

“千岁”川酒要闯关 如何拿下“新一代”

童胤胤

12月20日晚,成都少陵路一家酒吧内人头攒动,当该店调酒师邓科将新调制的白酒鸡尾酒摆上台面后,受到了在场年轻消费者的热捧。

邓科告诉记者:“通过在调酒技术培训班所学的知识,我在这几天实验了几款新产品,销售情况不错,用白酒做基酒为我在创作鸡尾酒产品时提供了新思路。”邓科所在的调酒技术培训班是近日在川举行的2016年四川省白酒新生代酒品暨调酒技术培训班,这也是国内白酒行业第一个针对年轻化产品的专业培训班。

泸州老窖集团董事长张良、五粮液集团核心研发专家林红、帝亚吉欧 worldglass 世界调酒大赛中国区决赛评委许忠镇等国内白酒专家和调酒师亲自授课,从会上传出一种共识:“千岁”川酒要闯关,必须顺利实现产品迭代,拿下新一代!

市场生变 年轻人喜“新”厌“旧”

在经历了白酒行业深度探底后,2016年以来,四川省白酒企业呈现复苏迹象,但市场回暖后又出现新问题:原有市场相对饱和,固有消费群体趋于“老龄化”……白酒消费者迭代问题的凸显,年轻人不喝白酒已成为困扰行业发展的最大挑战。

以酒类消费集中的酒吧、夜场为例,在这些消费环境中,“口味太辣,不适合纯饮”成为年轻消费者拒绝白酒的主要原因。据相关统计资料显示,目前,全国商务型夜场共计160多万个包房,夜场酒的市场容量超过3000亿元。“对年轻人的消费输出受阻,是因为在产品理念上,设计古朴,强调年代感的高端白酒固有优势反而成为瓶颈。”重庆江小白酒类营销有限公司董事长陶石泉表示。

国内著名白酒专家沈怡方也旗帜鲜明地提出:“中国白酒企业对文化和品牌的塑造应该从‘厚古薄今’向‘厚今薄古’转变,即从前白酒企业在推广时往往强调品牌老、窖池老、工艺老,而忽略了年轻人所关注的新口感、新品牌、新感觉。”

面对庞大的年轻消费群体,国内多家酒企已“先下手为强”,加入了这场“年轻人争夺战”。2012年,外形轻俏、附赠励志语录的江小白一炮而红,其产品准确定位时下年轻人的喜好,一经面市,就成“现象级”产品。而善做营销的洋河,则是抓住时下年轻人对娱乐综艺的喜好,赞助了多档热播节目,让年轻消费者大大加深了对品牌形象的认知。

江小白首提“年轻化” 让年轻人与白酒“亲密接触”

如何打开年轻市场?2016年年中,四川省在成都启动四川新生代酒品战略,实施白酒产业供给侧改革战略,大力开拓川酒新渠道、新市场,创造性地提出了“年轻化酒品”这一概念,亮出了进军年轻化市场的“起手式”。

品牌故事 | Brand story

江小白“增产”背后

投资5亿酿酒产能提升300%,董事长陶石泉说:我们为何变得如此之重?

酒家 林向

江小白近日对外宣布,江小白酒业生产基地江记酒庄二期工程开建,二期工程占地面积153亩,规划建筑面积10万平方米,投资规模5亿元。

在此之前,江小白在酿酒产能扩充上的动作并不受关注,为何这家在品牌和营销上被誉为标杆的酒企会在酿酒产能和技术上做这样体量的投资?

投资5亿增加酿酒产能

据酒家了解,江小白的酿酒基地江记酒庄位于位于长江之畔的中国西部长寿之乡——重庆江津白沙古镇。计划2018年全部完工,项目建成后,可实现年储酒能力2万吨,新增年产值超过10亿元,产区总面积也将达到210亩,总产能将是现在的4倍。

“江记酒庄二期工程能进一步增强江小白的纯粮酿造和藏酒的产能,进一步实施‘真粮真藏,品质与品牌双领先’的企业战略,为3年以后的规模增长奠定基础。”江小白董事长陶石泉对酒家表示。据了解,江记酒庄二期工程主要包括手工精酿车间、地下麻坛酒库、罐存酒库、智能化包装区、研发中心、食品安全检测中心等构成。

在此次大规模投资落地之前,江小白已经展现出在技术、酿造上的雄心。据酒家了解,江记酒庄目前拥有由3名国家级白酒评委、4名国家注册高级酿酒师、5名重庆市白酒专家及8名省级白酒评委为代表的专家团队。

陶石泉释疑:江小白的轻与重

在此之前,江小白在酿酒产能扩充上的动作并不受关注,为何这家在品牌和营销上被誉为标杆的酒企会做这样体量的投资?

用陶石泉的话来说,江小白的经营法则其实就是在各环节的“轻”与“重”中间不断取舍。



五粮液推出的低度酒“冰爆”



随后,五粮液宣布加重年轻化酒品的投入,成立宜宾五粮液新生代酒业有限公司,该公司副总经理赵仕超告诉记者:“为实现对白酒年轻化的战略部署,我们的服务对象将聚焦年轻消费群体,通过市场调研、大数据分析,研制出符合他们口味的产品,制定符合他们喜好的个性化营销体系,全方位切中这一消费群体的特性。”

此外,一系列针对年轻消费者的川酒产品也于2016年相继上市。其中,五粮液推出三大系列40余款新品夜场酒,与成都多家酒吧签订合作协议;泸州老窖则推出了一款以白酒为基酒的“超体”鸡尾酒,一经面市就引起了行业的普遍关注。

拥有外资背景的水井坊,则通过一场场品鉴会,将白酒玩出新花样——水井坊先是携以白酒为基酒制作的特调鸡尾酒参加法国鸡尾酒周,后又携手上海华尔道夫酒店酒吧,

创作了一系列以奥运为主题的白酒鸡尾酒。水井坊公关部相关负责人告诉记者:“对水井坊而言,年轻化并不意味着低档低价化,而是用他们能接受的方式,感知、喜欢中国的传统白酒文化。”

在产品架构与品牌战略上向年轻消费群体倾斜的背后,是打通向“80”“90”后输导中国白酒文化的通道。水井坊总经理范祥福认为:“时下年轻人更喜欢潮流、时尚的产品,而白酒企业一直强调的是历史传承等元素,很难受到年轻消费者的青睐。因此,白酒企业除了在产品口味、包装等方面下功夫之外,更重要的是要让年轻人认可白酒文化。”

范祥福的这一观点,得到了泸州老窖集团董事长张良的认同,他表示:“年轻人的喜好多元且多变,单纯的在产品包装、产品定价和形象塑造等方面进行改变远远不够,更重要的是要让年轻人在文化、营销等层面,这对白酒企业来说是新的挑战。”

提升消费体验 一款鸡尾酒兑出川酒新味道

“如果说让年轻人接受、喜爱并传承中国的白酒文化是最终目标,那么找到与‘80’‘90’后人群的互通介质就变得尤为重要。”四川恒泰行酒业太白先生酒创始人之一朱峰这样告诉记者,这款名为太白先生的小酒,是企业推出的唯一产品,仅仅针对年轻消费群体。自从9月9日举行新品发布会以来,第一批次的30吨酒已销售一空。“省内市场以绵阳、南充、德阳、广元等城市为主,省外市场的发展情况也超过预期。”朱峰这样告诉记者,他的方法论并不复杂,想要打开“80”“90”后人群的味蕾,首先就要了解他们消费习惯,最好是培养起新的习惯。

比如,在酒吧排队等位,就是一种新的习惯。通常在成都九眼桥畔的贰麻酒馆,店外等候的客人都会排起长队。据酒吧老板介绍,凭



了做“重”品质。“为了提升20%的质量,我们愿意付出200%的成本”,陶石泉说。

江小白两大酿造、研发法则

很多人注意到,进入2015年,“单纯高粱酒”开始成为江小白产品包装上的核心标签之一,江小白希望能够成为全国规模最大、品质最高的高粱酒生产企业。

江记酒庄总经理、负责人李俊接受酒家采访时表示,江小白从品类上属于小曲清香型白酒,同时又是小曲清香类中的亚品类单纯高粱酒。在口感上,江小白一直致力于白酒“利口化”的研究与创新,制定并推出了白酒发展史上具有里程碑意义的“SLP守则”,即白酒应当适宜消费者口感,向“Smooth、light、pure”的方向努力。

Smooth,即入口更顺,减少辣感、刺激感和苦味。

Light,即清爽,低醉酒度,不易醉,不口干,饮后无负担。

Pure,即指纯净,无杂香,杂味。

为实践“SLP守则”,让消费者体验更适宜的口感,江小白从原料、工艺、度数等方面进行了一系列的优化:将红皮糯高粱作为单一原料,使用青石板窖池代替传统水泥池,川法小曲清香的传统工艺,以及在此基础上工艺的改进,将杂香杂味排除在外,酒体纯净,酒香纯正,始终坚持用高粱做酿酒唯一原料。

江小白酿酒研发上的另外一个原则是,“为了提升20%的质量,愿意付出200%的成本”。这其中有很多有趣的细节。

据李俊介绍,为了确保酒的品质,江记酒庄大幅延长小曲白酒的发酵周期,增加酒体

借一杯杯色彩鲜艳的自制白酒预调酒吸引了众多年轻消费者,每年的销售额达到千万级。“只要有外地朋友来成都,我都会带他到这里来。”现年28岁的消费者孟光翎告诉记者,“除了白天能吃到火锅、川菜,晚上还能喝到用川酒制作的鸡尾酒,这是一种难得的体验。”

贰麻酒馆的现象传递出一个积极的市场信号。“白酒进夜场并非不可能,重要的是如何将白酒的产品特质与酒吧的氛围融合在一起。”从事夜场管理工作的王正认为,现在正是实施酒品新生代战略的好契机,年轻消费群体注重产品品质,强调体验的愉悦感,因此,本身有着好品质的川酒迎来开拓新市场的“窗口期”。

事实上,无论是推新品还是进夜场,都是在探索年轻人接受白酒的方式。川酒企业力求通过这些渠道,让川酒和年轻人“亲密接触”,从接触到接受,从接受到喜欢。正如省经信委国酒金三角推进办副主任方建程所说:“这是一个改变观念的事情,不可能一蹴而就。”(作者系《川报观察》客户报记者)

【专家观点】

“白酒+鸡尾酒” 一处待开采的宝藏

许忠镇

在北京、上海、广州这样的一线城市,酒类销售点基本被洋酒、红酒占据,白酒的市场份额越来越小。而在中高档的消费环境中,年轻消费者则喜欢用洋酒、红酒来体现自己“大富翁”“有品位”的气质,但一说到白酒,他们往往又变成不会饮酒的“绅士”。

10年前,在日本举办的鸡尾酒大赛中,我用白酒做基酒,调制了一款参赛作品,该作品不仅获奖,还获得了现场评委的一致好评,他们感叹于这款神奇鸡尾酒的奇妙感受。行业内的人都知道,日本评委在酒味味道方面一向以细腻、敏感著称,我想连他们都可以欣赏,那这种搭配肯定也是可以市场接受的。我认为,“白酒+鸡尾酒”的这种搭配模式就像未开采的宝藏,它一直在我们身边,却又一直被忽视,感受不到它的珍贵,而现在应该是可以“开采”的时候了。

白酒是有着强烈个性味道的产品,现在年轻人很难接受纯饮,但是经过我们的巧妙搭配和无限想象,或许会开辟一个崭新的领域。当然,这种新模式不会一蹴而就,它需要长时间的推广与铺垫,慢慢培养市场,慢慢完善产品体系,而白酒行业也需要准备相关计划和专业技术。

我希望,调酒师能更多地关注白酒,从中挖掘出更多的中国元素,让更多的年轻人通过“白酒鸡尾酒”认同我国的白酒文化,也让这种带有中国烙印的新产品走向全球。

(作者系成都市调酒师协会会长,从事调酒行业26年,是国内唯一获得国际调酒师协会认证的国际调酒师)

微量成分,提升产品口感,为了保证质量牺牲了产量,江记酒庄将出酒率控制在40%左右;而在传统的工艺中,出酒率一般是53%-55%左右。

由于延长了发酵周期,出酒率降低到40%左右,综合测算下来,江小白的生产成本是传统小曲清香型白酒的2倍。

“产量和质量要平衡,不能一味追求产量而忽视质量,我们经过反复试验,最后在保证品质比较好的基础上,出酒率应该在四成左右(一斤高粱出四两酒)。做质量肯定要牺牲产量。”李俊说。

最后是储存时间的延长。据李俊介绍,传统的小曲酒工艺储存时间大多在半年或几个月,一般小曲酒需两个月才能脱新,很多酒厂在酒味消失后就立即投入使用,最后的产品口感并不好,消费者喝完也容易上头。而江小白产品的储存时间要长得多。

“江小白储存时间延长到1年以上,时间成本、资金占用当然也会更高。”李俊表示。

不仅如此,江小白在生产工艺环节解决了小曲酒最大的两个技术难题:自带苦味、甜味不够,这是相比浓香型、大曲清香型白酒,小曲清香一直存在的问题。据李俊透露,江小白在生产技术上已经解决了这两大问题,一是从工艺上消除了苦味;二是改变小曲酒为了追求最大的出酒率而将原料里的淀粉成分全部淘尽的传统做法,而江小白在生产酿造过程中会做一些处理。前者会导致口感干涩枯燥,后者在后期蒸馏中会出现甜味。

与此同时,李俊的主持下,江小白攻克了低度白酒的最大难点——酒体混浊和水味突出的问题,降低产品的度数,以减少酒精量的摄入,通过活性炭等多级过滤,极大地净化酒体,减少杂质,使酒体更纯净,降低醉酒度,尽量减少复杂成分的含量,减少复杂成分分解带来的生理负担。“这也是我们坚持做单纯高粱酒的原因。”李俊补充道。

李俊对酒家透露,传统的白酒消费群体要求口感浓郁,味道绵长;而江小白面向年轻的消费群体,年轻消费者对味道长短没有要求,相反对口感干净的要求比较高,江小白从工艺上做了一系列创新。

营销视野 | Marketing vision

迎合市场主动求变 圆消费群体的窖藏梦

宜宾长宁酒企在转型升级中蝶变突围

宋成均 王超

12月24日,四川省宜宾长宁县竹海酒业厂区内张灯结彩,锣鼓喧天,热闹非凡。祭祀酒神、封坛仪式、文艺汇演、坝坝宴席等丰富多彩的活动有序进行,竹海酒业2016窖藏酒封坛庆典活动的举办吸引了千余人前来观礼和品鉴,订购活动非常火爆,不到3个小时,10吨56度窖藏酒被现场抢购一空。

据四川在线消息,这只是长宁县酒类企业在实现转型升级中主动求变的一个缩影。近年来,该县酒业围绕市场需求为核心,实施由产能扩张向质量效益转变,由原酒销售为主向以瓶装酒销售为主转变,由传统营销向传统与现代营销相结合转变,强力推进名优白酒产业转型发展,在白酒产业深度调整期战争中取得了阶段性成效和一定程度的创新突破。

“这次没有白来,买到了好酒,也圆了我的窖藏白酒的梦想。”活动现场,市民曾启才通过排队买到了200斤窖藏酒,脸上洋溢着笑容,他表示,窖藏酒经过了多年的窖藏发酵,口感比市场上的普通白酒要好,而且在厂家直接订购,质量更有保证。

长宁酒企通过市场调研了解到,越是陈年的白酒越受消费者喜欢,很多顾客都有着自己窖藏白酒的梦想,却因为环境的限制和缺乏窖藏酒专业的勾调技术而搁浅。为迎合市场,竹海酒业的封藏酒选用了贮存期3-8年的纯粮固态基酒,设计师在勾调时对身体体的口感、香味和度数都经过反复的考量和验证,而且酒窖常年安排专人根据四季温度监控,调整储藏环境,为藏酒营造恒温、恒湿、避光、卫生的环境,实现增香、陈香、老熟的储藏功效。

“本次活动开创了长宁县酒类企业开展窖藏酒封坛活动的先河,我们敢第一个‘吃螃蟹’,是因为对活动的效果有着充分的预估和信心。”竹海酒业副总经理许静介绍,顾客订购的白酒在2年内企业提供免费窖藏保管,在提取时还可以根据消费者的需要进行私人定制式装瓶,确保消费者对产品质量和服务都满意。

在窖藏酒封坛庆典活动现场,有着中国白酒泰斗之称的中国著名白酒专家、四川省政府科技顾问、四川省白酒专家委员会主任曾祖训登上舞台,宣布他与十余名国内知名专家对该窖藏酒的共同品鉴结果,“竹海封藏酒无色清亮透明,窖香幽雅,陈香突出,醇厚丰满,绵甜爽净,香味协调,四位悠长,多粮浓香风格典型,具有较高档的封坛收藏价值。”

对于专家们一致给予的高度评价,竹海酒业董事长宋永铸表示,质量是生命,研发是灵魂,30年来,企业坚持“生态酿造,自然之道”为理念,利用国家酒类及加工食品质量监督检验中心、四川大学生命科学学院、四川省酒类科研所的农香型白酒产、学、研基地的平台优势,集中酒类科研人才持续不断地进行酒类科技研发,为适应消费需求主动作为,倾力打造中国生态酿酒典范。

“目前,长宁县建立的开佛酒食品园区已经初具规模,全县22家白酒企业已形成年产11万吨的产能;君子酒业与国美集团战略合作重组提升白酒产业,并与京东商城达成战略合作,竹海酒业等酒企与淘宝实现对接,实现了白酒产业的‘互联网+’模式;酒类园区的品质竞争,迫使企业进一步加强酒类产品研发以适应和满足市场需要。”长宁县经济纪委书记罗怀军告诉记者,该县拥有规模以上白酒企业11家,全国白酒生产企业17家,中国白酒之都十朵金花企业2家;获得中国驰名商标1个,四川省著名商标2个,四川省名牌产品2个,知名商标近10个,每年实现产值达20亿元以上,正向着“打造中国白酒三角名优白酒生产基地”的道路豪迈前行。



国内知名酒类专家对窖藏酒进行专业品鉴

四川百年苏公老酒坊 全国招商

提供:
原生态清香、浓香、酱香白酒和养生酒、水果酒及贴牌代工业务。

财富热线:4008842899
加盟专线:15881033359