深度调整期 五粮液添新品占领白酒代理新市场

五粮液添福白酒是五粮液股份有限公司生产的一款优质白酒,与五粮液同窖、同料、同生产车间、同生产线生产的一款白酒,有着"小五粮液"的美称。

五粮液股份有限公司添福新品白酒以"多点幸福,记住每一分感动"的品牌定位为核心,围绕品牌内涵,制订了体系完整的整合营销传播战略,形成了成熟的商业渠道,让"福"文化不再是虚无缥缈的口号,而是实实在在的个体愉悦快乐的体验,承载消费者细微的心理感受,传递幸福的瞬间,引发多一点幸福的消费共鸣。

以市场份额测算,浓香型白酒占据70%以上市场,并且将一直保持高速增长的发展空间,在白酒市场一直走下去。　(唐会)

五粮液添福白酒浓香型中档白酒得名,系根据我国一幅传统春联:"天增岁月人增寿,福满乾坤春满门"上下联嵌首字而来,即:天福——添福,意在为您美好生活"锦上添花",添福、添财、添喜。

应白酒市场以及白酒代理商需求,2014年五粮液股份有限公司添福新品白酒推出:祝君千祥百福42度、52度;祝君财福临门42度、52度;精品42度、52度;经典42度、52度。每一个经典系列酒都有一个美好的愿望与祝福。

▼相关链接

五粮液之工艺:时间积攒的瑰宝

五粮液的酿造工艺,是五粮液成功的另一功臣,传承了几百年的工艺大体未变,继承了中国白酒工艺的精华。随着时间推移,传统工艺越来越精细化,越来越准确化,将五粮液的工艺带入了一个新的时代。

五粮液的酿造工艺有几个方面最为独特,而且最为宝贵,保证了五粮液能够在几百年的传承后依然生产无法媲美的美酒。

第一是多种粮食的混合酿造方式,还有总的酿造师来掌握多处作坊的协调和技术革新。明朝开始,五粮液尚为杂粮酒的时代,就开始抛弃了单一粮食酿造的方式,并且被各个作坊所接受,虽然配方不完全相同,但是宜宾地区已经开始用这种优质的酿造方式来取代了单粮酿造,并且形成了突破,酒的香味、性质、色泽都非常独到,为未来的酒城奠定了基础。

一名总酿造师负责全城多家酒坊工艺的制度,也在清末开始形成。这就使五粮液在很大范围内形成了自己的独到的酿造体系,不局限于某家作坊,而成为整个酒城的制度,遇见问题,几家协商解决;遇到技术革新,各家各户可以分享。五粮液的技术体系,相比之下,成型比一般的酒厂要早。

第二是著名的包包曲,包括双轮底发酵。这都是五粮液最早的独创技术,现在已经为各家酒企所模仿。在经过漫长的发酵后,这些曲药的芳香程度大增,皮很薄,心很实。曲房不轻易开放,无论是配方、比例关系,还是发酵的程度,都不能随便外泄,所以我们没有能看到最后的发酵成品。科研人员介绍,发酵完好的包包曲只有很薄的壳,里面有很厚的菌丝,粉碎后,发酵力很强,它对五粮液的风格成型起了重要作用。现在包包曲已经被许多酒厂所仿效。

好酒重精细。五粮液的成品,是优中选优,而工艺,则是细中见细。也许是得益于这里悠久的造酒传统,也许是得益于一代代五粮液人的求精意识。

最后的一道,是精心勾调酒。现在酒企常把勾调当成不好的词语,事实上,勾调是白酒走向优质酒的必经之路,这种勾调,不是用坏酒和好酒调,更不是用酒精来调,而是用味道、性质、批次不同的好酒,以酒克酒,以酒兑酒,取长补短,各种味道谐调,成为一味好酒,这就是五粮液成名天下的原因之一。在民国开始,五粮液就开始了简单的勾调技术,经过了中国酿酒大师范玉平的发展和完善,五粮液为中国白酒的技术进步,书写了自己的独特的一篇。　(郑世)

江小白助力《同桌的你》拿下4亿票房

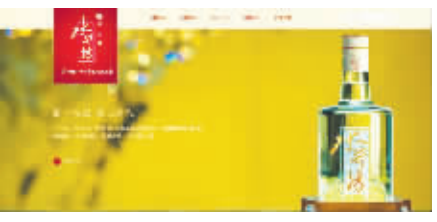
高晓松校园民谣同名电影《同桌的你》在4月下旬上映后狂扫票房,票房、上座、排片率三项蝉联第一,并拿下三天票房过亿的佳绩,截至5月13日,票房总额就已突破4亿,成为当下实至名归的抢钱大片。4月虽是中国电影市场的淡季,新片少票好卖,但与《同桌的你》同期上印的3D动作大片《冰封:重生之门》却没有受到如此大的礼遇,这部满受期望的巨作仅以不到1.5亿的票房惨淡收官。

《同桌的你》演员小清新,宣传发行上的总投入也并不高,是一部实实在在的小成本电影,但这部抢钱的小制作背后有一股鲜为人知的神秘力量,让它的票房像这初夏的温度一般节节飙升。　(晓白)

▼相关链接

不神秘的青春怀旧

近年,青春怀旧题材的电影票房一路看好,从宝岛台湾飘过来的"那些年",到《中国合伙人》,赵薇导演处女座"致青春"更是狂扫7亿票房,这三部青春怀旧题材的电影无一不是票房口碑双丰收。《同桌的你》的创意来源于高晓松1994年创作的同名校园民谣,讲述一对同桌从初中、高中、大学直至毕业十年后的故事。



600年历史来袭 水井坊新媒体平台全新上线

近日,四川水井坊股份有限公司最新改版的企业官方网站、官方微博及全新打造的微信公众号全面上线,这不仅为关注水井坊的朋友提供了一个全新的互动沟通平台,更让您最深入直观的了解水井坊所代表的源远流长的中国白酒文化。

在互联网高速发展的今天,媒体经历了精英媒体与大众媒体的时代,以个人为中心的新媒体已经从边缘走向主流。秉承600年不断传承与创新的精神,水井坊全新打造的新媒体互动平台,不再是传统意义上的"自弹自唱",而是更好与白酒爱好者进行沟通,以使众位"酒友"更为真实地了解水井坊600年深厚历史,了解中国蒸馏白酒源远流长的文化内核的平台。

新媒体全新改版上线之际,水井坊邀请广大白酒爱好者共同关注参与水井坊的互动活动。

活动一:抢滩水井坊

关注微信公众号"水井坊"(订阅号)的第99、199、299、399、499、599、699、799、899、999位用户将获得水井坊臻酿八号500ml装一瓶。

活动二:分享拿福利

关注微信公众号"水井坊"(订阅号),截图上传至微博,并@水井坊官方微博和五位好友,即有机会获得水井坊纪念小酒一瓶。

活动三:粉丝团征名

为水井坊粉丝团取名字,一旦取名被采纳即可获得水井坊梅兰竹菊一套。　(唐会)

茅台降价后销售好转

近期,茅台决定放低姿态、降低代理权门槛,拓展专卖店网络拼销量,到底是否会有效果?未来高档白酒价格走势如何?

"之前2000多块钱的飞天茅台一般不会买,现在降到了900多块钱,公司团购了不少用来招待客户,明显感觉档次提上去了。"南京市民刘先生做销售工作,经常请客户去高档饭店吃饭,他说切身感受到了八项规定、打击高消费给老百姓带来的好处。根据物价部门对南京市场上茅台价格的监测,从去年初至今,53度飞天茅台均价从1600元降到了1000元左右。酒水经销商去年销量下降明显,但今年情况开始好转,主要就是高端白酒在商务宴请等非政务消费中开始增加。近期,茅台决定放低姿态、降低代理权门槛,拓展专卖店网络拼销量,到底是否会有效果?未来高档白酒价格走势如何?

去年初至今茅台价格一路降

目前,在茅台的自营店及茅台网上商城内,53度飞天茅台价格是1159元/瓶,记者从南京茅台专卖店了解到,目前茅台厂家的建议零售价也是1159元。不过,很多茅台专卖店并不完全依照零售价。"如果零售价是1099元,团购价就是999元。"一家专卖店负责人说。

而记者采访了其他酒水销售连锁后,得知这些店由于进货渠道不同,价格更加优惠,基本从900元到980元不等。而在去年7月份之前,53度飞天茅台在各家专营店销售价格还很坚挺,不少销售人员称售价1519元。

从去年初开始,由于八项规定、反对高消费等政策影响,茅台、五粮液等高端白酒市场随着高端餐饮业的下降,价格不断下滑。

探访中,南京新街口附近某超市飞天茅台1198元,而去年初的卖价是1889元。相对来说,电商网站价格更低,此前茅台官方渠道的电商网站上,曾有段时间最低卖到了899元。

记者从南京市物价局价格监测中心拿到一组监测数据,是从去年1月到今年5月每个月的平均价格。在不到一年半的时间里,南京市场上53度飞天茅台的均价从1600元降到1000元。去年底还是1290元,而到今年春节前后,就基本上在1000元左右徘徊了。

酒水连锁店主攻商务消费

去年下半年,记者采访了多家酒水连锁经营店,有商家表示茅台、五粮液等高端白酒出现明显下滑,销量比往年下滑两成以上。

不过,在近日的采访中,有酒水销售商透露,相比去年的惨淡状况,今年销售有所好转,但情况依然低迷。"前几年一瓶飞天茅台能涨到2000多块钱,现在900多块钱就能买到,政府采购少了,但是商务宴请、老百姓自己喝的多了。"一位酒水连锁店的相关负责人介绍说,目前茅台等高端白酒的政务消费基本是没有订单的,现在销售额主要是靠商务消费来支撑。

市民刘先生做销售工作,经常需要在高档酒店宴请客户。"我们从来不在酒店买酒,都是自己公司买好,去酒店时顺便带过去。"他表示,如今茅台、五粮液降价了,对他们这样的消费者来说算是真正捡了实惠。

高档饭店减少供应

飞天茅台、五粮液等高档白酒价格腰斩,那么在各家高档酒店销售情况如何呢?记者采访了多家高档酒店的营销经理,不少人表示不方便透露这方面的情况,但也有人明确表示,由于高档餐饮行业受冲击很大,所以不少酒店不卖茅台、五粮液了。

南京某高档餐饮企业负责人告诉记者,尤其是在这两年的相关政策影响下,很多高档酒店开始减少高档白酒的供应。"我们之前在酒店的供应就不多,现在根本卖不动,干脆直接不备货了,已经从菜单上撤掉了茅台。"他说。

"以往很多酒水公司的销售人员会针对酒店或者一些单位,尤其是茅台、五粮液等高端白酒,推销的针对性更强,可现在完全不同了,酒店卖不动干脆不进货了。"这位负责人说。而另一家高档酒店的营销经理则指出,如今政务消费等都很小心,不少客户来高档饭店吃饭的话,经常是自带酒水。"好酒更要自带,而不是从酒店买。"对方表示。

此前的采访中,记者了解到,由于茅台、五粮液等高端白酒降价,也开始进入不少婚宴、家宴的餐桌。"之前太贵根本买不起,现在降了后,一般过节的时候,给长辈送礼的时候会考虑茅台了。"市民陈先生说。　(金宝)

中国白酒金三角酿酒大师、首席白酒鉴评大师泸州开考

6月12日至13日,被誉为四川白酒界"高考"的首届中国白酒金三角"双大师"——酿酒大师、首席白酒鉴评大师考试考核在泸州开考。来自四川全省130名酒业精英角逐酿酒大师及首席白酒鉴评大师称号,此举标志着在当前中国白酒低迷的情况下,四川白酒从人才入手重振发展的信心和决心,并从技术上准确展现川酒在全国行业突出优势和雄厚实力。

据悉,此次考核的主要目的发掘发现一批四川在推进酿酒工艺及装备技术进步、酒体设计、酒体风格与品质鉴评方面有杰出成就,为推动四川乃至全国白酒产业工艺及装备技术和产品与时俱进做出突出贡献的专家。

据本次"双大师"考试委员会主任委员、四川中国白酒金三角酒业协会会长王国春介绍,本次酿酒大师及首席白酒鉴评大师的考核将实行严格"打表",理论与实际操作相结合,考出这些精英们的真实水平。

中国白酒金三角酿酒大师要求熟悉五种(或以上)香型白酒酿造工艺,精通一种香型的技术工艺参数及技术装备,能够准确阐述主要技术装备的名称及功能,详细分析工艺流程图;说明个人在酿酒工艺技术与技术装备方面对白酒行业的创新创造及其所产生的影响。

首席白酒鉴评大师要求熟悉五种(或以上)香型白酒的酒体设计(感官描述、卫生指标、安全指标、等级指标等),精通一种香型白酒的酒体设计,深刻认识并掌握此种香型白酒的等级、理化、食品卫生安全等指标及感官特征;使用尽可能少的时间,用现场提供的基酒和调味酒,组合、勾调出符合要求的酒体。

"此次考核及选拔是四川白酒创新人才选拔机制,创新人才培养模式的一次探索,更是提升和展示川酒实力的重要举措。通过严格考核选拔的专家将对未来四川白酒行业及企业起到指导和引领作用,让川酒在巩固全国地位的同时更好地走向世界。"王国春说。　(汤颂)

"国酒"贵州茅台酒股份有限公司近日宣布"扩招",欲先在全国范围内吸纳100家专卖店代理商。

茅台拟扩招百家专卖店代理商

6月16日,茅台在公司网上挂出公开招募代理商公告,欲在相关空白市场区域发展茅台专卖店营销网络,而所谓的空白区域是指:符合专卖店各项条件,且未有国酒茅台专卖店或特约经销商的县级行政区域、地级城市、省会城市的空白区、新区和经济开发区。茅台内部人士向记者透露,此次招商首批拟增加100家专卖店。

上述茅台内部人士表示,茅台已经有三年未曾增加专卖店代理渠道,目前包括自营门店,茅台在全国有1100余家专卖店,全国范围还有1000多个空白县级市等区域。根据茅台此前内部开会讨论,首批可能会吸收100家代理商,即新增100家专卖店,最终可能会增加200家。

代理商门槛大幅降低

对于经销商资质,茅台提出了4点要求,包括:申请加盟企业必须在当地有营业两年以上的酒类产品经销公司,且营业额名列当地前3名;企业在当地必须有较好的社会关系,较强的社会影响力和较成熟的营销网络;同时还需要公司组织机构完善,有成熟的销售业务拓展团队;必须有符合开设专卖店的候选门店。

据了解,目前53度飞天茅台的一批价为840—850元/瓶,较前期稳中稍降。该人士介绍说,上述区域新增经销商需以团购价999元/瓶向茅台采购1.5吨53度飞天茅台,随后再以经销价819元/瓶向公司采购3吨。

此前有报道称,根据上述政策,采购800多万元即4.5吨飞天茅台即可成为代理商,较2013年7月出台的6000万元"门槛"费,茅台此次明显大幅度降低了门槛。

2013年7月,茅台首次打破专营渠道,向经销商(编注:非专卖店代理商,不一定拥有门店)抛出绣球,只要当年以999元/瓶进货30吨飞天茅台,一次性打款6000万元左右,次年就可以成为茅台经销商,享受819元/瓶的出厂价。

对此,茅台方面的解释是,上一次针对的是非空白区域的成熟市场,因此门槛相应较高。当时的营销措施是经销商只要付足够款项来买酒就行,无论有无门店均有资格参与。

据报道,申银万国证券在一份研报中指出,飞天茅台以999元一瓶的价格吸纳了一批新经销商,预计2013年为公司带来2000吨左右增量。这也是在去年酒企业绩一片跳水中,茅台依然保持了营收、净利双增长的重要原因。年报数据显示,2013年茅台实现营业收入309.21亿元,同比增长16.88%;净利润151.37亿元,同比增长13.74%。

"补齐渠道短板"

对于茅台的招商新政,白酒营销专家万兴贵则表示,茅台此次降低门槛招募代理商,抓到了现在中高档白酒销售的根本,"中高档白酒市场目前普遍疲软,茅台的公开招募有利于茅台销售渠道的完善,补齐渠道短板,同时还有利于经销商体系的改变。"

不过,白酒营销专家铁犁认为,茅台目前已经有1500家代理商,所能开发的空白区域有限,这次招募并不会增加太多代理商,因此销量也不会有太大提升。此外,虽然这次茅台招募代理商的门槛降低,但是在中高档白酒市场需求低下的大环境下,经销商在销售过程中获得的利润并不会太大。

中高档白酒市场低迷的现状毋庸赘言,因此增加白酒的销量,是每个中高档白酒企业都在考虑的问题。五粮液集团今年5月宣布,旗下52度水晶瓶出厂价由729元/瓶降至609元/瓶,这是中国高端酒企第一次公开宣布降价。但茅台公司总经理在当月召开的投资者交流会上表示,其对茅台价格体系有信心。

(宦艳红　戴一苇)