



以变应变 五粮液百年尖庄 深化白酒供给侧改革

■ 本报记者 王剑兰 报道

3月24日至26日，第94届全国糖酒商品交易会在成都世纪新城国际会展中心精彩举行，3000家参展企业和10余万专业观众到会进行展示交易、合作洽谈。在本届糖酒会上，酒类供给侧改革引发强烈关注。而五粮液百年尖庄酒也凭借其优质的产品、悠久的历史、出众的品牌形象闪亮登场，赢得了参展客商与专业观众的青睐与追捧，展场内外人声鼎沸、宾客盈门。

渠道变革 增加有效供给渠道

记者获悉，在今年的两会上，全国人大代表、五粮液集团董事长唐桥用“三个举措”支招白酒业供给侧改革，并认为企业唯有以消费者需求为导向，苦练内功，才能做到有效供给。“供给侧结构性改革很重要的一个任务，就是减少无效供给，增加有效供给。对五粮液来讲，就是要根据市场需求调整产品结构。白酒消费主流回归大众、价格回归理性、渠道变革升级成为新常态。”唐桥说，供给侧结构性改革的推进，将加速白酒新常态下新旧动能转换，促使企业加快改革、创新、转型。在白酒总体产能过剩的背景下，对于企业来说，重点还是自己要苦练内功，从成本管理、产品研发、市场营销等着手，提升企业经营质量。

2016年，五粮液将继续贯彻“控量稳价、量价均衡”的基本思路，以“做精做细五粮液品牌，做强做大腰部产品，做实做稳低价位产品”为具体营销定位，继续坚持“三个转变、四个贴近”的营销指导思想，实现“三个确保”的营销目标，即“确保全面完成公司目标任务，确保实现五粮液及其系列产品量价稳中有升，确保运营商获取合理市场回报和经营收益”。

据了解，为满足不同的消费需求，除联合全国各大白酒专营酒类企业运作传统渠道外，企业还尝试拓展互联网、电视购物等多渠道的营销方式，都取得了不菲的成绩。2016年春季糖酒会更是捷报频传，整个糖



●百年小酒



●百年柔顺



●百年精制



●百年上品



●蓝百年



●红百年



●银百年



●3D百年

酒会期间签订经销合同上千万，在白酒行情相对低迷的时期，取得了难得的佳绩。

产品变革 满足不同供给市场

“百年尖庄纪念酒”系五粮液集团旗下的支柱品牌之一，是五粮液集团的拳头产品。五粮液酒历史悠久，是家喻户晓的中国白酒大王。百年尖庄纪念酒色泽清澈晶莹、挂杯细腻；香型浓郁、味感绵软醇厚，入口不冲、回味悠长；饮后兰香盈口。“百年尖庄纪念酒”慧于中而秀于外，融合历史底蕴、文化内涵和现代情感为一体，展现高雅品位，彰显人文特色，体现了五粮液发展到今天的一种企业灵魂。她非常符合五粮液企业发展高端白酒的意愿；凝聚了五粮液企业三千年传统的五粮液酿艺。也充分弘扬了五粮液所讴歌的“盛世中华之赞”。“百年尖庄纪念酒”源自“五粮液”老窖，也是其精髓的体现，酒魂的再现。

为了充分占领市场，必须有针对性不同市场的细分产品，百年尖庄煞费苦心，开发出不同的差异化产品，满足市场需求。记者了解到，如今百年尖庄纪念酒在糖酒会上共推出了八大产品，分别是：“极品窖藏”、“百年窖藏”、“银百年”、“蓝百年”、“红百年”、“百年庆典”、“百年精制”、“纪念小酒”。

百年尖庄酒度数全面，能适应全国各地的饮酒要求。其中：1、极品窖藏：酒度有38%vol、45%vol、52%vol，此酒透明简约，设计彰显出中国红的高端大气，瓶身金色云龙纹高贵典雅，通体雍容华贵，有紫气东来的良好寓意；2、珍品窖藏：酒度有38%vol、45%vol、52%vol，透明简约，水晶白彰显低调内涵，瓶身金色云龙纹典雅沉着，富贵祥和巧夺天工；3、百年醇香：酒度有38%vol、45%vol、52%vol，透明简约，采用五粮液传统水晶五粮瓶型，高雅、低调、传承经典，不失品味。4、银百年：酒度有38%vol、52%vol，简单大方，烙银炫炫精致婉约。瓶身珠玉富贵，睿智端庄吉祥富贵；5、蓝百年：酒度有

38%vol、52%vol，青春靓丽设计，宝石蓝清新淡雅，瓶身深蓝色，宛如大气已成的男人胸怀，飘逸脱俗静谧沉着；6、红百年：酒度有38%vol、45%vol、52%vol，设计明快大方，中国红与雅金色的协调搭配，在洋溢着吉祥喜庆的氛围中不失高雅和富丽，是中高档喜庆场所不可多得的佳酿之作；7、百年柔顺：酒度有38%vol、45%vol、52%vol，有大雅宏达怀瑾握瑜的雄心，瓶身金色纳福纹浮翠流丹，绚烂红盎然祥瑞，鲜艳明快设计；8、3D百年：酒度有38%vol、45%vol、52%vol，采用新型的3D视觉塑胶材质包装设计，从不同角度，绽放其品质的耀眼光芒和多彩变化；9、百年精制：酒度有38%vol、45%vol、52%vol，其特点是涅而不淄、雪操冰心，瓶身红色画卷纹温恭，玫瑰红典雅别致，简洁时尚设计；10、纪念小酒：酒度45%vol，设计简约明快，瓶身源自“五粮液”独特瓶型缩小，玲珑剔透小巧别致，色泽清澈晶莹，味感绵软醇厚，回味幽长，是独酌和朋友小聚选择的绝佳酒品。

形象变革 彰显王者气质亲民风范

“百年尖庄纪念酒”由知名的设计和策划公司全力打造，以“秦、汉、唐、宋、元、明、清及宜宾历史”为方向，倾心塑造“百年尖庄”的包装和形象，大力高雅，与众不同。包装设计简约大方而不失内涵，瓶身云龙纹高贵典雅，雍容华贵，既承继了以往尖庄酒的传统风格，同时又兼容自己的高贵血统、不凡身世。

溯源而上不难发现，早年，宜宾古城之内，共有酒坊十余所，所产酒皆称“提庄大曲”，且各国家场所都认为自产之提庄酒质量最佳，谁也不服谁。于是有好事之人组织各所酒坊进行评比。通过这次民间评比，众人公认“利川永”酒坊所酿造的“提庄大曲”略有胜处，于是感叹道：“各坊各庄皆好酒，利川提庄中尖。”遂推“利川永”酒坊的提庄曲酒为“尖庄”（意即提庄中之最佳者），因而得其名。1951年，在政府组织下，数家老糟坊联合起来成立了大曲联营社，生产五粮液、提庄、尖庄大曲。从此，尖庄开始了与五粮液同舟共济、共创辉煌的征程。

百年尖庄酒仍沿袭最古老的方式跑窖循环，固态续糟，双轮底发酵技术，分层起糟，分层蒸馏，按质并坛等独特的酿造工艺均由手工完成。并实现分级入库，陈酿，优选，组合，勾兑，调味的精细化控制，加之五种粮食的配方，更将不同粮食的香气和产酒的特点融合在一起。在五粮液的所有产品体系，有“纪念”两个字的只有百年尖庄一家，产品定位于中高端政务、商务用酒。由此，不难看出“百年尖庄纪念酒”的弥足珍贵。

不可否认，五粮液百年尖庄酒在本次糖酒会上大放异彩，为五粮液争光，为“中国白酒大王”锦上添花。而更为重要的是，在本次糖酒会上五粮液百年尖庄酒拂去了神秘的王者面纱，放下身段积极“亲民”，通过供给侧改革更加深入人心，高贵不贵，为百年尖庄强势占有终端市场打下了良好的基础。相信随着酒业市场的渐渐回暖，他的王者气质、亲民形象必将得到极大的彰显，市场会给出公正的评判。



宜宾五粮液股份有限公司百年尖庄纪念酒全国运营中心
总部地址：四川省成都市青羊区金祥路6号仁和金沙大厦2-24楼

招商电话：028-61357399 13980393777 13348877990 传真：028-61357399
宜宾分公司地址：四川省宜宾市翠屏区外南街63号4楼
电话：0831-3550888 传真：0831-3556288 网址：www.wlybnjz.net