



衡湖缘酿酒 封坛原浆收藏酒项目 启动仪式顺利举行

日前,衡湖缘酿酒参与广东省安平商会会议,并在会议结束后现场签约销售封藏原浆酒。衡湖缘酿酒董事长付立中,销售经理陈岩及衡湖缘广东办事处人员,黑格咨询项目总监李雷及广东省安平商会会长、秘书长及各分会长、秘书长共同参与。

河北衡湖缘酿酒有限公司始于1971年,前身是国有衡水龙泉酿酒厂。公司荣获河北省信用评价3A级单位、河北省用户满意示范单位等荣誉称号。酒厂坐落于衡水湖畔的冀衡循环经济园区,毗邻106国道,交通便利。现有两个厂区,总占地182亩,建筑面积5.6万余平方米,总投资3.2亿元。拥有国际先进的白酒酿造和灌装设备,年生产白酒达1300吨,产值达2亿元。

衡湖缘酿酒有限公司拥有强大的技术团队,由原衡水老白干酒厂厂长,国家正高级工程师,老白干香型创始人之一王明信大师带领关门弟子、国家二级品酒师付成等酿造;由原衡水老白干检质科科长,高级品酒师,高级酿酒师刘慧欣严把质量关;由国家一级高级品酒师,原老白干集团研究所所长李运普带领研发新品类。真正是大师酿造,专家把关,行家创新!

衡湖缘封藏原浆酒以优质原料、严守古法、大师酿造、取最优原酒等特点,拥有超高的性价比,是市场的稀缺资源,极具收藏及投资价值。

白酒专家认为,封坛老酒较一般酒库贮存的白酒更为清澈透明,细腻醇和,香味也更加浓郁。常年的存放,贮存环境里会聚集大量微生物群,这些群体反作用于酒体,从而形成了封坛酒别具一格的特色。它的装酒容器是土陶坛,土陶坛不同于其他容器,它通过一系列变化使酒中带有的刺激性的成分减少,同时反应生成的香味物质促使酒体达到绵柔、醇和等比较稳定的状态,让酒更加地好喝。

广东省安平商会会议在广州桃园明宴食府顺利召开,会议围绕扩大安平商会、成立各地区分会等内容展开,安平商会会长李建国、秘书长纪双涛及各地区分会长、秘书长参加会议,衡湖缘酿酒有限公司董事长作为安平商会常务副会长出席了本次会议。

会议结束后由衡湖缘酿酒有限公司销售经理陈岩向参会人员详细介绍了衡湖缘酒厂及封藏原浆酒的特点、优势及收藏价值。陈经理介绍了封藏酒的操作流程,先与客户签订订购协议,再给客户颁发封藏原浆酒证书,现场封酒,上封条,在封条上注明客户姓名及封存日期。客户可以自己储存,也可以寄存在公司地下酒窖储存。每坛封藏原浆酒都有收藏证书,并由酿酒专家签名封签;收藏证书编码,封签码和合同码,三码合一,使封坛客户拥有独一无二的高品质私人定制用酒。

在会议现场带来了当年生产的原浆酒供大家品鉴,会议现场氛围热烈,对原浆酒的品质评价很高,会议现场实现签约销售封藏原酒6800斤,金额达到73多万元。

衡湖缘酿酒通过本次安平商会的会议机会,为安平在广东的成功商人提供了个性化、品质化的私人用酒解决方案。衡湖缘作为衡水第二大白酒酿造基地今后将更好地为衡水在广东的企业家提供优质的、具有地方特色的酒品,满足高品质、地域化、个性化的用酒需求。

(衡宣)

芝麻香打开鲁酒高端天花板

■ 刘保建

今年全国春糖会上,向来低调的景芝酒业董事长刘全平公开露面,并作了《品类价值开创中国高端白酒新时代》的演讲,提出“白酒品类价值将引领和影响中国高端白酒发展”的论断,激起了省级龙头白酒新一轮发展方向的大讨论。

4月21日,景芝酒业厂商共同体发展大会在山东春糖会举行,景芝再次明确透露深挖芝香价值,发力鲁酒高端的企图。

伴随着消费升级和高端回暖,全国名酒对区域市场发起了冲击,作为鲁酒老大和芝麻香型白酒领头者,景芝酒业推出“芝香”,以品类创新策略切高端蛋糕,一定程度上代表了鲁酒的图谋:品类创新不仅是一场名酒反击战,也是新一轮高端抢夺战。

品类打造高端价值制高点

芝麻香是鲁酒的一个标签,是景芝的重要代表作。

作为一种独特香型,它从被发现到香型确定,再到国家标准确立,经历了漫长时间。1957年,山东省著名酿酒专家于树民在景芝酒厂首次发现芝麻香;1995年,以景芝酒业为主起草制订的“芝麻香白酒行业标准”颁布实施,宣告了“芝麻香型”正式确立;2007年7月1日,“芝麻香型白酒国家标准”正式实施。

芝麻香型的品类价值在于“新中国两大创新香型之一”,其工艺价值在汲取酱、浓、清三大主流香型工艺精髓而成,历史文化价值在于“开创先河”等。

多年来,芝麻香型白酒虽然经过持续培育,但还处于“价值洼地”状态,相较于人们对酱、浓、清等香型价值的了解,芝香品类价值并未得到完全释放。

在新时代,品类价值有了新意义。品类价值是一种为顾客所认知、所接受的,从心灵上被顾客信任的价值属性,具有情感文化和消费双重属性。刘全平认为,在接下来的高端白酒竞争中,“品类价值”必是决胜点。

当前,中产群体崛起,“品质消费、个性消费、文化消费”提升,中国白酒正在向中高端市场转型与升级。这样的机遇下,“品类”细分优势更加突出,“品类领袖”消费逻辑更



加强势,品类价值创新将成白酒升级发展的核心驱动力,必将引领中国高端白酒开创新时代。

对于景芝这样的品类领袖而言,要实现市场的竞争突破,唯有继续创新品类价值,推动产品升级迭代,打造消费者认知的个性化、差异化高端品牌,塑造高端竞争力。

芝香引领鲁酒高端化

随着品类进入新一轮高端白酒竞争,像景芝这样的芝麻香型领军企业,不但面临着重大破局,甚至可能引领鲁酒的高端新时代。

目前,高端对鲁酒来说还是一片“荒漠”。

在茅五洋泸的强势进军下,鲁酒企业走高端并非坦途,这源于鲁酒长期以中低端消费为主的现状。

消费者一旦认识了品牌档次,很难改变。鲁酒企业要想突破原有的市场格局,改变现有状态并不是一朝一夕之功。尤其是品牌高端化塑造,更是需要另辟蹊径、长期奋战。

品类鲁酒实现高端化的法门

北京正一堂战略咨询机构董事长杨光提出,白酒品牌的竞争实际上是品类的竞争。在新产品同质化严重的当下,创新成为主流,而最大的创新方向就是品类。

芝香作为鲁酒的一块金字招牌,与行业所有“品类领袖”一样,具有独特性和稀缺性优势,同时富有“品质工艺”和“历史文化”

特征,应该当作决胜新一轮高端白酒的有力武器。

对于鲁酒阵营,景芝以品类“芝香”为旗帜,对发展高端鲁酒的意义其实更大。

业内人士认为,鲁酒老大景芝近年来在“芝香品类”上屡屡抛出大动作,正是基于发展高端鲁酒的未来思考。

作为芝香型白酒的首创者和鲁酒领军者,景芝进行“品类价值”创新有优势。特别是自2017年以来,景芝通过坚守“文化自信、品质自信、技术自信、品格自信”四个自信,创新实施“芝香国酒”高端培育计划,推出“中国芝香·一品景芝·在山东·喝芝香”的品牌诉求,以战略性的视角为鲁酒高端趟出了一条路。

以品类为护城河打响战役

进入2018年以来,省级龙头白酒普遍有了“危机感”。河北衡水老白干酒总经理王占刚直言,“这几年发展慢了,我们要反思”,并在今年提出“称霸河北、名震全国”的新发展口号。

今年4月,鲁酒冠军景芝联合发布了《中国芝香白酒价值白皮书》。《白皮书》指出,景芝酒业构建了芝香品类价值体系,总结提炼了芝香“六大价值”,为芝香品类的聚焦传播做了极富意义的尝试,为一品景芝·芝香产品的市场推广放大了价值。

与此同时,刘全平在会上发布:“坚定品牌高端形象树立不动摇,塑造一品景芝·省酒形象,国酒气质·高端形象,全力培育芝香高端品牌形象。”

解码花冠鲁雅香未来三年绽放计划

成就终端“三大资源”

随着白酒消费升级和高端酒的回暖,行业内有一种预判:2018年开始,中国酒业将进入新的“黄金十年”,其一个重要特征是:名酒和区域名酒将再次崛起,高端、次高端将主宰行业。在这一行业特征之下,抢占次高端成为了区域龙头老大的必要条件,也是省酒未来突围全国市场的基础保障。

“鲁雅香品类推出的最大意义就是为鲁酒在新一轮全国酒业的竞争中争得了话语权。”北京正一堂董事长杨光表示。

“为了做鲁雅香型,花冠几乎拿出了所有的陈酒底,以此来凸显其稀缺性,而稀缺性,正是鲁雅香型的核心。”花冠集团董事长刘念波透露,代表集团未来的鲁雅香作为新的体系,可将其视为开发区建设。

为此,鲁雅香以花冠60载积淀为底蕴,中国白酒大师卢建春领衔,由以姚元滋为首的8名国家级白酒评委组成的专家团队,潜心研究齐鲁文化和鲁酒酿艺,创新传承古法工艺,传承“柔雅”精髓,将其对白酒文化与品质历练的参悟与体会融入精益求精的工匠精神酿造而成。该酒不仅具

有“色泽晶亮透明、陈香浓郁、

绵甜圆润、余味爽净、

陈年味风格突出”的鲜明特点,更将齐鲁地

域及齐鲁文化融入其中,以“三雅两

长”的创新理念,形成具有山东独

有口感的惊艳之作,让品类价值

和品质得到保障。

而为了让更多的

人能在这片被刘

念波誉为“开发区”的

产品上“尽兴挥洒”,花

冠以“中国中度白酒高

价值典范”为定位,立求成就

终端“三大资源”:第一,作为集

团核心打造的鲁雅香,为终端升级提供

新机遇;第二,鲁雅香全方位推动市场,其品

牌与效益的结合,为终端赢来大流量;第三,

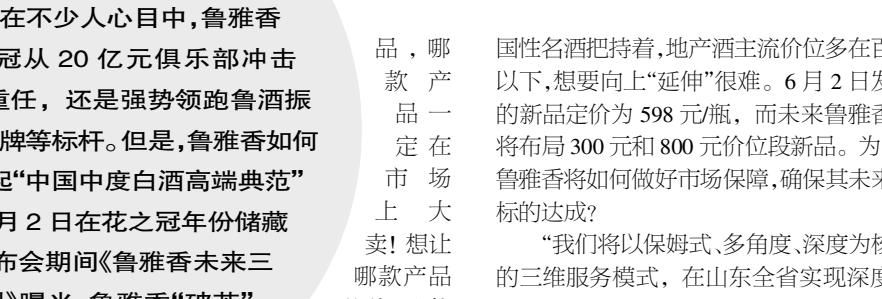
通过集团对高端酒鲁雅香的运作,可促使终

端人脉关系网的建立与完善。

早在花之冠年份储藏17年新品发布会

开始前,菏泽一经销商已非常看好鲁雅香大卖:

“根据经验判断,花冠集团想做哪款产



品,哪款产品一定在市场大卖!想让哪款产品挣钱,哪款产品就一定能挣钱!”

而记者从会上获悉,山东菏泽、济宁已

经有不少意向客户已经签约鲁雅香,

而济南等地的招商工作也随之开展。

三维模式实现全省深度分销

从市场竞争的角度而言,山东白酒市场

一方面云集了比较密集的地产品牌,几乎每

个县都有一个地头蛇;而另一方面这里的高

端价位被茅台、五粮液、洋河、泸州老窖等全

国性名酒把持着,地产酒主流价位多在百元

以下,想要向上“延伸”很难。6月2日发布

的新品定价为598元/瓶,而未来鲁雅香还

将布局300元和800元价位段新品。为此,

鲁雅香将如何做好市场保障,确保其未来目

标的达成?

“我们将以保姆式、多角度、深度为核

心的三维服务模式,在山东全省实现深度分

销。”鲁雅香事业部总经理黄枫透露,未来三

年,鲁雅香将围绕九大项目部署有效推动鲁

雅香的全面市场推广,“通过九个方面的全

力打造,为鲁雅香产品营造出不同一般的营

销氛围。”

其具体做法如下:

第一,在包括名烟名酒店、酒店在内的

流通渠道按专柜陈列、门头支持分类实现

陈列、店招、门头等的生动化打造,突出鲁雅

香的高端象征和鲁雅香文化的传播。

第二,专业、全方位打造鲁雅香宴,在常

规品鉴会基础上,添加仪式感、场景感、参与

感和故事性,让消费者体验到最好的视觉、

感官体验,让其体验一次就难以忘怀,让鲁雅宴和鲁雅香真正走进消费者的心底。

第三,作为重要配套,要全新打造鲁雅宴专用包房。包房全部按照标准化设计制作,专业广告公司安装,包房内用品全部为鲁雅香专属用品;包房内配置专职酒道讲解员,全程讲解鲁雅香工艺及品酒知识,将其升级为鲁雅香酒类文化传播前沿阵地。

第四,组建雅士俱乐部,通过融“吃+住+行”为一体的俱乐部“回厂游”、异业合作体验活动、品牌赞助活动参与、白酒行业高端论坛参与等多种形式的深度体验活动,挖掘雅士俱乐部成员对鲁雅香的认可度和推崇度。

第五,在核心终端老板、雅士俱乐部成员、同乡会、协会、车友会、商会、社群成员、政商务消费群中挖掘合作对象,在一山一水一酒庄(生态酒庄)、国花酒庄+巨野周边一级其他名胜古迹等旅游景点展开“回厂游”,提升目标人群对鲁雅香的知晓率和美誉度。

第六,与山大总裁班、正统鲁菜颜门团队、高端酒店董事长贺寿等社群组织展开深度携手合作,以社群聚拢的方式,提升社群成员对鲁雅香的忠诚度和依恋度。

第七,按流星级、星级、月亮级、太阳级等級升级,提升品鉴顾问级别,引发其专研精神和兴趣度。

第八,通过与企事业单位活动、行业协会、运动协会、商会、政府会议等合作,提升鲁雅香曝光率,提升品牌形象。

第九,在成立由所长王金亮领衔的中国鲁雅香白酒研究所成立之后,又构建了销售团队、市场中心、督导部、财务部等组织架构,力求通过专业团队的打造,确保三维服务模式和深度分销模式的顺利运作。而目前,黄枫带领的鲁雅香事业部已经集结了具有丰富白酒营销经验的50多位精兵强将了,未来这一团队还将更加丰富。

(据糖酒快讯)



独家协办

中国食品工业协会
酒类食品高新技术培训中心

四川省川技王
酒类研究设计院

四川省广元市
酒类技术研究所

电话 [0839]3600888

电话 [0839]3602639