

金沙回沙酒“真实年份” 打响2022年“互动式营销”第一枪!

■ 齐文

当“真实枪弹”与“真实年份”相遇,会擦出怎样的火花?

日前,由金沙酒业冠名,陕西金福樽商贸有限公司主办的“真实枪弹 真实年份——2022年金沙回沙杯”实弹射击邀请赛开枪仪式在西安蓬盛射击运动中心隆重举行!这是金沙回沙酒真实年份系列在2022年倾力打造品牌大IP的第一步!

“真实年份” 用品质诠释酱酒真谛

2021年3月,金沙酒业旗下金沙回沙酒真实年份系列产品隆重登陆陕西市场。

面对众多已经在陕西市场打下根基的强势品牌,金沙回沙酒真实年份系列产品拼杀的勇气来自哪里?答案就在产品的名字里:“真实年份”!

目前,经过中国酒业协会白酒年份酒联盟官方权威认证的“真实年份”酱酒品牌屈指可数,金沙酒业一举申请通过了四款产品,金沙回沙酒真实年份8年/6年就是其中的两款。

在《中国白酒年份酒团体标准》中,对于企业、产品的生产准入体系、生产监督体系、产品标准体系、知识产权体系有一整套严苛的限制与规范。在年份酒标准中,要求年份酒的主体基酒总量应不小于基酒总用量的80%,标注年份取加权平均酒龄的整数。

金沙回沙酒真实年份8年/6年严格按照年份酒团体标准,对产品的主题原酒、原酒酒龄、原酒占比等数据进行了详细标注。以金沙回沙酒真实年份8年为例,在外包装箱体上明确标识出9年原酒占比为17.1%,8年原酒占比为64.8%,6年原酒占比为7.3%。真实老酒占比达到89.2%,加权平均年份8年。

面对市场上诸多自我标榜年份的乱象,金沙回沙酒真实年份系列产品直接将酒体构成占比公开,让消费者喝得明白喝的放心。随着行业的不断规范化,消费者对酒水品质的重视程度也不断提升,未来酱酒品牌的赛道上,将是品质与品牌的双实力比拼。金沙回沙酒真实年份系列依托金沙酒业强大品牌背书,以其独有的“真实年份”标签,成为了酱酒市场的稀缺资源!

“真心实意” 用信任铸造品牌根基

陕西作为中国西部强省,在酱酒热风潮之下,一直是众多一二线知名酒企争相抢夺的高地。作为中国酱酒行业的佼佼者,金沙酒业在布局西北市场的过程中,将陕西作为了品牌扎根的第一站。在“摘要+金沙回沙酒”双



品牌战略引领下,金沙回沙酒真实年份系列成为了金沙酒业开拓西北市场的排头兵!

陕西是金沙酒业进军西北市场的战略高地,金沙回沙酒真实年份系列是金沙酒业拿下陕西市场的重点产品,双因素之下,陕西市场的金沙回沙酒真实年份系列就肩负起了特殊的使命:传播金沙酒业文化的使者,开拓西北市场的前驱!

金沙酒业经过全方位的考量,最终与陕西金福樽商贸有限公司牵手,开启了品牌运作之路。

“在运作金沙回沙酒真实年份8年/6年的过程中,我们采取的是品牌高空传播加产品地面拉动的组合模式。一方面通过大力度全渠道的广告宣传为品牌造势,一方面通过全面招商开品鉴会等方式让产品真正融入市场,两个方面同时发力,品牌才能快速起势!”陕西金福樽商贸有限公司总经理王东表示,金沙酒业将一份信任交给他,他也在用一份热忱和执着来回馈品牌。

据不完全统计,2021年至今,陕西金福樽商贸有限公司为宣传金沙回沙酒真实年份系列,分别在西安、咸阳、宝鸡、榆林等地投入广告点位近5000个,涵盖高速公路跨线桥广告、大型商业综合体LED屏广告、公交站牌广告、过街天桥广告、写字楼电梯广告、酒店人脸识别系统广告、商超车库广告、行业媒体广告等等,通过全方位大面积的传播,品牌形象深入人心,极大地提升了金沙酒业在陕西市场的知名度和影响力。

同时,为了让更多的经销商和核心消费者了解品牌,陕西金福樽商贸有限公司通过“上市发布会”、“客户尊享会”、“回厂游”、“小型品鉴会”等多种途径,对品牌文化、产品特色、产品潜力等进行了全方位宣传。很多经销商通过回厂游,对金沙酒业的实力有了深度了解,成为了品牌使者;很多消费者通过品鉴会,对金沙回沙酒真实年份的品质有了亲身感受,成为了忠实粉丝!

“真枪真年份” 用行动持续打造品牌大IP

体验射击乐趣,感受真枪实弹的刺激;喝优质酱酒,品味“真实年份”的魅力!

为了充分诠释品牌内涵,陕西金福樽商贸有限公司与西安蓬盛射击运动中心联手,计划从2022年开始,将“实弹射击”与“真实年份”概念紧密结合,为金沙回沙酒真实年份系列注入射击运动的传统文化理念,同时通过这一运动吸引更多的消费者关注品牌。

5月18日,2022年“金沙回沙杯”实弹射击邀请赛开枪仪式的成功举办,预示着金沙回沙酒真实年份系列未来在陕西市场将会与更多的业外机构合作,以更加丰富多彩的形式传播品牌!

据悉,本次实弹射击邀请赛将持续三个月,周比赛和季度赛的前三名将会获得由金沙酒业提供的丰厚奖品。

通过本次活动,陕西金福樽商贸有限公司和西安蓬盛射击运动中心也将达成深度合作,后期在运动中心的户外及室内将陈列展示金沙回沙酒真实年份系列产品的宣传物料,所有参与活动的会员都将形成对品牌的深度认知!

同时,陕西金福樽商贸有限公司还将以本次活动为起点,面向金沙回沙酒真实年份系列经销商和消费者,推出为期半年的“真枪真年份-金沙回沙酒实弹射击体验季”活动。

凡销售金沙回沙酒真实年份8年/6年的西安区域经销商,均可参加由陕西金福樽商贸有限公司组织的射击体验活动;凡在陕西金福樽商贸有限公司西安区域经销商门店购买金沙回沙酒真实年份8年/6年达到指定金额,均可免费获赠射击体验卡。

“以前,消费者买酒可能赠送的都是一些抽纸、打火机之类的日用品,无法体现品牌文化,也无法抓住消费者的购买欲;现在我们将射击运动的真枪实弹与产品的真实年份概念紧密结合,消费者喝真实年份,体验真枪实弹射击的快乐,极大地提升了消费者的购买欲,也能充分诠释品牌内涵!”王东表示,只有产品与载体高度契合,才能达到品牌传播的最佳效果。

当前,白酒品牌营销已经进入了碎片化多元化时代,以人为本,为消费者带来超值体验是品牌胜出的核心所在。金沙回沙酒真实年份系列通过与射击活动的深度嫁接,完美实现了品牌内涵的最大化外延,堪称业内又一经典案例!

传承千年匠心 酿造美好生活 第七届封坛大典在会稽山黄酒产业园举行

■ 李玉友

在渊源流长的中国酒文化长河中,以酒为核心的祭祀和封坛,是与自然对话、与先祖沟通的重要礼仪,也是天人合一、天人共融的重要表达!会稽山绍兴酒股份有限公司以振兴中国黄酒为己任,扛鼎行业发展大旗,把黄酒文化演绎到极致,纯粹,引领中国黄酒高质量发展。

日前,一场以“醉江南·见未来”为主题的第七届会稽山封坛大典在会稽山黄酒产业园盛大开启!尽管因疫情防控,大家无法相聚黄酒之都绍兴,但期盼已久的会稽封坛节还是如约而至。

这场与众不同的封坛大典,成功吸引了全网超过上千万人同步在线观看!实力霸屏的背后,实现了在线直播与实景体验的完美融合,让观众感受到百年会稽山传承千年匠心,酿造美好生活的责任与担当。那么,第七届会稽山封坛大典到底有哪些独特之处?会稽山2021年封坛酒又承载着怎样的价值内涵?讲“创新”的会稽山,再次让业内人士学到了什么?

天下黄酒源绍兴 黄酒之源会稽山

在中国黄酒的故乡绍兴,人们更爱喝会稽山。这不仅仅因为会稽山酒香醇厚、口感纯正,更是因为始创于1743年的会稽山,是一家有着279年历史的百年老字号。这些年来,一代代会稽山人不忘初心,以“匠心”成就技艺,以技艺历练品质,以品质缔造品牌,成功演绎了百年老字号横跨四个世纪“持续生产、持续发展、专注酿酒”之神话,是世人尽知的“国粹经典”!

封坛,被认为是中国酒礼中最崇高的一环,千百年的酒文化积淀之中,它早已不是一种储酒方式,更是一种虔诚的信仰和不灭的情怀。敬天祭祖,表达的是会稽山人感恩先贤的虔诚之心;春后封藏,呈现的是会稽山人传承技艺的工匠之心;诚信天下,展现的是会稽

山人用心酿造的品质初心!

祭祀是敬畏天地、敬畏自然的表达,酿酒的工艺和酿酒的原料都是自然的馈赠,是一种自然文化的遗存。上午10:00,随着绍兴市黄酒行业协会会长徐明光的鸣锣,第七届会稽山封坛大典正式拉开帷幕!

伴着司仪一声声嘹亮的呼号,掌门人、公司董事长虞伟强、总经理傅祖康带领公司祭祀团队,开始行至诚之礼!祭祀大典庄重肃穆,神圣的仪式让人心潮澎湃,这是百年会稽文化之生动体现,激荡着每一个酿酒人的内心;让酿酒技艺、代代传承,让工匠之魂,心中永驻!

会稽山自1743年创建以来,百年老字号就一直有祭祀先贤的传统。一方面,是为了传递酿酒人对大自然的敬畏之心和对先辈的感恩之情;另一方面,也验证了百年老字号千年酒脉、薪火传承的文化信仰,展现了会稽山人传承创新、继往开来的信心与决心!

产品迭代换新颜 引领消费新潮流

常言道,一款好产品,是始于颜值、陷于品质、忠于品牌的。作为黄酒头部企业,基于消费升级、厂家布局、商家选品、审美品味等多方需求,以及对企业产品内在质量的更高要求,百年会稽山对一代代产品在酒质口感、鉴真溯源、包装品质、消费体验等方面不断推陈出新,酒体品质更加优化,口感更加协调,风格更加凸显,饮后更加舒适,包装更加环保,满足了消费者的差异化、个性化需求,唤醒了消费者的品牌记忆和价值认可,为百年老字号增添强劲的发展动力!

和着曼妙的音乐,活动现场,模特们手托会稽山历年来的经典产品,含情漫步款款走来。这其中,有绍兴最具特色的东风(会稽山前身)精美浮雕,有东风酒厂生产的绍兴黄酒市场第一代山东坛,有包装朴实简洁、价格亲民、有绍兴黄酒第一款改良型黄酒、20世纪90年代风靡市场的“帝豪”黄



酒,有年销量突破350万箱,黄酒行业最为经典、单品销量最大的会稽山纯正五年,有惊艳G20峰会的会稽山三十年陈典雅黄酒,有1915、2015两次参展世博会的会稽山世博情缘纪念酒,也有会稽山近年来匠心出品的1743老酒和中国高端文化黄酒扛鼎之作——兰亭黄酒!

品味会稽山,品的是文化,品的是历史,品的是匠心!从一款款产品的升级迭代,我们看到了时代的变迁,看到了会稽山与时俱进、不断前行的步伐。同时,我们也感受到百年会稽山在传承路上的匠心坚守,积极变革与创新,产品个性化、场景化、经典性特征表现明显,行业“会稽山现象”频频引发关注,会稽山已成为时代印迹,融入了人们朝夕与共的生活习俗和情感寄托之中,引领着中国黄酒消费的新潮流!

数字封坛存夙愿 营销制胜抢先机

值得一提的是,在本届封坛节上,百年会稽山打破传统封坛形式,创新了“情感营销+数字化技术+场景化营销”的数字封坛新玩法,公司总经理傅祖康现场扫码演示了数字封坛的创新点,有力提振了营销将士、经销商和核心客户的信心,引发了广大消费者的共鸣与关注!

据悉,借助数字化手段,会稽山把充满情感、个性化的祝福心愿通过二维码植入在封

坛酒中,增加了封坛酒的温度,让产品会说话,为产品搭上数字化营销的翅膀。同时,封坛酒中增加了产品溯源服务,消费者可以随时查看产品溯源信息,做到放心消费。更为重要的是,通过一坛一码,会稽山可以建立用户画像及大数据中心,让封坛酒个性化定制更加精准,从而使封坛酒文化价值更加丰富!

沉浸游园重体验 品味黄酒潮文化

欢歌忆过往,豪情寄未来。活动当日,风雅游园铺展会稽黄酒产业园。大家争相品鉴由百年会稽山匠心出品的黄酒奶茶、黄酒鸡尾酒和黄酒棒冰等跨界产品,纵享美好惬意时光的同时,找到了活动的参与感、仪式感、娱乐感,也感受到了浓缩的中国传统文化之精粹与独特韵味,并主动晋升为百年老字号黄酒文化新的传播者与讲述者……

其实,这已经不是会稽山第一次推出沉浸式体验活动了。近年来,会稽山以酒为媒,破圈入局,另辟蹊径,通过网红探店、娱乐游园、直播带货、品鉴互动、研学游、短视频、回厂游等新生代喜闻乐见的方式,把黄酒文化、黄酒品鉴、酒道表演、美食文化等极具中国传统底蕴的文化雅集融为一体,积极拥抱年轻消费群体,加深消费者对黄酒文化的认知,享受黄酒文化带来的新体验,从而使会稽山品牌更加年轻、更接地气、更有烟火气息、更具新活力!

致敬创始者 踏上复兴路 “杜康造酒”敬祖仪式举行

■ 启轩

一滴酒魂五千年,今朝杜康造酒来。

日前,在中国酒文化发源地-洛阳杜康造酒遗址公园,一场庄严肃穆的“杜康造酒第壹瓶酒——敬祖仪式”隆重举行,旨在感念酒祖造酒的恩德,致敬五千年中国酒文化。

祭拜酒祖不忘初心

仪式上,在酒祖的见证下,杜康重磅推出腰部核心战略新品——杜康造酒,这是一款兼具品质、美学与文化内涵的匠心产品,分为复兴版与创始版两款。以杜康造酒第壹瓶酒敬拜酒祖,感怀杜康造酒兴业、泽被后世的福祉。

本次敬祖仪式,特意选址杜康造酒遗址公园。这是中国酒文化的胜地,是一处活着的酒类博物馆,更是杜康文化的精髓所在。在此处祭拜酒祖、发布新品,是让白酒回归酒文化本身,这不仅体现了杜康对中国酒文化的尊崇,更是杜康对品质自信、文化自信的生动体现。

祭祀现场庄严肃穆,神圣的祭祀仪式震撼人心。杜康以酒为媒,连接着杜康先祖与传承者,让杜康文化激荡着每一位杜康人的心灵。酿酒技艺,代代传承,工匠之魂,心中永驻,战略新品已启,新的征程蓄势开启!

传承与创新再出发

仪式上,杜康控股总经理黄海东作了“致敬行业创始者,踏上杜康复兴路”的主题致辞:杜康,是每一位杜康人的酒祖,我们要秉持初心,在务实与专业中发展壮大。近两年来,杜康团队不断蜕变、新生,这为杜康带来了新希望、新势能。我们的使命,不仅仅着眼于企业规模与利润的扩大与增长,更重要的是塑造杜康的文化自信、品质自信、品牌自信,真正实现杜康复兴,今天的敬祖仪式、新品发布活动将成为杜康复兴史上重要的一个里程碑。

发布会前夕,在杜康造酒专家品鉴会上,著名白酒专家、四川省白酒专家组组长、教授级高级工程师曾祖训,著名白酒专家、中国首席酿酒大师、中国首席白酒品酒师、教授级高级工程师赖登攀,著名白酒专家、国家级白酒评委、高级工程师杨官荣对两款杜康造酒进行了现场品鉴,对造酒品质给予高度评价。复兴版鉴评意见:“无色透明,窖香馥郁优雅,陈香舒适、柔和甘润、香味谐调、爽净绵长,具有本品独特风格”

始创版鉴评意见:“无色透明、窖香馥郁幽雅、陈香怡悦、柔和细腻、甘润谐调、爽净悠长,具有本品独特风格”

杜康味道品质对话美学

“杜康造酒杜康味”,一句产品Slogan,背后蕴含着深刻的意义。杜康造酒的诞生,历经两年时光打磨,在酒体和风格上进行创新,目的就是为了让形成独特的杜康风味。

杜康造酒,选取“千年伊河、黄金窖泥”。伊河,是中国黄河南岸的支流之一,河水中含有40多种对人体有益的微量矿物质元素,河床冲积出来的泥土非常适合微生物的生长繁殖,得天独厚的自然条件,再加上几千年酿酒环境所特有的微生物菌群,造就了杜康酒独特风格和酒体特色。

在此基础上,杜康采用“牡丹春曲,小窖酿造”。即在牡丹花盛开时制曲,延续小窖酿造的传统,不仅为酒体增加了独特芳香,更能使酒糟中的微生物更多更丰富,香味物质更加丰富,酒体更加醇厚。

工艺上,杜康采用“非遗工艺,大师特制”。由杜康酿酒工艺第十八代传承人、中国白酒大师、杜康控股总工程师张献敏,结合杜康“五齐六法”传统工艺,精心调制,并经过“木海原浆,陈藏老酒”,酿造出品质佳酿。

外观层面,“杜康造酒”是杜康在传承与创新中塑造的酒中臻品,诠释着文化自信与酒中美学。

杜康造酒系列通过色彩系统区分复古金和现代金两款产品,金色与绢本画呈现出的米黄一脉相承,品质感油然而生,有着与生俱来的透显雅致感。

以对称均衡的小篆体来彰显克制之美,与高挑的瓶型结合,相得益彰,瓶盖部分,融入三国时期官帽的视觉概念,充分体现着杜康的现代气场,凸显着一代枭雄的气势。

新品以宋代美学,碰撞山水巅峰之作的《千里江山图》重新刻画杜康造酒图,用现代的表现形式,让传统经典焕发了新生;流线形的透明瓶身,以莲瓣方壶激发腰线设计,运用曲线之美;外盒传统新用,将都城形象矢量化应用拼接工艺,体现其辉煌与繁荣,屹立于这大好河山。

作为中国酒文化的符号,杜康在复兴的征途中,坚持匠心传承、与时俱进,以自身的不断突破,对白酒行业产生着不可忽略的推动作用。而今,呈现五千年酒文明国韵与气度的匠心产品——“杜康造酒”,作为凝聚酒祖五千年文化和一代代杜康人匠心的结晶,是洛阳杜康控股十四五规划、实现复兴杜康伟大品牌使命的重要载体,书写着杜康发展新篇章。杜康,始终坚持以品质为核心的工匠精神,做好豫酒振兴的排头兵,为中华酒文化的传承与弘扬贡献杜康力量。