



●周素明表示:今世缘以缘文化为旗帜,将继续在高度、宽度、广度、温度上下功夫,让更多的人认同缘文化。

国缘“新名酒战略”落下重重的一笔 水晶 V 系让您畅饮“更舒适的高端白酒”

■ 本报记者 何沙洲

在白酒行业,高端品牌是极其稀缺的战略资源,只有极少数企业具备打造高端品牌的实力。8月19日上午,今世缘酒业在六朝古都南京,钟山风景区东郊国宾馆举办“礼敬大成者——国缘水晶V系上市发布会”,面向市场推出国缘水晶V系列,以“更舒适的高端白酒”锁定千元价格带,继续发力高端和超高端白酒市场的雄心已经显露。经过精心谋划,国缘“新名酒战略”落下重重的一笔,可以说给千万经销商和客户带来了很大的惊喜。

今世缘酒业董事长、党委书记、总经理周素明在发布会的致辞中指出,随着人民生活显著提高,消费水平持续升级,消费者从“喝到酒”向“喝好酒”转变,向“喝品牌好酒”转变,并最终向“喝有文化内涵的品牌好酒”转变,“舒适酒度,更高品质”已成为白酒的未来趋势。国缘水晶V系以“更舒适的高端白酒”为定位诉求,对国缘产品“高端中度白酒”的品质特性进一步提炼诠释。

大师领衔 200 位科研人员潜心研发数十载之酿

8月19日9点零9分,在政商各界精英,行业协会领导,媒体记者及江苏今世缘酒业股份有限公司厂商代表在内的400余人见证下,国缘V系身披“水晶”新衣闪亮登场。作为今世缘新时代战略新品,发布会展示了国缘水晶V系V3、V6、V9三款产品,其中V3和V6为幽雅醇厚型白酒(创新浓香),V9为清雅酱香型白酒,这也是今世缘酒业,乃至整个苏酒首次推出酱香型白酒。

据悉,国缘水晶V系是由中国首席白酒品酒师,中国白酒专家组成员,今世缘酒业副董事长、副总经理、总工程师吴建峰博士领衔,8位国家级白酒评委,20多位省级白酒评委,200位科研人员,潜心研发数十载,臻选三百年以上老窖池,在传统“老五鞭”古法酿造技艺的基础上大胆革新,采用清蒸续楂、青石窖发酵和“四高一长”工艺,即高温制曲、高温堆积、高温发酵、高温溜酒和长期储存。经过反复品评、层层把关,形成国缘特有的“低而不淡,幽雅醇厚”的独特风格。

国缘水晶V系新品还有很多“特别之处”:外观上,以中国龙的元素充分体现国缘端庄、典雅的产品形象。瓶身为水晶玻璃制造,在瓶底以切割的钻石面折射出酒体的晶莹剔透之感,外包装风格典雅精致,更加符合现代新中产高端人士的审美喜好。品牌定位

上,在国缘品牌“中国高端中度白酒”战略定位统领下,国缘水晶V系定位于国缘品牌的高端序列,以“更舒适的高端白酒”为定位诉求,对国缘产品“高端中度白酒”的品质特性进一步提炼诠释,转化成高端目标消费群体能够感知的价值认知,并区别于其他传统的高端高度品牌产品,顺应引领现代高端精英人士健康化、轻松化的饮酒需求。产品价格上,国缘水晶V系产品在定位于次高端价格带的老开系产品基础上,进入千元高端、超高端价格带,继续引领江苏高端白酒消费潮流。现有的红瓶V系产品仍将保留,以缘文化有力补充。

业内人士表示,如果一个品牌价格高于五粮液及国窖1573,一定要有理由,否则难以

国成立60周年,更高端白酒国缘V6靓丽登场;2011年,致敬建党90周年,超高端白酒国缘V9荣耀上市;今年是2018年,正值改革开放40周年之际,全新升级版国缘水晶V系破茧而出,惊艳问世。从国缘四开到国缘水晶V系,一直创造着中国高端中度白酒的传奇。

周素明在发布会上表示,2018年上半年,今世缘实现营业收入23.62亿元,同比增长30.81%;实现归属于上市公司股东的净利润8.56亿元,同比增长31.56%。其中,国缘系列产品在江苏全省实现了全覆盖、部分区域实现了高占有,实现营业收入15.38亿元,同比增长39.1%,占到营业收入的65.7%,且增速最快,成为企业效益的主要贡献者,极大地带动了今世缘酒业的健康、快速、可持续发展,

产品上,在聚焦打造四开国缘这一形象战略大单品的基础上,顺势而为,重点打造国缘水晶V系战略新品;

品牌传播上,重点借势央视这一国家主流传播平台的高度及权威,并坚持“与大事结缘,同成功相伴,为英雄干杯”的传播策略,积极参与、策划符合品牌定位及目标顾客群体的各类圈层活动;

渠道上,把开设今世缘·国缘专卖店作为关键路径。

据与会行业专家分析,国缘水晶V系上市,是今世缘酒业在以竞争为导向,以品牌可持续发展为宗旨,坚持对标发展的战略再升级;是今世缘酒业在国缘品牌全国化、高端化战略上的重大部署;是国缘产品再举江苏高端白酒大旗的扛鼎之作。

发展奠定坚实基础。

新的酒业形势和发展态势,特别是消费升级带来消费者心理需求的变化表明,中国需要新名酒。从大国崛起来说,白酒是中国5000年历史文化最好的传承和价值表达方式之一,伴随着中国重新崛起走向世界舞台中央,新名酒将成为最能代表和传播中国形象的消费品类之一走向全球化。而集品牌差异化、酒体中度化、价格亲民化、生产智能化、企业规模化为一体的国缘,显然更具备成为新时代中国新名酒的潜力和实力。国缘水晶V的上市推广,无疑为国缘新名酒战略落下了重重的一笔。

为更好促进国缘水晶V新品上市推广,发布会活动现场还成立了国缘水晶V系战略委员会,并举行跨界高端联盟签约仪式。今世



- ①“国缘水晶V系上市发布”启动式
- ②吴建峰先生解析清雅酱香国缘V9
- ③国缘水晶V系产品展示
- ④今世缘入选新华社“民族品牌工程”发布
- ⑤国缘水晶V系战略委员会成立
- ⑥国缘跨界高端联盟签约仪式
- ⑦全球预售1瓶国缘V9

站得住。今世缘打造价格破千的高端国缘水晶V系,对标高端名酒,底气自然不仅仅是来自上述“特别之处”。

战略升级再举江苏高端白酒大旗的扛鼎之作

今世缘酒业地处淮河名酒产区的江苏涟水高沟镇。早在2004年,他们重拳出击,推出高端品牌国缘,终结了江苏没有高端白酒的历史,开启了高端苏酒新纪元,奠定了高端苏酒品牌的行业地位。

从诞生之日起,国缘向中国高端白酒阵营进军的步伐从未懈怠。2009年,献礼新中

被行业专家誉为“中国次高端白酒增长极创造者”。

为迎合新时代中产阶层轻松化、健康化的饮酒需求,周素明在2018年年初的今世缘发展大会上发布了“国缘新战略”:配合全国化拓展的需要,国缘品牌战略定位从“江苏高端白酒创导品牌”顺势升格为“中国高端中度白酒”,以迎合新时代新中产阶层轻松化、健康化的饮酒需求,并引导形成消费时尚。同时实施全国化战略,全面构建“品牌+渠道”双驱动营销体系;

区域上,在深耕省内市场的同时,坚持省外重点突破,梯次开发,并伴随国家“一带一路”战略,积极探索国际化;

国缘打造“中国新名酒”推进践行企业使命之举

在这次发布会上,还发布了今世缘入选新华社“民族品牌工程”的重要信息,国缘品牌有幸成为首批入选的二十几个品牌之一,足以表明企业已经发展到一个崭新的高度。

站在新的高度企业要怎么发展?进入2018年,今世缘酒业即组织开展了思想解放大讨论,在解放思想中明确新目标、展示新作为,提出“奋斗后三年,实现翻一番”和打造引领“中国新名酒”的口号,紧扣社会主要矛盾,谋划开创国缘大业,为今世缘高质量、跨越式

缘酒业邀请了江苏省各行业代表倡导成立国缘跨界高端联盟,旨在相互引流,意图实现高端消费市场融合、资源共享,在推广、资源、口碑、圈层这四个营销维度上实现共赢,为国缘水晶V系铺开道路。

同时,针对上市首发推出的前19瓶国缘水晶V系纪念产品,由吴建峰博士亲笔签名,进行编号拍卖,加上经销商现场认购的200箱首发珍藏版V6共计100万元款项全部捐赠给江苏省扶贫基金会,用于江苏扶贫事业,实践了今世缘人“酿美酒,结善缘”的企业使命。周素明表示,今世缘以缘文化为旗帜,将继续在高度、宽度、广度、温度上下功夫,让更多的人认同缘文化。