

包装不变 口感更佳

“大红袍”时隔 20 年重出江湖

□记者 付永奇

本报讯 “又喝到多年不见的‘大红袍’了，和原来的口感一样！”近日，本报品酒团成员、市民王先生在市区建设大道的一家大排档就餐时惊喜地告诉记者。河南祥龙四五酒业（以下简称“四五酒业”）相关人士告诉记者，李先生喝的“大红袍”，是他们在时隔 20 年之后，应市民要求重新推出的周口特曲。

“酒是喝出来的。周口特曲口感好，销量大，因其商标颜色是大红色的，所以当时人们就习惯把这个酒叫‘大红袍’，它可给四五酒业立过大功呀！”在四五酒业工作了 20 多年的管

理人员李俊才，指着刚刚推出的“大红袍”（周口特曲）对记者说。

据介绍，在上世纪 90 年代，当时的四五酒厂辉煌一时，年销售额曾超过 3 亿元，位居全省前列。仅“大红袍”、四五老酒、四五特曲三个产品，年销售额就超过 1 个亿，是当时酒厂的战略产品。那个年代，“看山川锦绣，喝四五老酒”广告语响遍省内外，“大红袍”在市区大小商店、中小饭店随处可见。

忆峥嵘岁月，国家级品酒大师、四五酒业总工程师苏新生感慨颇多。他告诉记者，“大红袍”在那个年代的兴起绝对靠的是质量。那时，四五酒厂瞄准城市大众消费群体和农村市场，

在竞争对手一味用酒精勾兑的市场环境下，坚持用原酒勾兑，为广大农村市场和市区中小饭店提供了在当时环境下酒质最好的产品，所以能名噪一时，盛行省内外。

四五酒业总经理李东在介绍这款产品时说，“走亲访友，要喝四五老酒”，20 年过去了，许多人现在回想起当时的“大红袍”仍记忆犹新，十分怀念。因此，四五酒业决定重新推出“大红袍”。在公司国家级白酒大师的带领下，四五酒业研发团队历时半年推出的新款“大红袍”，采用的仍是纯粮原酒勾兑，酒质由原来的一级提升为优级，加上是本地酒，交通运输等成本相比同类酒要低，因此“大红袍”是目前我

市市场上最质优价廉的大众白酒，这是同价位的外地白酒所无法相比的。“这是我们对重推‘大红袍’的信心所在”。四五酒业销售公司总经理刘亚平说，为使“大红袍”顺利复出，他们对周口及周边地区大众消费白酒的情况进行了广泛而细致的调查，特别是对同类产品进行了多次分析对比，保证在质量、价位、包装、促销等方面全面超越对手。

在市区八大道经营快餐店的刘先生说，“大红袍”进店五六天来，深受中年男性客户的喜爱，他们说又找到了当年创业时的感觉，也有客户说“大红袍”物美价廉，是最让市民放心的大众酒。



周口白酒排行榜

NO.1 洋河天之蓝	NO.8 十八酒坊
NO.2 泸州老窖精品特曲	NO.9 沱牌窖龄特曲
NO.3 四五老窖 1949	NO.10 百年泸州老窖·窖龄酒
NO.4 宋河 1988	NO.11 红花郎
NO.5 水井坊	NO.12 茅台迎宾酒
NO.6 泸州老窖特曲	NO.13 双沟青花瓷
NO.7 双沟珍宝坊	

(周口白酒排行榜名次依据各款酒获得短信投票数排列，本期截至 5 月 27 日 16 时)

“周口白酒排行榜”
邀请你投上神圣一票

周口酒民队伍庞大——位居全国省辖市前列。
周口酒品种类繁多——本地外地白酒超百种。
周口酒水消费超前——多款名酒销量数第一。
周口酒民口味多变——两年喝倒三个酒牌子。
现在周口流行什么酒？请拿出手机为你所喜欢的白酒投上一票，让你的最爱登上我们的“周口白酒排行榜”。让广大市民从千万选票缔造的排行榜中，发现今天周口白酒市场的风向标。

短信格式：白酒名称（越具体越好）+投票理由（20 字以内），发至 13839412578。“周口白酒排行榜”每周一更新，欢迎您的关注。

现在流行什么酒？
请看周口白酒排行榜

青歌赛助力天之蓝抢占中端市场

2013 年是白酒行业的一个分水岭。从目前发展趋势来看，行业正从高端驱动增长式转型为中端驱动增长式，部分媒体及专家预判，行业将进入“中端为王”的时代。中投顾问食品行业研究员梁铭宣表示：白酒行业已经到了一个关键的整合期，中档白酒可能将成为未来白酒消费的主力，代替高端产品成为业绩的新增长点。

在高端白酒市场，茅台一直是领军者，在中端市场，尚无一款产品能脱颖而出成为领军者。今年以来，洋河旗下的明星产品天之蓝进行了一系列动作，在独家冠名第十五届青歌赛的同时，产品也在悄然提档升级，其目标直指刚需消费群体——中产阶级。

在“限制三公消费”的政策下，高端白酒增长遭遇天花板，多数酒企开始重心下移，主推中端产品，如茅台力推名将酒、剑南春大力推金剑南。而天之蓝作为一款在全国有很高知名度的产品，正试图借助青歌赛进一步巩固品牌基础，从而成为中端市场的“领头羊”。

资料显示，天之蓝已经连续冠名了两届青歌赛。2010 年，白酒行业发展高歌猛进，天之蓝借助第十四届青歌赛顺利实现了品牌知名度的提升。同时，在大众市场消费升级及品牌效应的带动下，天之蓝的市场也逐步从江苏走向全国。

从品牌发展阶段来看，天之蓝已具有很高知名度。在铺货渠道上也很强势，全国各大酒店、商超、终端网点都能看到这

款产品。分析目前的行业市场，与天之蓝同等价位的产品琳琅满目，但从品牌知名度和市场占有率来看，尚无一款产品超越天之蓝。

在白酒这一特殊领域，高端抢占的是利润，低端抢占的是市场，唯有中端是利润和市场的双来源。因此，中端市场作为酒企的“金腰带”，竞争异常激烈。此次天之蓝二次冠名青歌赛，看中的不仅是青歌赛的影响力，更是央视这一高人群辐射平台。

得中端者得天下。天之蓝能否成为中端的王者？至少在青歌赛这一事件营销中，它已崭露头角，强化了其中产阶级、商务精英、都市白领专属的品牌形象。

（苏九）

监督

热线

8599376 13839412578

就餐时不给发票；菜品中有异物；
被迫接受最低消费；油烟扰民；
假冒伪劣酒水；服务态度恶劣；
强制使用一次性消毒餐具；
.....

发现以上情况，请拨打监督热线电话，我们将在第一时间关注您的呼声，通过记者的调查与呼吁，引起有关部门的重视，让您的合法权益得到维护。