

G·R 官荣评分 鉴评 53 大优质酒

■ 白云边牌白云边酒 |



度数:53%vol
香型:大曲兼香型
生产厂家:湖北省松滋县白云边酒厂
G·R 官荣评分:89
G·R 酒评:酒色清亮,浓香中带有酱香,酱香中伴有浓香,交相辉映,陈香较舒适,酒体较醇厚略欠饱满,香味较协调,酒体一净到底,回味较舒畅,余味较长,风格典型。

■ 德山牌德山大曲 |



度数:58%vol
香型:大曲浓香型
生产厂家:湖南省常德德山大曲酒厂
G·R 官荣评分:86.5
G·R 酒评:清澈透明,芳香较浓,入口欠醇和,较绵软,酒体饱满度略差,回味较短,单一,浓香风格一般。

■ 浏阳河牌浏阳河小曲 |



度数:50%vol
香型:小曲米香型
生产厂家:湖南省浏阳酒厂
G·R 官荣评分:86.5
G·R 酒评:酒液清亮,米香较纯正,香气中略带清雅感,入口较醇甜,酒体单薄欠丰满,落口较畅快,尾较净,具有米香风格。

■ 白沙牌白沙液 |



度数:54%vol
香型:大曲其他香型
生产厂家:湖南省长沙酒厂
G·R 官荣评分:87
G·R 酒评:酒液无色透明,酒香醇较浓,入口较醇甜,味较醇,柔和,后味带回甜,味较长,风格一般。

■ 原酒之形 |

■ 凤凰

“齐鲁大地,酒水江湖,”作为曾经的鲁酒冠军,全国酒业亚军,传统的老品牌孔府家酒本次成为鲁酒仅有的两家上榜企业之一,似乎又焕发了生机。而上榜的背后,孔府家酒在春节期间围绕“家国”文化做的一系列营销值得行业深思。

“让爱回家”圆梦万家

据了解,《2018 新春中国白酒品牌排行榜 TOP35》榜单是结合企业实力指数、媒体热度指数、用户口碑指数、分析师评价指数等多个维度针对品牌进行综合的评价与排名。由此可见,孔府家酒能够入选这一榜单也是对孔府家酒春节期间营销的充分肯定。孔府家酒业内部人士对记者表示,春节期间,孔府家酒做了一系列的创意营销。“孔府家酒作为传统品牌,通过一系列创新的营销手段,让品牌年轻化和现代化,变得更加活跃。”这位人士说道。

孔府家酒到底做了哪些创意营销博得消费者的喜爱呢?记者了解到,总的来说,孔府家酒春节期间所做的营销均是围绕“家国”文化,开展了一系列的创意营销。

首先是孔府家酒连续第三年开启“让爱回家”爱心大巴接送公益活动。从2月11日到2月13日,孔府家酒“爱心大巴”免费接送活动累计接送8000多人,在“一票难求”的春运大潮中,孔府家酒让近万名旅客在除夕夜前回到家中。

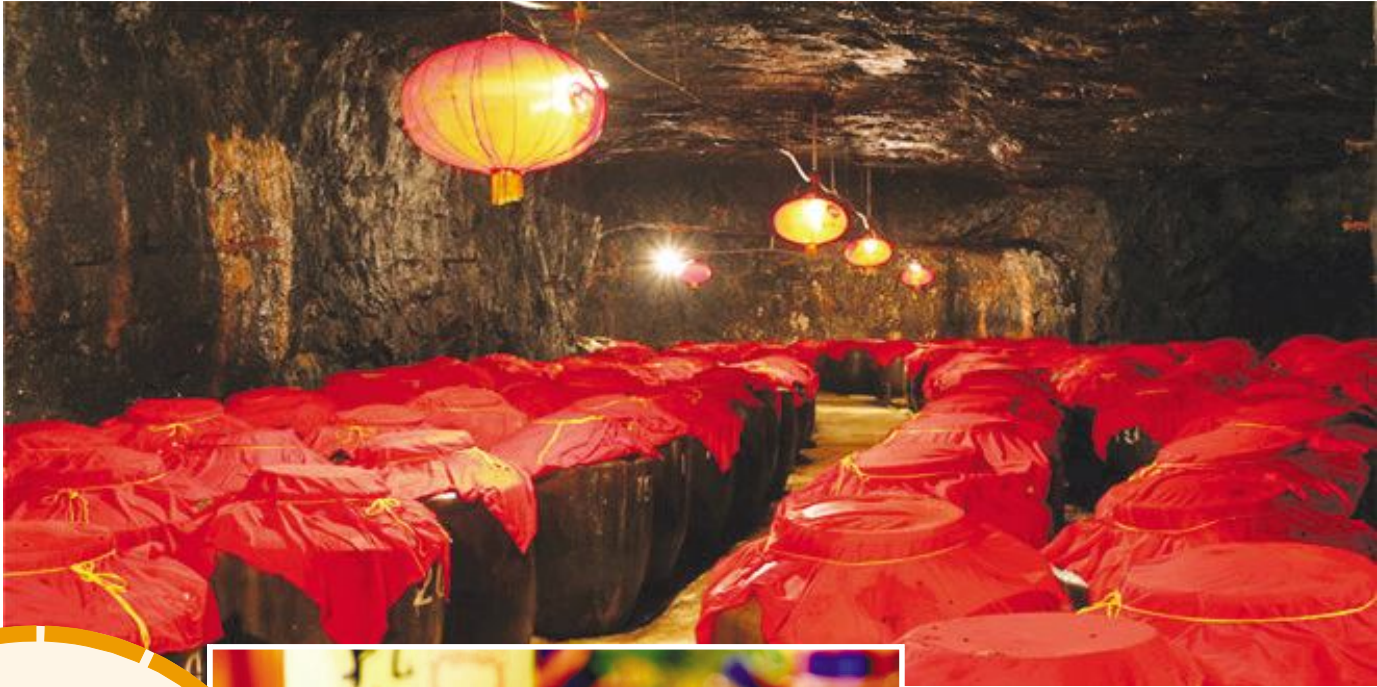
活动开展三年来,已经累计接送了几万人,圆了无数个家庭的春节团圆梦。而孔府家酒“让爱回家”的活动也引起了旅客的情感共鸣,不少乘客纷纷在线上留言表达对于回家对于乡愁的情思。

暖心视频情感共鸣

世界再大,不如回家。春节期间,一段暖心短片《让爱回家》在各大视频网站及朋友圈强势“霸屏”,短片中,留守儿童望着日历上渐近的日子,对着村口的路久久眺望,芳华不再的母亲对在外拼搏的孩子说,快过年了,我和你爸都想你了。

短片围绕“回家”这一主题,将每个“小家”春节渴望团聚娓娓道来,构架了各式各样的“全家福”,勾起人们温馨的回忆,引燃大家情感的共鸣。据孔府家内部人士介绍,

近日, 经济行业
数据发布平台发布了《2018
新春中国白酒品牌排行榜》榜单,
山东孔府家酒业强势登榜,成为鲁酒
仅有的两家上榜企业之一。“孔府家酒,
叫人想家。”由于地处齐鲁大地,又在孔
子之乡曲阜,在孔府家酒的广告宣传
中,儒家文化是其核心。一直以来,
孔府家酒突出的“家”核心文化
始终没有变。



孔府家酒制作这部暖心短片是鼓励在外打拼的人有机会多回家,同时也感激那些因坚守在工作岗位而无法回家过年的人。

此外,春节期间,孔府家酒开展的“暖心”营销活动还包括走进大学校园为800多位无法回家过年的大学生送去了爱心用品。这些大学生因为要参加央视春晚曲阜分会场的直播而无法回家与家人团聚。

借势春晚文化营销

齐鲁大地,孔孟之乡。2008年北京奥运会的开幕式上,“孔子的三千弟子”手持竹筒高声吟唱《论语》让世人领略了儒家文化的风采。刚刚过去的春节,全球直播的春晚再一次让世界把目光聚集在了孔子的故乡:山东曲阜。

众所周知,春节期间最大的IP就是央视春晚,今年将分会场之一锁定在曲阜,成为推动孔府家品牌营销的最大动力。孔府家内

部人士对酒业家记者表示,新时代提倡文化自信,春晚把分会场放在曲阜,表明国人对传统文化的尊重和自信,这对孔府家来说是一个巨大的机会。

据孔府家内部人士介绍,围绕春晚孔府家做了很多活动,比如给群众演员送爱心,央视春晚曲阜分会场接待和庆功用酒等等。孔府家作为儒家文化物质化代表,紧紧抓住这一良好契机,将“回家”、“春节”、“春晚”等通过一系列营销活动,由传统的“家”文化,逐步提升为更具品牌价值的“家国情怀”。

从儒家文化到家国文化,孔府家酒欲打造中国文化第一名酒

“孔府家酒,叫人想家。”这句上世纪90年代王姬拍摄的一句广告词直达国人的内心,也让孔府家酒创造了鲁酒第一,全国亚军的辉煌。由于地处齐鲁大地,又在孔子之乡曲阜,在孔府家酒的广告宣传和儒家文化一直是其核心。

2017年11月,孔府家酒发布所征集的新广告一等奖作品:《印象孔府家酒》。广告中,孔府家酒突出的“家”核心文化没有变,而是在原有的文化基础上,进行进一步升华,从“家文化”升级为“中国文化”,进而形成具备家国情怀的家国文化。

而据孔府家内部人士介绍,伴随着文化的升级,孔府家酒的广告词也从“孔府家酒,叫人想家”升级为“孔府家酒,中国文化味道”。

有业内人士认为,“中国文化味道”是孔府家酒将自身置于全球化环境中的表白,旨在通过唤醒国人对中国文化的认知从而唤醒消费者对孔府家酒这一中国传统文化名酒品牌的广泛认同。

《孟子》有言:“天下之本在国,国之本在家,家之本在身。”家是国的基础,国是家的延伸,在中国人的精神谱系里,国家与家庭、社会与个人,都是密不可分的整体。作为典型的传统品牌,孔府家酒的创意营销对于传统品牌现代化的实践无疑具有开创性。

2017年,中国酒业迎来全面复苏,主流酒企实现业绩的高增长,有人预测,未来几年内,中国酒业的市场份额将达万亿。走出深度调整期的中国酒业转眼已进入新一轮的酒业竞争,作为曾经风靡全国的企业,孔府家酒也在通过求变达从而实现发展。

记者从孔府家获悉,2017年,孔府家实现销售业绩两位数的增长,2018年,孔府家将围绕传统文化的回归,重点打造中国文化第一名酒品牌。

洋河王耀:名酒企业需要做好“六大关键事”

■ 徐晨

“时下有两款网络游戏非常出名,一个是‘绝地求生’,要干掉所有人做孤胆英雄;另一个是‘英雄联盟’,讲究相互配合、共同胜利。面对新的消费趋势、新的消费环境,我们白酒企业也应当发挥自身优势,在座的‘英雄’们,要一起‘联盟’,构建中国白酒的新未来!”4月11日,“第七届中国白酒领袖峰会”在太原召开。本次白酒领袖峰会主题为“新时代,新消费,新机遇”,洋河股份董事长、党委书记王耀发表一则主旨演讲,引得行业大咖纷纷点赞。王耀认为,新时代下白酒产业发展要看准方向,树立“道路自信”;看清内涵,树立“文化自信”,而作为名酒企业,需要做好“六大关键事”。

两个“自信” 引领中国白酒新未来

中国白酒产业经过5年的深度调整,终于走出困境,迎来复苏。新时代下,如何构建中国白酒的新未来?王耀表示,名酒企业需要增强“道路自信”和“文化自信”。

道路关乎产业的命脉,中国白酒的形成是历史和消费者的选择,“不仅要知其然,还要知其所以然,更要知其所必然。”做到“道路自信”,白酒企业必须要走好“四条路”,即“坚定不移的健康路,坚守匠心的传承路,追求本质的创新路,勇于开拓的国际化道路”。喝好酒,喝健康酒已成为消费升级最主要的需求,对此,洋河股份一直坚定不移地推进“快乐健康”战略,不惜代价做出与众不同的



好产品。在传承经典的同时,洋河股份不断注入“创新”基因,成为业内公认的创新典范。“对于酒企来说,有取舍的传承是减脂,有针对性的创新是增肌,二者本质都是满足消费者需求,这样才能赋予品牌源源不断、新鲜的生命力。”王耀表示。

路要走得稳,更要走得广,王耀呼吁,名酒企业还要携起手来,加强市场国际化、品牌国际化的步伐,做好中国白酒国际化的“歌者”“使者”“引领者”。

“文化自信”,就是要学会尊重底蕴深厚

的历史文化,借鉴会讲故事的国外文化以及重塑正确认知的现代文化。近几年,包括洋河在内的很多企业都在办封藏大典、创建酒文化旅游等形式,增强文化体验,让消费者切身感受白酒文化的魅力。今年,洋河股份与央视合作,推出大型文化传播节目《梦之蓝·经典咏流传》,实现美酒与中国历史文化的完美结合。

不忘初心 名酒企做好“六件事”

“做白酒,不能着急,要充满自信、充满正能量、正视历史、沉下心来,用心挖掘、发扬光大。”王耀特别指出,酒企要重树“白酒正能量”。“中国白酒的产区最多、名酒企最多,呈现出多样化特色、多流派格局,但白酒文化的差异不代表优劣之分,企业不能为眼前的利益扭曲历史事实,因为,如果这样,损害的不只是本品牌的根基未来,更是对整个行业的不负责任。中国白酒应该各美其美、美人之美,最终走向美美与共、天下大同。”

新时代给白酒产业创造出新的增长方式和新的商业机遇,名酒企应该肩负起责任感和使命感。王耀认为,构建白酒新未来,名酒企需要做好六大关键事:

第一,不失时机找出转型升级的好风口,找准发展转型风口和消费升级风口。第二,不惜代价做出与众不同的好产品,围绕健康升级,做出让消费者喜欢、钟爱的好产品。第三,不遗余力讲出真实动人的好故事。找准品牌定位、塑造,讲出有信仰、有健康的中国白酒故事。第四,不骄不躁打出攻守兼备的好渠道,做好利益大、距离近、引导强、粘度高“四个原则”,探索无界零售、新零售的发展方向。第五,不慌不忙活出专业高效的自己,不断探索,保持开放心态,实现搭积木式发展。第六,不懈努力创出自动自发的好机制,重点要做好指标化和共赢化两个方面。

白酒行业永远是朝阳产业,在王耀看来,“让中国白酒在世界酒的星图上熠熠生辉,既是我们必须不断推进的宏伟事业,也是我们开辟未来的根本保证。我们要不忘初心,像对待生命一样对待我们的白酒行业。”