

# 泸州老窖特曲60版何以扛旗“品类第一品牌”？



■ 李森

这是一支产品催生一个品类的精彩故事。2014年,泸州老窖特曲60版(以下简称特曲60版)在行业深度调整期里诞生,它是泸州老窖应对当时政策环境与市场变幻的“奇招”,很快成为酒业集体承压阶段里,极具话题度的现象级产品。2017年底,泸州老窖成立品牌复兴小组,泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘淼任组长;党委副书记、总经理林峰任副组长,正式确立泸州老窖特曲60版为泸州老窖品牌复兴“旗帜产品”,正式拉开品牌复兴序幕。或许当时没有人意识到,就是这样一款“无心插柳”的产品,日后竟能成为深度影响行业并催生一支全新品类的开拓者。正因为特曲60版,“复刻”一词被写入酒业史书,成为一个独立分支的关键词。

下面我们就从三大关键词与三大优势点入手,来呈现特曲60版这支品类王者的蜕变与坚守。

## 三大关键词:情怀、名酒、故事

所谓复刻产品,是指企业复制自己曾经推出过的,具有集体记忆、市场规模或口碑满足的产品,它既是被复制产品外形与气质的再现,更是对经典的致敬与升级。从形象与价值内核上来说,复刻产品是一种精确“再现”;但从定位与营销层面来看,复刻产品又是一次全面的创新与超越。

**情怀即市场。**从特曲60版(包括特曲80版)的上市就能够看出,作为对当时政策环境的积极应对,泸州老窖选择在消费者中有着深刻记忆的“工农牌特曲”来进行复刻,使得特曲60版能够很快进入市场,极大降低了新产品与消费者的沟通过程。

而我们之所以能够将特曲60版视为“品类第一品牌”,除了是泸州老窖在时间上最早开辟复刻类产品的运营与深耕外,最重要的

原因便是在白酒行业中率先探析到复刻产品的核心价值,并逐步上升到战略层面。

其实在其他领域,“情怀”所呈现的价值与市场潜力已经被充分挖掘,例如近年来常见的复刻服饰与球鞋、重制版游戏、重制版电影、复刻手表等等。正如之前火遍世界的韩国电视剧《鱿鱼游戏》中的那件复古外套,又再次引发了国人的情怀记忆并点燃了商家的复刻热情。

在特曲60版身上,从消费者早期自发式的传播与推介就能够看出,快速形成口碑与放量的关键,还是产品所蕴含的情怀价值被快速激活。“老县长”“购酒票”等曾经关于这支产品的品质与稀缺记忆被持续唤醒,圈层用户得到迅速扩容。

白酒作为深刻影响与贯穿中国人生活的物质精神双重消费品,天生具有情怀价值,特别是漫长的历史发展进程中,曾诞生了众多具有全国或地方影响力的经典产品。泸州老窖依托特曲60版带给行业的思考与范例价值,首先便是率先全面探索并落地情怀背后的持续培育价值,让一度退出历史舞台的产品重获生机,并为当前企业的战略突进提供巨大助力。

**名酒无价。**特曲60版之所以能够让消费者买单,并充分理解其当前的价格定位与价值属性,除了上述提到的记忆唤醒与情怀共鸣外,根本原因还是消费者对于泸州老窖中国名酒价值的认可,这也使得它成为当前泸州老窖品牌复兴战略的重要力量。

中国白酒的发展历程中,泸州老窖自然是极为重要的存在,特别在新中国成立后的几十年里,泸州老窖更是成为中国浓香白酒全面发展、全面成长的动力引擎。《泸州老窖大曲酒》、“酒业黄埔军校”与三大试点单位之一等历史印记,便是对“浓香正宗”与“浓香鼻祖”的最佳诠释。

工农牌特曲作为承载几代人记忆的经典产品,自然是泸州老窖中国名酒身份与品质

认知的重要载体,从领袖对它的喜爱到行业圈广为流传的“老县长”标签,都成为特曲60版复刻上市后迅速撬开市场的“推荐信”。

据了解,如今品相完好的工农牌特曲,在拍卖行和收藏家那里动辄就是数十万元的天价,如此价格对照下,特曲60版能够获得价值升级的基础。今年3月,泸州老窖怀旧酒类营销有限公司还发布了《关于特曲60版52度常规装实施年份化定价的通知》,正式启动以包装生产日期为依据,对52度泸州老窖特曲60版常规装实施年份定价的政策。

瓶贮年份酒资源日益稀缺的背后,无疑是特曲60版一直以来进行配额管控,并保持渠道健康与可持续发展的重要印证,也是泸州老窖作为中国名酒所拥有的价值厚度和充分溢价权的再次体现。

**故事里的口碑效应。**作为特曲60版脱颖而出的重要力量,口碑效应功不可没,这似乎也给后来的复刻产品们提供了最佳借鉴的模板。回顾特曲60版上市后的三年,产品最初的品质宣传与产品推广主力并非泸州老窖官方,而是来自泸州地区以及随后川渝区域的白酒资深消费者。

被消费者喝出来或者捧出来的白酒产品,自然具有持续成长的生命力。

“神秘感”是特曲60版诞生最初几年的显著特征,因为没有太多官方表述,关于产品诞生背景与酒体构成的猜测,成为推动品牌持续升温的利器,这此基础上演绎出的丰富故事与酒桌趣谈,也让这款从历史中走来的产品更具差异化与辨识度。

特曲60版正是把“品质、简约、怀旧”的故事讲好了,于是成就了一门大生意,至今网上仍有大量讨论特曲60版酒体与品质风味的文章,并且是来自自消费者的一线测评。这是后来很多白酒复刻产品致力于挖掘甚至创造的要点,但特曲60版看似简单的消费者逻辑背后,却离不开天时地利与人和,这也是其成长路径难以复制的关键。

## 三大优势点

### 坚守定力、战术配套、持续创新

当我们充分认识了特曲60版成长阶段里的三个关键词,便能够真正理解其扛起“中国名酒复刻品类第一品牌”大旗的底气与自信。同时,特曲60版在品牌管理及市场运作中所呈现的三大优势,更是其敢于亮出如此定位的根本。

**坚守定力、高效调整。**在经历了最初二三年的口碑积累期后,特曲60版很快进入战略级运营阶段,并且继续保持着在品牌缔造与市场扩展的上的探索与发力,愈发成为中国白酒次高端阵营中不可忽视的力量,同时其在泸州老窖产品矩阵中的地位也更为突出。

至始至终,特曲60版对自身价值都有着清晰定位,作为复刻类产品的基本属性与核心卖点,并没有因为市场规模与战略使命的升级而改变,并且保持着健康高效的发展策略。

特别在市场层面,为了保持自身在次高端领域的竞争优势,怀旧公司实时根据市场态势有序进行调整价格,坚定守住次高端核心价位带,并随时根据销售任务执行情况与经销商库存进行及时调控政策。也正是因为从上市之初便坚定推行线下团购与配额制,特曲60版才真正意义上成为泸州老窖在次高端领域的中坚力量,完成了从奇兵到王牌的蜕变。

**战术配套、有序推进。**最近几年是特曲60版高质量发展的关键阶段,怀旧公司连续推出战术动作,保证产品顺理应对当前更为复杂的竞争格局。

2018年,特曲60版开启全国化运作,正式进入超级单品培育阶段,开始从川渝基地市场有节奏的呈现点状复制与扩张;2019年,怀旧公司再次对团购模式进行升级,纳入城市合伙人与城市联盟体,对经销商实行优胜劣汰管理并强化优质资源的汇集,当年特曲60版正式跨入10亿级阵营;2020年,特曲60版专属品牌活动IP“礼宴”与消费者见面,一经推出便凭借创新表达与精彩的互动方式,成为行业热门IP。

**持续创新、标杆强化。**除品质外,品牌几乎是白酒最大的附加值所在,因此品牌文化创新是白酒创新非常重要的一个方向。特曲60版从最初的机会型产品成长为当前的战略级力量,离不开在消费者对接与品牌表达上的持续创新。因为作为品类的开创者与引领者,特曲60版一直担负着为名酒复刻品类开辟专属发展路径的重任。今年以来,特曲60版已经策动了新一轮的圈层深耕行动,也正以新的表现形式与互动内容与新老消费者见面,保持自身在复刻品类中的标杆认知,进一步巩固品牌地位。



## 北京酒味儿你知多少? 看一眼二锅头的前世今生

■ 酒评君

有酒友私信笔者,说被红星二锅头的广告灌了一口鸡汤。笔者也留意了一眼,广告不错。借着这口鸡汤,就和酒友们聊聊帝都白酒的代表——二锅头。

据传,康熙打猎归来,口渴难耐,就命随身的大监去找酒,这大监也就找了个近的酒坊选了一坛子酒给康熙送去了。康熙喝了这坛子酒,哎,对味儿,有感觉,喝到兴起,便让太监准备墨宝,为这小作坊题下匾额“源升号”。这一趣事,人人口耳相传,流传了下来。康熙大帝喝的是什么酒,能让他乘兴而起,挥毫泼墨,为一个小小的酒坊题下墨宝?这坛子酒就是二锅头。

二锅头属于蒸馏酒,源头可追溯到金朝侵入中原时。这女真人侵犯中原,定北京为“中都”,也带来了蒸馏器。到了清康熙年间,开酒馆的赵氏三兄弟烧酒时发现,烧制酒的质量不好把握,时好时坏,不是寡淡,就是浓烈呛人。经过他们多次技术实验,研究了一个酿酒的独家秘方,在蒸馏时,将用作冷却器的天锅内第一次放入凉水冷却而流出的“酒头”和第三次换入锡锅里的凉水冷却流出的“酒尾”,提出做其它处理,只取第二次换入锡锅里的凉水冷却流出的酒,这时口味最为香醇。因取第二道酒,北京人可谓形象的称之为“二锅头”,老北京称它为“二雷子”。从北京百姓间口耳相传的俗语“饺子就酒,越喝越有”,可以看出二锅头的受欢迎程度。

白酒有故事的,少之又少,能跟革命时期扯上关系更少有,北京的红星二锅头就是其中之一家。

建国初期,百废待兴,粮食都不够吃,更别说酿酒了,而且禁止私人酿酒,北京13家私人酒厂合并成国营酒厂,即红星。在这个时期,除了茅台还能保证有酿酒的粮食外,这红星二锅头就是其中之一。红星作为国企,接受了酿制献礼酒的政治任务。红星二锅头酒能够担此重任,不单单是因为作为一个国企存在,也可以看出二锅头酒,口感好,深受百姓喜爱。更有趣的是,周总理曾批下文件,要求红星二锅头酒不能涨价,可以看出党和周总理对人民的关心。

为什么二锅头酒会如此受欢迎,如此受欢迎的酒不会是取自第二锅这么简单,为何第二锅的酒那么好呢?这就得好好说道二锅头的工艺了。

每烧一锅酒,开始流出的酒叫“锅头”,这酒的浓度比较高,可达到75度以上,数量少,占总数的百分之十左右,而后浓度不断地下降,至25度左右断酒。后面流出的谓“酒梢子”。“酒梢子”不能喝,只有10几度。流至1.2度,蒸馏结束,所得“酒梢子”,回底锅随下次蒸馏回收,5度以下提炼食用酒精。循环往复,以至无穷。

烧酒的原料一般可以经过五到六次的发酵和上锅。除了原材料有小麦、高粱、玉米等等,还有辅料,如玉米糗、玉米核、麦麸子和米糠等。按一定的比例经过粉碎后加水,煮熟,再加入酵母,搅拌均匀后入窖发酵,一般要5天后酒醅出窖,这是第一锅。出酒后,要把蒸锅中的料取出,经过扬场,把这些料冷却、松散开,而后还要加入少量的新原料和酵母,搅拌均匀后再入窖发酵,这才完成一个班次的工作。5天后再取出用来烧酒,为第二锅,这时开始流出的酒才是真正的“二锅头”,其实就是“快曲”酒。

工艺讲究,品质自然好。由于二锅头酒的酒液清亮透明,香气芬芳,酒质醇厚,入口甘润、爽冽,酒力强劲,后劲绵长,回味悠长,加之价格亲民实惠,适用于很多场合,因此备受广大消费者的认可,二锅头品牌家族也日渐丰富。

因二锅头的物美价廉,有不法商家看到了有利可图,纷纷造假。以劣质散装白酒、农村自酿酒甚至是食用酒精勾兑而成,危害人的身心健康。在购买二锅头时,酒友们第一就需要注意标签背面的规整性,由于真品是机器加工,标签背面会有不规则横纹;第二,需要查看封口手感细腻无瑕疵以及是否严实,真久是密封严密的,第三就需要看是否防伪码,以及防伪码附带的防伪电话。

# 如何收藏和鉴别具有升值潜力的老酒？

现在,老酒价值已不菲,甚至已成为液体黄金奢侈品,在众多老酒中怎么才能少花钱而品尝到优质的老酒呢。目前来说,品相差的老酒比品相好的老酒要便宜不少,但是酒体品质一样,目前很多人追求全品收藏,一些品相不好的老酒价格涨幅不大。另外,还有一些地方名优老酒价值还未被重视,这也是初学者适当介入的俱佳时期。老酒收藏不是追高炒作,而是寻找老酒中的潜力品种,也是老酒爱好者必须要做的功课。

## 老酒收藏的基本原则

**一是要量力而行。**根据自己财力选择收藏品的档次。老酒也分高中低三档,喝品与藏品之分。高档老酒的价格是低档老酒的几十倍甚至几百倍。藏品价格比喝品也悬殊巨大。要根据财力设计自己的收藏达到一个什么样的档次。

**二是要循序渐进。**先从风险较小的中低档品种开始。少量渐进。待取得经验后再向高深发展。初入老酒收藏1-3年的爱好者,建议从3-10年酒龄的次新老酒和八九十年代的地方小品牌老酒开始。这两种老酒,价格都不昂贵,非常适合提高酒体品鉴与外观鉴别水平。次新老酒适合饮用与存放。而八九十年代的小品牌老酒虽然名气不如名酒,但外观体现的那个年代绝大多数老酒的包装水平与风格特点,能够经常上手此类老酒或者品尝把玩,可以迅速提高您对老酒整体的鉴别悟性。俗称基本功练习,也是必不可少的。

**三是要“以酒养酒”。**酒类收藏,特别是高档白酒的收藏,耗费财力。工薪阶层玩高档白酒往往会捉襟见肘。最好的方法是“以酒养酒”。即在购买藏品时,除留足收藏的部分外,再多购一部分作为投资收藏。等过一段时间价格上涨时,卖出富余的藏品。所得资金继续用于购买自己中意的藏品,滚雪球似的发展,越滚越大。对于广大中低收入藏友,特别适用。

如果有稳定经济来源,足够支撑收藏老酒资金支出的酒友。还是建议对囤积一些老



酒,中长线投资或者私藏不售。老酒面临枯竭的事实,已经非常明确,最近几年经历过的酒友都知道,老酒一直在加速上涨,很多品种翻倍上涨。站在饮用角度,多囤积一些酒质优良的老酒,尽量多增加一些老酒的品种,毕竟民间老酒存量加速度减少,能多囤积一些老酒是明智的选择。站在抗通胀实现财富增值角度,可以适当增加名酒数量,及孤品稀缺地方老酒的收藏数量。一些有资金庄家炒作的新酒,生肖酒等,适当少量收藏。

从这几年收藏圈内老酒的价格来看,总体上每年呈加速上升阶段。虽然经过2009-2011年的一波高涨以后,11-17年之间老酒价格趋于平缓,但是每年仍以10%——30%左右的幅度在上升。2018年开始,老酒价格呈现加速度式的增长。这与民间老酒存世量接近枯竭边缘及老酒饮用收藏价值被大众认可及消耗有直接关系。2021年,出现了很多优质老酒稀缺老酒,短时间内翻倍增长的现象,根本上来说,还是老酒存量已不多导致的资金

的共识。相信未来,存放老酒增值保值乃至大幅收益,会成共识。

但是,世界上没有永恒的“牛市”,老酒也一样。

记得2012年左右,由于资金炒作茅台过度,八十年代老茅台酒的价格迅速下跌,一度跌到每瓶9000元。经过低迷期后,直到最近几年陈年茅台再次创出新高。价格远远超过其他名优老酒。值得一提的是90年左右白标董酒,从2012年的不到千元,今年已涨到八九千元。这就是收藏老酒的魅力之一。

虽然现在陈年名酒已经步入上涨周期,但是一些地方老酒还在低谷徘徊。一瓶地方老酒价格不及一瓶豪华包装的同品牌新酒价格,时常发生。一瓶真正存放了几十年的原瓶老酒,卖不过一瓶几吨酒里滴入几滴老酒后变成所谓几十年陈的年份酒的价格。目前还有部分老酒与新酒出这种价格倒挂现象,反过来分析,这些不合理的现象,也正是明智的老酒收藏者的一种机遇。

## 初学者选择收藏品种时

### 应该把握的几个要点

**一是选择名牌。**目前收藏圈内比较认可的名牌是“17大名酒”(1989年第五届全国评酒会评出来的茅台、五粮液等17种金奖名酒)和“53优质酒”(1989年同时53种地方优质酒)。

除了这些国家级名酒,53优质酒。各省市评选出来的名优酒也在选择范围内,小区域的地方名酒。名酒的升值空间要大于普通酒。

**二是选择“次热品牌”。**所谓“次热品牌”是指一些具有升值潜力,目前还没被炒得太热,价格也不太高的品牌。如17大里面的汾酒,五粮液,剑南春等等。

**三是选择量小的品种。**“物以稀为贵”。由于各地区的生活习惯及消费水平不同,老酒存留下来的数量也不一样。有的量大,有的量小,有的几乎成为孤品。名酒一般老百姓都会细心保存,存世量比较大,而一些地方老酒,由于当年属于接地气的白酒品种,保存下来大多是偶然,存世量都少于名酒,孤品一般会出现在此类老酒之中。拍卖会上一瓶孤品级60年代的二锅头可以拍出天价,就是价值的体现。

如:沧州薯干白酒、浏阳河小曲、广东长乐烧、玉冰烧等等。八十年代以前存留下来的数量相当少。价格自然高涨,个别品种价格及收藏价值都超过同时期的茅台酒。

**四是选择年代久远的酒。**同等条件下,年代越久远越值钱。

**五是选择品相好的酒。**所谓品相好,是指酒瓶完好、盒标齐全无缺损、酒液较满的酒。凡是老酒都有自然挥发,一般跑酒在50毫升以内的都属于酒线正常。当然跑酒越少越好。另外,一些年代久远的孤品老酒,可能酒标残缺,跑酒严重甚至是空瓶,但也有极高的文物价值。因为一瓶老酒记录的是一个时期,人文的体现,是一座酒厂存在历史的唯一物证。

(壶中岁月)