

# 柔和酱香茅台醇,不能错过的酱酒品牌

## 茅台醇品牌发展峰会(贵阳酒博会站)盛情召开



●茅台技术开发公司领导和与会嘉宾合影留念

■本报记者 樊瑛 张建忠

“酱酒新势能 品牌新强音”,9月9日第十届中国(贵州)国际酒类博览会开启的第一天,柔和酱香茅台醇在酒博会发出品牌新强音。一场以“酿秋成酒 醉美柔和”为主题的茅台醇品牌发展峰会(贵阳酒博会站)在贵阳盛情召开,酒文化韵味十足的会场环境和布置引人注目。借这次难得的机会,全国各地赴约而来的经销商静心清润着茅台醇文化,同时近距离与贵州茅台酒厂集团技术开发公司高管团队真诚沟通,共谋茅台醇大单品的市场发展大计。茅台集团领导、行业协会领导、重要嘉宾、茅台醇经销商代表、新闻媒体记者等150余人出席峰会。

### 酒博会发声——

集团领导站台点赞技开公司率先推出柔和酱香型白酒,丰富品种、提升品质、做强品牌;现场专家观点称,今天的茅台醇已不是昨天的茅台醇。

作为茅台集团重要子公司之一,贵州茅台酒厂集团技术开发公司(以下简称技开公司)成立于1992年,在1998年推出茅台醇品牌,发起并开创柔和酱香新技术,制定了中国柔和酱香标准,受到业内和消费者关注,被业内寄予厚望的柔和酱香茅台醇,正乘着酱酒热的东风开始发力市场。

“上半年来,技开公司全力补短板、强弱项、固根基,不断推进供给侧结构性改革,为高质量发展积蓄动能。”茅台集团党委委员、副总经理杨代永亲临峰会现场站台,点赞技开公司率先推出柔和酱香型白酒,丰富品种、提升品质、做强品牌,让贵州绿水青山创造了更多金山银山。

谈及茅台醇下一步发展,杨代永提到了5个关键词:提质增效、品牌形象、转型升级、营销市场和品牌故事。“技开公司要讲好故事,让消费者购买茅台醇有理由有故事。”杨代永说。

值得一提的是,茅台醇品牌发展峰会贵阳站恰逢第十届酒博会。十年沉淀,酒博会已成为全球酒行业文化的盛会、美酒的盛宴、合作的盛典,2015年起连续被评为中国十佳品牌展会项目,是中国首个通过国际展览业协会认证的酒类专业展会。茅台醇在此平台发声更具传播效应。

此次峰会是技开公司全国性开展的茅台醇品牌发展峰会的第三站,有别于郑州和西安站,此次回到贵州酱酒大本营,不仅有集团公司领导站台释放利好,论坛话题也从行业趋势、营销布局延展为提质增效、品牌文化。现场有专家观点称,今天的茅台醇已不是昨天的茅台醇。

### 聚集新势能——

四大基建项目夯基、乘势,强力推动“爬坡换挡”关键期的技开公司厚积薄发,行稳致远。

据介绍,技开公司在近28年的发展历程里,在集团公司的领导下,经过几代全体员工

一步一个脚印的努力,已逐渐发展成为涉及白酒生产销售、纸质包装印务、酒瓶制造、金融投资等产业的子集团。

“十三五”以来,技开公司在白酒产业上,结合自身实际,在优化产品结构、提升产品质量、塑造品牌形象、打造核心产品上做了大量的工作。茅台醇作为技开公司重点培育的核心战略品牌,“十四五”要迈上更高的发展阶段,力争成为集团下一个重要的品牌。

近两年来,在集团公司战略指引下,夯基固本,加快产品结构调整,加速产业结构优化升级,转型发展初见成效,为高质量发展积蓄动能。

“在技开公司‘爬坡换挡’关键期,举行‘茅台醇品牌发展峰会(贵阳酒博会站)’是公司全面瘦身、规范初显成效后的品牌发展重要举措,对茅台醇的可持续发展具有里程碑式的意义。”茅台集团公司总经理助理、技开公司党委书记、董事长杨凤祥称,“同时,此次会议也是夯基、乘势的会议”,并特别在峰会上介绍了技开公司的当前战略,就是夯基、乘势的四大基建项目正在紧锣密鼓运筹、建设中。

这四大基建项目其中两个项目是2019

升级换代项目,除了对茅台集团的战略支撑,同时也满足了技开公司所有产品包材的需求。

“新增3万吨基酒酿造基地”建成后,在仁怀本地,是除茅台集团以外的最大基酒酿造基地。

“集仓储、包装一体化的项目”建成后,将对技开公司酿酒、包装起到重要的战略保障。

杨凤祥表示,“将以此次峰会为起点,继续围绕把茅台醇做成白酒行业具有一定影响力的目标,多做打基础利长远的工作,以良好的口碑、优秀的业绩向集团公司、向社会、向关心技开公司发展的各位交出一份合格的、出色的答卷!”

### 发出新强音——

质量、文化打基础,近来有点热的柔和酱香茅台醇瞄准中高端,以创新为引领,以“笨功夫”做实事、做成事。

当前,消费升级、健康绿色和零售改革是引领白酒行业未来发展的三大趋势。柔和酱

身、规范、改革”十字方针和“五个坚定不移”重要指示。“其中对技开公司最重要的就是两个词,瘦身和规范。”冯钺透露,今年技开公司将通过“瘦身”后把产品线理顺,一定要给消费者消费茅台醇的理由,不仅有故事和文化,更要质量。

这个观点得到了遵义市酒业协会、仁怀市酒业协会副会长吕玉华的认同。他说,一款酒推向全国全世界,首先要把住质量关,这是一个企业的生命线,质量不行,其他不行。茅台醇从香味、入口感觉、回味悠长来说,都是非常棒的一款酒。“我们要把质量和稳定做下去,未来的上百亿应该是不难做的事。”

“我们酱香酒核心产区,真正匠人匠心的精髓还没有提炼出来,所以除了要抓住质量,文化一定要做。”吕玉华希望茅台醇一直守住底线,未来发展是不可估量的。

贵州三点贸易有限公司董事长吕维也认为,做贵阳市场要做好茅台醇文化传播,把茅台醇文化融入到产品中,与场景需求匹配。

峰会上,当被问及近1个月来为什么茅台醇热时,冯钺回答说,今年是技开公司管理提升年,近1个月茅台醇热,是因为基础工作

热聚集新势能,在业内人士看来,技开公司借助酒博会这个国际酒类平台,向外界传递了“夯基固本、讲好故事”的清晰声音,质量和文化也将成为茅台醇向全国品牌迈进的根本发力点。

### 品牌新重塑——

“瘦身规范”、“三品工程”后,茅台醇吨酒价格已提升65.88%,焕然一新的柔和酱香茅台醇不能错过!

技开公司党委委员、副总经理钟雨称,告别杂乱化、低端化、无序化的乱象后,如今的茅台醇已焕然一新,尤其是推行品牌瘦身和提品质、树品牌、塑品味“三品工程”后,截至8月茅台醇吨酒价格已提升65.88%。

“今年开始,低端浓香产品一滴也没有,还去掉了低端酱香。”钟雨称,茅台醇现在只聚焦中高端,致力于成为大单品。峰会上技开公司透露,1992、2008年茅台醇升级后,与茅台醇天青,成为了一些知名企业的指定用酒。正因如此,仅4个月时间,茅台醇通过小型品鉴吸引了61家优商加盟,其中西安有一家经销商仅仅3个月,就向茅台醇提货2000多万。此外,茅台醇星座酒也收到了13个发达国家和地区的订单,“今年的销售额一定会超越去年。”

从河南赶赴而来的河南省茅五剑贸易董事长、资深酒类经销商熊振是茅台醇的拥趸,现场分享了成为茅台醇经销商的心路历程,并表示,今年已经快速组建团队,要把茅台醇河南市场做好。

让熊振印象深刻的是,茅台醇是真正走市场做文化传播和产品建设,“茅台醇品牌发展郑州峰会不到一个月,从我家到公司的路段有4个店面都陈列了茅台醇,我就奇怪,一场活动下来,大家都敢进货,所以我相信经销商都知道品牌的力量。”

熊振还风趣地说,经销商选择品牌,就像谈恋爱,心动就要行动,不要犹豫,以免错失进入的大好良机,现在就是成为茅台醇经销商的大好时机。

据悉,尽管今年受疫情影响,河南省茅五剑贸易的茅台醇销售额却同比增长了37%,今年还新增总代两款茅台醇新品——红醅和金樽。另外,从此次峰会上还得知,已经有茅台醇大经销商盈利了好几百万的利润。

“技开的经销商都是商界精英和翘楚,他们选择我们,一定是看好我们的未来。现在的茅台醇,还虚位以待,未来可能席位不在。”

北京正一堂战略机构董事长杨光称,茅台醇在茅台未来世界有限数量的大单品中,是为数不多的具备50亿元以上大单品基因的



●论坛现场



●论坛现场



●讲解茅台醇的酱香美学



●会议现场



●酒文化韵味十足的会场外景



●柔和酱香茅台醇

年12月24日茅台集团集中开工12个重大项目中的两个,分别是“贵定15.3万吨/年玻璃瓶厂建设项目”和位于仁怀怀厂经济开发区的“申仁印务包装公司二期集群配套生产改扩建项目”,这两个项目属于茅台集团战略布局的上下游板块;另外两个项目是新增3万吨基酒酿造基地和集仓储、包装一体化的项目,这两个项目技开公司必须在“十四五”期间建成。

据介绍,“贵定15.3万吨/年玻璃瓶厂建设项目”是目前中国最大的电熔炉玻璃瓶厂,明年将向“七一”献礼;建成后,将对技开公司所有产品生产给予强大保障;

“申仁印务包装公司二期集群配套生产改扩建项目”是一个大智能、大数据、智能化的

香茅台醇一直坚持走创新发展之路,柔和酱香“新技术”是传承传统酱香酿造工艺基础上的创新工艺,其柔和的口感受到消费者喜爱;同时,不断探索“新产品”、“新思路”,积极尝试“新模式”,研发推出了星座酒和跨界合作的国米系列酒、传统文创产品“茅台醇·雅韵天青”等时尚单品,其时尚化、潮流化产品内涵,可以满足更多消费群体个性化需求。

“2019年酱酒产量占我国白酒产能比7%左右,7%以外品类的中高端消费群体,是茅台醇未来发展的一片蓝海。”技开公司党委副书记、总经理冯钺认为,“茅台醇目标消费群体,已定为非传统酱香消费者的中高端人群”。

据悉,技开公司将围绕“定位、定向、瘦

做得差不多了,应该做市场培育工作了。因此最近我们市场活动增多,我们将加强消费者培育、样板市场打造,做大做强,完善经销商;我们在选择优秀经销商加入的同时,也要控制经销商总数;未来一到两年,要打造2-3个样板市场;此外还要与高端消费者互动,让他们通过品鉴了解茅台醇的变化。继续夯实质量,做好文化、讲好茅台醇故事,抓好基础工作建设,让茅台醇行稳致远。

在冯钺看来,要以“笨功夫”做实事,厚积才能薄发,夯基、谋势、蓄势、乘势,必成势,要在集团大气象下努力构建技开小气候,即讲质量、讲品牌、讲文化、讲市场、讲维护消费者。

在酱酒发源地和主产区,如何乘势酱酒

品牌。贵州食品工程职业学院院长、著名白酒专家吴天祥说,贵州现在已启动第二批千亿工程,茅台醇乘酱香高质量发展的势,品质有了大幅提升,还不断夯实基础,作为经销商的朋友,不要错过茅台醇这次好机会。

吴天祥称,技开公司一定要讲好茅台醇的故事,一定要表达清楚今天的茅台醇不是昨天的茅台醇,已经是一个新品类、高品质的柔和酱香。

在不断奋进开拓的发展道路上,技开公司将坚持创新发展路径,以优化产品结构为基础,提升品牌的知名度和企业的美誉度,坚定信心,走质量效益发展之路,为助推地方经济社会发展作出新的更大的贡献。