

春糖出新招 福喜喜迎门

■ 黄月 王昔

阳春三月,美酒飘香,2019春季全国成都糖酒交易会将于本月在“天府之国”成都拉开帷幕。

有着中国食品行业“晴雨表”之称的全国两季糖酒会,历来受到各地酒商的重视。作为根植于锦城水土的“东道主”五粮液股份福喜迎门酒,自然厉兵秣马,以酒会友,希望为全国各地酒商朋友带来一场视觉与味觉并重的“福喜”盛宴。

今年五粮液股份福喜迎门系列酒祝君鸿运高照、祝君喜庆连连等酒品在历届糖酒会五粮液产品大转盘上集中展示。

福喜迎门酒,根植于祖国六十载华诞的美好寓意、立足于人民群众对美好祝福的需求,出生显贵,美酒流长。其甘醇浓厚的酒味、“好酒不贵,大众消费”的宗旨历来受到市场的认可,成为消费者心中的名品、民酒。

上市十年来,福喜迎门酒载誉连连、成绩斐然,先后获得:“感恩中国 2018 最具影响力品牌”、“改革开放 40 年-中国酒业风云品牌”、“2018 投资价值品牌”、“最具影响力品牌”、“正版正货”示范企业、“2017 中国酒类行业品牌十强”、“中国名特优品牌”、“优质产品金奖”、“2016 年度最受消费者喜爱品牌”、“中国十大喜酒明星产品”、“最受消费者喜爱的中国名酒大众酒”、“中国名酒大众酒·成长榜样”、“2014 年度中国酒业诚信企业”、“2013 中国最具责任心企业”、“2012 年度中国白酒十大品牌运营商”、“2011 年度全国最佳企业营销奖”、“2010 年度全国酒类优秀营销商”等荣誉。

本届糖酒会,除了展示福喜迎门酒,诚邀全国各地加盟商之外,福喜迎门酒业还将重磅推出联手贵州茅台集团白金酒战略合作的又一主打产品——万福迎门酒。福喜迎门+万福迎门,双福同现,传递不一样的祝福,展示酒业浓香、酱香双重商机,呈现名门精英、美酒华彩!

茅台集团白金酒公司万福迎门酒作为福喜迎门酒业与茅台集团白金酒公司珠联璧合、强强联手重磅推出的酒中新秀,始于2018年,在一年多的用心经营、口碑发酵下,该产品的经营已初具规模。

在产品的定位上,万福迎门酒定位茅台酱香能够满满足婚喜宴酒市场多方面需求,弥补福喜迎门酒单纯单一浓香的不足。最为关键的是,万福迎门酒借助福喜迎门酒业较为成熟的运营体系和庞大的经销系统,集合传统渠道、电商、定制、社区、团购等多种营销手段和方式,全方位展开市场拓销工作。

万福迎门酒具有豪华与亲民的双重特征,无论“国酒”茅台的高贵典雅的传世美名,还是福喜迎门酒创下的十年硕果、亲民美誉,都能在万福迎门酒系列产品中得到继承和发扬。“桃李不言,下自成蹊”,三四百元的酒价,消费者能够收获国酒优良品质、福喜祝愿,为婚喜宴增添万千光彩,这也无愧福喜迎门爱心企业之美称!

2019年1月,万福迎门酒一鸣惊人,在“2019 欢乐中国春节联欢晚会暨感恩中国年度人物颁奖”活动中被授予“最具影响力品牌”的荣誉证书。这一荣誉,是对酒中新秀万福迎门酒的褒奖及有力支持!为了感谢社会各界对于万福迎门酒的信任和青睐,万福迎门酒必将服务好三月糖酒会,展现新秀风采!



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

“酱酒二哥”郎酒坐稳了吗?

■ 杨孟涵

行业调整期让郎酒一度在百亿之下徘徊数年,2018年的高速增长,尤其是在酱酒领域的业绩,终于让郎酒再度取得“百亿俱乐部”的入场券。

这让郎酒产生了更大的雄心,通过强化酱酒产能、控制销量、提高产品结构,以获得更大的收益和行业地位,成为茅台之外毫无争议的“酱酒二哥”。

想要在一个细分领域夺得“亚军”殊为不易,实际上,目前已经有诸多业界大佬开始在酱酒领域落子布局,而增势惊人的习酒,也在酱酒品牌定位、体量等诸多方面拥有与郎酒旗鼓相当的实力。

郎酒新战略目标发布

2月24日举行的“2019年度青花郎全国经销商大会”上,郎酒集团董事长汪俊林发布了郎酒的新战略目标。

未来五到十年内,郎酒要达到三个战略目标:一、占领白酒行业重要地位;二、与赤水河产区对岸的茅台共同引领高端酱酒的发展,并突出有别于茅台的特色;三、根植于郎酒酱香原产地泸州古蔺二郎镇,打造一个白酒爱好者的圣地、世界级的庄园——郎酒庄。

对酱酒的重点关注,来源于“中国两大酱香白酒之一”的定位,来自于2018年度90%的增长率。

2018年度,郎酒发力高端酱酒领域,一方面,围绕青花郎品牌故事持续输出,提升品牌高度、美誉度和消费氛围;另一方面,强化品质体验,加速全国市场布局,壮大商家规模。郎酒股份有限公司副总经理兼销售公司总经理梅刚表示,2018年郎酒销售体系建设有了长足发展,销售规模重回百亿阵营,青花郎、红花郎品牌影响力和市场热度有较大幅度提升。

据悉,目前郎酒的酱酒产品包括青花郎、红花郎(10)、红花郎(15),以及2018年推出的红钻、香香藏品系列。郎酒青花郎事业部总经理胡红称,2018年,郎酒的酱酒产品销售同比增长2017年增长90%。其中,在中原、华东、两广、华北、西北、华南六大区域,实现了超过100%的增幅。在郎酒的现有酱酒产品体系中,青花郎、红花郎为覆盖面最广的产品。

汪俊林表示,未来郎酒将保持政策稳定,保持价格稳定,保障量价齐升。对此,梅刚称,只有商家、渠道保持稳定合理的利润,品牌才能获得稳定的市场推力。郎酒销售工作将权衡量、价、利、费的关系,逐步形成价格带的主动正反馈。胡红称,郎酒将以品鉴推广为主,辅助现场体验,突出青花郎的稀缺性,引导消



费者对老酒存储年份及品质认知,拓展商家和联盟商新的消费群体;红花郎将以宴席为抓手,稳定延续政策,强化推广深度与广度。

年销万吨定位高端

为了保持酱酒的竞争力、提高产品档次,郎酒推出了多重举措。

汪俊林表示,郎酒将同步推进两大战略完成目标:一方面,郎酒将强化青花郎、红花郎为核心的标准产品销售体系,在全国稳步推进;另一方面,打造郎酒庄园体系,聚焦高端个性化私人定制及储存。郎酒规划,未来5年计划投资100亿元,建设庄园和产能,力争在2020年,基本形成接待能力。

郎酒庄园致力于文旅融合,根据规划,郎酒庄园根植于酱香原产地泸州古蔺二郎镇,定位为一个中国特色白酒小镇、世界级的庄园、白酒爱好者的圣地。据悉,郎酒庄园集参观、度假、品酒以及销售等功能为一体。未来,郎酒庄园将呈现郎酒酱酒五大生态酿酒区,千忆回香谷(市值千亿元的高山储酒峡谷),十里香广场(储酒4万吨的露天储酒库),问天台(庄园最佳景观点),金樽堡(拥有万只储酒陶坛的庄园标志性建筑),天宝洞休闲度假酒店以及洞仙别院(全球规模最大的天然藏酒洞群——天宝洞、地宝洞、仁和洞)。

很显然,借助于郎酒庄园的打造,未来郎酒部分酱香产品将走类似于“酒庄酒”路线,向着高端化推进。

除了酒庄酒的概念加持之外,年份老酒也成为提高产品定位的重要手段。据称,郎酒将逐步树立瓶储年份酒分类定价机制,提升库存青花郎系列年份老酒价值。郎酒将对厂库存年份老酒分年份执行不同销售价格;鼓励商家逐年封存部分年份酱酒,产品后进先出;广泛宣传、培育终端用户存酱香郎酒习

惯,存新酒喝老酒。

与此同时,郎酒针对高净值客户,推出高端个性化私人定制及储存,即奢香藏品系列产品。

产能、储能也成为郎酒提升酱酒身价的重要指标——目前,郎酒酱酒年产能3万吨,老酒储存13万吨。青花郎基酒已达到7年以上,未来5~10年,郎酒将年产5万吨酱酒,力争储存量达30万吨。

此外,郎酒还将实施控量策略,以稀缺性提升产品价值。根据汪俊林的说法,郎酒要以品质为基石,控制酱酒投放量,突出青花郎稀缺性,强化酒体存储年份的推广。2019年,所有酱酒年销量要控制在1万吨内,再从2020年开始,逐年增长2000吨。

习酒成“酱香二哥”挑战者

尽管郎酒保持了较高增速且重返百亿阵营,但在酱酒领域,仍有挑战者紧随左右。拥有庞大体量的习酒,已经成为其夺取“中国两大酱香品牌”位置的劲敌。

尽管隶属茅台集团旗下,但习酒品牌自成一套,同样以酱香见长,在酱酒类产品定位与体量上与郎酒旗鼓相当。

在郎酒的现有酱酒产品体系中,青花郎、红花郎为覆盖面最广的产品。对郎酒而言,青花郎定位高端、红花郎定位次高端是既定战略。汪俊林曾在青花郎新战略发布会上公开宣布“对标茅台”,将青花郎重新定位为“中国两大酱香型白酒之一”。

针对飞天茅台一路飙升、酱香酒市场趋热的状况,汪俊林明确表示,要将青花郎成交价稳定在1000元以上。

为此,在2018年初,郎酒以酱香酒为核心,曾进行过一次整体提价:在核心终端与渠道上,53度500ml红花郎(10年)为458元,53度500ml红花郎(15年)为698元,53

椰岛酒业在郑州举办新财富说明会

■ 岳晓晔

日前,以“领创健康酒 豫见新风口”为主题的椰岛酒业健康中国行暨新财富商机说明会在河南省郑州市隆重举行,在谈到椰岛酒业在河南的市场营销时,马金全强调,资本+实体+互联一体化模式,是未来椰岛发展的总布局,利用资本的优势撬动产品溢价;利用椰岛上市公司的资本优势,通过线下并购、实体企业在二级市场版块上市,成为上市公司的互补企业,实现公司资本溢价和全面提升。

3月9日,以“领创健康酒 豫见新风口”为主题的椰岛酒业健康中国行暨新财富商机说明会在河南省郑州市隆重举行,河南省酒业协会会长熊玉亮、湖北知乐科技有限公司董事长汪海涵、河南金辉酒业有限公司董事长池金清及全省各地200多名经销商共同分享了椰岛酒业的财富盛宴。

河南省酒业协会会长熊玉亮在致辞中表示,随着人们生活水平的不断提高,健康酒的需求也不断增加。目前,我国保健酒生产厂家达538家,保健酒的市场份额每年保持两位数的增长速度。2018年,我国保健酒市场份额达300多亿元,2020年,有望达到1000亿元。熊玉亮会长对椰岛酒业进军河南市场十



分看好,他希望椰岛酒业要加强对消费者的引导和教育,建议在河南建立椰岛酒体验馆,加强椰岛品牌及健康酒文化传播,让更多的消费者享受到椰岛产品的健康红利。海南椰岛酒业发展有限公司董事长马金全分别从健康酒的发展趋势、产品品质、营销模式等方面对椰岛产品进驻中原市场,充满了信心。马金全说,每位经销商要有把握发展趋势的战略眼光,当所有的趋势变为明朗时,这个时代已经不在属于我们。未来的椰岛将打造大健康产业,契合了国家未来产业的发展。



在谈到椰岛酒业在河南的市场营销时,马金全强调,资本+实体+互联一体化模式,是未来椰岛发展的总布局,利用资本的优势撬动产品溢价;利用椰岛上市公司的资本优势,通过线下并购、实体企业在二级市场版块上市,成为上市公司的互补企业,实现公司资本溢价和全面提升。椰岛酒业将整合更丰富的市场资源、金融资本资源,强力把控渠道,为经销商构建专业的、可持续的、最具影响力的渠道资源体系。

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:四川省平乐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:四川省平乐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、水果酒及贴牌代工业务。
财富热线:4008842899
加盟专线:15881033359