

国窖、泸州、四五、洋河、宋河等白酒淡季不淡

我市畅销白酒阵容呼之欲出

□记者 牛勇威

本报讯 炎炎夏日，酷暑难耐，正是啤酒畅销的时机，然而我市白酒消费也未走向低谷，反而出现淡季不淡现象。

其实“淡季做市场，旺季做销量”，只是常被用来作为淡季不上量的挡箭牌。记者走访调查发现，我市一些品牌白酒不但在旺季获得了丰收，就是在淡季也同样“淡季不淡”，取得了销量的长足进步。像国窖1573、洋河天之蓝、四五1949、泸州老窖特曲、宋河、百年泸州老窖、双沟青花瓷、十八酒坊、双沟珍宝坊、泸州老窖特曲老酒、郎酒等白酒受到了消费者的青睐，在众多品牌中脱颖而出。

在淡季白酒消费减少，但并不意味着就没有人喝酒，就没有消

费，白酒照样有人喝。有句话说得对，“没有做不好的市场，只有想不到的方法”。踏入我市市区超市，许多白酒都在采取“买二送一”、“买大送小”等形式让利消费者。在娱乐场所、酒楼乃至大排档，也少不了白酒推销员的身影。究竟哪些白酒能成为消费者心中的夏日主流呢？对此，记者对白酒消费市场进行了走访。

“夏天由于炎热，啤酒是首选，但喝啤酒长肚子是无法避免的，所以我们都以白酒代替。这不，我们喝的就是十八酒坊。”在市区某酒店，市民李先生指着桌上的两瓶酒告诉记者。

记者在采访中发现，我市白酒种类众多，但无论本地酒、贵州酒、安徽酒、湖南酒、湖北酒、山东酒、东北酒等区域白酒产品，在我市市场中都能找到“知音”。市区陈先生在接受采访时说，“在宴请时，再好的

啤酒也不能显示其档次。高档白酒却能体现其价值内涵。由于工作需要，我向来都只喝固定品牌白酒，那就是国窖1573与梦之蓝。”

从我市市民的消费习惯来看，到酒楼和大排档消费，白酒自带的现象十分普遍。在采访中，市民郭先生告诉记者，他的车后备厢里一直放着泸州特曲老窖和宋河，这是他自己到专卖店买的，外出用餐都是自带这两种白酒，他的朋友也大多采取这种做法。郭先生认为，随着“后备厢时代”的到来，越来越多的消费者开始自带白酒。然而在我市众多品牌白酒当中，记者发现，在众多品牌白酒中，国窖1573、百年泸州老窖、泸州老窖特曲老酒、四五1949、郎酒、宋河、洋河梦之蓝、十八酒坊等白酒受到了消费者的青睐，渐渐成为我市的主流白酒。

天王巨星周华健代言

泸州老窖 力推新品特曲老酒 闪耀登场

乐坛巨星周华健代言

□记者 付永奇 通讯员 理卫东

天王巨星，目前，已发行音乐专辑逾40张，累计销量过数千万。其形象及曲风阳光、健康、积极向上，并因其实力的唱功和天王般的人气，成为20世纪90年代最具影响力的华人歌手之一。

正是看中了周华健的阳光、健康形象，以及演唱了无数经典歌曲，泸州老窖决定邀约周华健出任特曲老酒的形象代言人，这也是泸州老窖首次邀请明星代言。

醇厚、优雅的特曲老酒正如周华健的经典歌曲，老酒如歌，双方相得益彰。

据悉，泸州老窖将围绕这位华语流行乐坛的天王量身订做代言广告片，出席特曲老酒多个推广场合。而周华健也会用特曲老酒在全国巡回演唱会中举办答谢歌迷的活动。



“培训就是生产力，学习就是竞争力”。河南祥龙四五酒业经常通过不同的实际案例，分析客户的内在心理，帮助员工把握营销的精髓，进而提升企业竞争力。图为九度营销机构总经理马斐应邀在为四五酒业销售人员讲课。

(记者 付永奇 实习生 段鹏 摄)

白酒行业协会领导和专家参观洋河时表示——

洋河快速发展是历史地位回归

近日，中国白酒界泰斗、中国食品工业协会白酒专业委员会副会长沈怡方，白酒专家、江南大学副校长、江苏省白酒协会会长徐岩教授等一行到洋河股份参观交流。

沈怡方认为，一家企业同时拥有历史形成、不可复制的两大“全国名酒企业”金牌，这是沉甸甸的分量，也是企业近年高速发展的“数字硬实力”背后更具价值的品牌、技术、质量、人才、历史“软实力”。洋河股份近十年来的快速发展，也是在经历了计划经济向市场经济的转型阵痛期之后，企业历史地位的强势回归。

徐岩说，实地参观后，看到洋

河在产品质量控制方面的高标准、严要求和大投入，比如洋河的整合型管理体系是全国同行第一家；比如洋河的国家级博士后科研工作站以及拥有近50名科研人员的强大研发队伍；比如200多人的高素质专业检验队伍、国际一流的检验分析设备等

等，这些都共同构筑了一道确保产品品质、卫生与安全的质量大堤。

洋河近年来持续高速的成长，使得“洋河”已经成为一种现象。与会专家还就洋河发展的管理和营销等问题进一步交流和深入探讨。

(欣华)

广告