迅速火了起来,从重庆当地走向全国市场。前不久,江小白还翻新套路,推出同名动漫《我是江小白》,集合“青春”“爱情”“悬疑”“治愈”等年轻元素,在



视频网站热播。江小白每瓶价格在20元左右,根据公开数据显示,其一年销售额能达3亿元。

“小酒”是小瓶装酒的简称,容量以100毫升、125毫升为主,是相对于主流的大瓶酒来说的。传统小酒早就有,但如江小白这样的,能产生这么大市场影响的,实在少见。

时尚、个性的风格,戳人心窝的文案,跟“80后”“90后”产生情感上的共鸣,这被很多人认为是江小白走红的重要原因。

如今,江小白引来众多效仿者。今年5月,洋河推出名为“洋小二”的青春小酒,125毫升容量,18元的价格,年轻化、简洁的包装,都与江小白多有相仿。此外,泸州老酒旗下的“泸小二”“泸达人”、杜康酒旗下的“杜二”,几乎与江小白同属一路。青春小酒市场

中国葡萄酒市场受巴西酒庄青睐

■ 郭昊

提起南美的葡萄酒,人们首先想到的一定会是智利、阿根廷这样的红酒出口大国。但近年来,出产于巴西南部南里奥格兰德州山区的葡萄酒因其清爽的口感和极高的“性价比”渐渐开始在国际红酒市场上崭露头角。而作为红酒消费大国的中国更是巴西酒商们的“重点对象”。过去一年,巴西出口到中国的葡萄酒总量就达到近20万瓶,有的巴西酒庄不仅在中国设立了直营店,甚至还开设了网店。巴西红酒正悄悄地走进中国老百姓的餐桌。

据国际在线消息,巴西南部南里奥格兰德州的本土贡萨尔夫斯市素有“巴西葡萄酒之都”的美誉,至今已有近150年的历史。在这片总面积不到400平方公里的土地上分布着大大小小700多个酒庄,近85%的巴西葡萄酒都出产于此。这里出产的以赤霞珠、美乐、霞多丽为代表的葡萄酒香气清新,口感平衡。

巴西葡萄酒协会推广部经理迭戈·贝托里尼认为,虽然本土贡萨尔夫斯市出产的葡萄酒在名气上比不上邻国阿根廷和智利,但巴西葡萄酒酸度适中,口感清爽,是餐桌上搭配美食享用的不二选择。他说,“这里肥沃的土壤,气候湿润很适合葡萄的生长。相较于智利



和阿根廷,我们这里产的红酒酸度会更高一些,这样的红酒很适合搭配美食享用。”

在很长的一段时间里,本土贡萨尔夫斯市出产的葡萄酒都以内销为主。但近年巴西国内市场的不景气让这里的红酒商开始将目光转向了海外。作为红酒消费大国的中国自然成为他们重点考虑的对象。虽然巴西葡萄酒进入中国的时间很短,但仅仅在去年一年,巴西出口到中国的葡萄酒总量就达到了近20万瓶。中国已经成为巴西葡萄酒的第二大出口目的地。迭戈·贝托里尼说,“我们预计今年出口到中国的葡萄酒总量同比会有34%左右的增长,在中国市场你可以看到至少6家来自我们这的葡萄酒品牌,比如米奥罗酒庄,他们在中国已经开了7家分店。我们在中国的发

金徽酒的变与不变

坚实的市场基础。

不变:注重品质 以人为本

产品质量是金徽酒的生命线。作为长江名酒长廊最深处的一杯美酒,多年来,金徽酒遵循“原生态 高品质”定位基础,不同产品采取差异化的营销策略,定位不同的消费群体,投入大量精力构建金徽酒品牌识别体系,不断优化产品品质、终端渠道、消费者体验。

董事长周志刚认为,金徽酒的发展经历是集聚人才、培养人才、成就人才的过程,对企业而言,最重要的是人才。“经常有人问我金徽酒发展有什么秘密,我觉得并不复杂,企

展是最快的,这里不仅市场开放,而且对于葡萄酒的消费观正在迅速形成。”

迭戈所提到了米奥罗酒庄很好地反映了巴西葡萄酒在中国的发展状况。米奥罗酒庄是最早进入中国市场的巴西酒庄之一。目前,他们在上海、广州、三亚等地都有分店。对于中国市场,已经学会说“干杯”一词的米奥罗酒庄出口部门经理安德松·蒂洛尼谈了自己的一些看法,他认为中国人对于红酒的消费才刚刚兴起,这个人口基数庞大的市场蕴藏着巨大的潜力。他说,“这里的消费者对于红酒的消费观正在形成中。我们在中国的客户主要分为两类:一种是不太了解红酒的,一般他们会选择我们最便宜的一种产品。另一种是对红酒有了一定的了解,已经会根据自己的口味选择一些高品质的红酒。这里人口众多,红酒消费又刚刚兴起,潜力很大,我们把中国看作最主要的海外市场之一。”

蒂洛尼所言不虚,对于中国市场,他们的确下了很大的功夫。米奥罗酒庄不仅在中国开设了多家分店,还“因地制宜”地在中国搞起了网店。而且蒂洛尼还表示,网上销售平台将会是他们今后重点发展的一个方向。他说“我们在线上销售的成绩非常好,除了我们的分销商有自己的网站可以让消费者购买米奥罗的产品,我们还在中国一家知名进口葡萄酒直购平台上放上了米奥罗的产品。我们知道网上销售的手段在中国是很重要的。中国人很喜欢网购,所以我们在这方面下了大功夫。”

未来:立足甘肃 发展西北

在12月20日的媒体活动现场,公司董事长周志刚称,未来金徽酒将以“立足甘肃、发展西北、强强联合”为思路,不仅在西北继

算卖得最好的。据他介绍,这几年,陆续也有一些青春小酒进入超市,但销量平淡,无奈退出货架。

江小白带有明显的互联网营销基因。在京东、天猫、苏宁等电商平台,江小白从用户评论数量看,高达十多万,好评率也很高。不过,活在江小白的阴影下,其他青春小酒就没那么幸运了,评论数量仅有几十条。

根据白酒分析师蔡学飞的观察,除江小白外,其他品牌的青春小酒确实销售状况平平,“这跟互联网营销的‘头部’效应有关,大部分消费者只认第一名。”此外,这也反映出青春小酒市场同质化竞争的事实,大家都跟着玩创意营销,噱头太多了,消费者总有看腻的时候。

白酒年轻化 市场仍有限

不像“60后”“70后”对白酒需求这么旺,“80后”“90后”对白酒是能不喝就不喝。“说这样会导致白酒消费断层,可能有些夸张。”蔡学飞认为,白酒具有明显的社交属性,目前“80后”“90后”虽然已是消费主力,但这方面的需求还不可见,未来随着这些人的社交需求逐步释放,为社交而喝酒恐怕也难以避免。

“但总体上还是有巨大的危机,不乐观。”他解释说,对于沿海省份的年轻群体观察发现,现在葡萄酒对白酒的替代作用已很明显。从白酒未来发展来说,年轻消费者能否随着年龄增长,而改变对白酒的态度,仍难以确定。因此让年轻消费者接触白酒,仍是当前迫切的一步。

但白酒年轻化之路,并不意味着只靠营销这一条腿走路。一则是这块市场有些狭窄,消费者频次低、用量少,市场规模有限。“而且从长远看,还要从技术上突破,让白酒做到入口舒服、降低不适感。”蔡学飞认为,白酒的健康化、低度化,这方面的努力可能更为重要。此外,渠道创新方面,传统白酒也要适应年轻消费群体的网购习惯。

酒直购平台上放上了米奥罗的产品。我们知道网上销售的手段在中国是很重要的。中国人很喜欢网购,所以我们在这方面下了大功夫。”

虽然米奥罗在中国的发展很不错,但蒂洛尼也谈到了自己的隐忧。他认为,巴西葡萄酒的最大优势是性价比,但相较于葡萄酒进口“零关税”的邻国智利,巴西葡萄酒现阶段在中国市场上并无很大优势可言。他说,“我们现在最大的问题就是价格,我们的酒从这出厂的时候价格是很有竞争力的。但智利和中国在葡萄酒贸易上有零关税协定,而我们没有,这让我们的产品到中国以后就变得贵了好多。不过我相信这个问题会得到解决,中国市场对葡萄酒的需求很大,我相信巴西葡萄酒在中国的未来发展前景应该不错。”

作为葡萄酒业界最高水准的国际性展会,在今年举办的上海国际葡萄酒与烈酒贸易展览会上,我们发现了越来越多巴西参展商的身影。相信随着中巴经贸往来不断深化,巴西葡萄酒在中国市场上一定可以大有作为。去年底,作为巴西葡萄酒行业“龙头老大”的欧若拉酒庄完成了一笔面向中国总量高达216万桶的葡萄酒出口协议,一举打破了巴西葡萄酒行业的单笔出口记录,这或许就是这一趋势的力证。

续实现可持续增长的目标,而且展望全国市场,把金徽“打造成为大型企业集团”。

首先,金徽酒要立足甘肃、发展西北,实现可持续增长。周志刚对此给出的解释是,金徽酒去年在甘肃省内的销售额是12亿,占有率不足25%,因此省内提升空间还很大;就西北市场而言,未来达到50亿的销售额会让金徽进入白酒第二梯队,所以西北的市场空间也很大,金徽酒将一步一个脚印地按照这个目标发展下去。

其次,公司还将利用金徽酒在资本市场的优势,在全国寻找可以联合的优质标的,通过强强联合,把金徽酒真正做强做大。第三则是公司未来将以白酒业务为主,利用白酒的现金流优势,开发相关业务,把金徽酒打造成大型企业集团,给股东和社会很好的回报。

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

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@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.sczfjy.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
贴牌代加
工业务。
财富热线:4008842899
加盟专线:15881033359