

# 洋河运作葡萄酒 获国际权威机构认可

## 旗下“星得斯”斩获智利、法国两项大奖

**本报讯** 近日,一直以生产销售“蓝色经典”而闻名海内外的洋河股份(苏酒集团),去年刚运作葡萄酒便斩获殊荣:旗下的原装进口葡萄酒“星得斯”得到国际权威机构认可,分别获得智利葡萄酒协会授予的“杰出贡献奖”和法国名庄协会(VCF)颁发的“全球葡萄酒精英挑战赛金奖”。

据悉,智利葡萄酒协会是一家致力于提升智利葡萄酒品质和形象的非盈利性国际性组织,该协会旗下有 93 家成员葡萄酒庄,酿酒总量达智利年出口量的 90%,在世界具备一定的权威性和影响力。此次评奖,是协会按照 2013 年旗下所有葡萄酒品牌的综合表现评选出来的。据协会负责人介绍,“星得斯”可谓是本年度最具品牌张力、最能代表智利“新世界”葡萄酒品牌的单品,所授予的

“杰出贡献奖”,是智利政府颁发的至高荣誉奖项。

而法国名庄葡萄酒协会则是获得法国政府认证的、跨产区的葡萄酒庄园合作联盟,其会员庄园主要分布在波尔多、勃艮第、罗纳河谷等法国领袖产区,以酿酒品质卓越而闻名世界。“全球葡萄酒精英挑战赛”前夕,该协会在世界范围内精心挑选优质葡萄酒参赛,“星得斯”作为智利葡萄酒的杰出代表,被选中参与此次赛事,最终以卓越的品质和出色的口感,征服了众多世界级品酒大师们挑剔的味觉,一举荣获金奖。

据业内人士分析,本次“星得斯”葡萄酒荣膺两项国际大奖,是对洋河股份(苏酒集团)成功运作葡萄酒的充分肯定,一定程度

上打开了日后企业储备优质资源的捷径,为产品宣传和品牌树立提供进一步保障。

作为国内白酒领军企业,洋河股份(苏酒集团)在 2012 年就开始尝试葡萄酒运营。经过为期半年的市场考察与品鉴,企业选择智利老牌葡萄酒生产企业——卡罗酒业作为“星得斯”的供货商。除了在质量上保证原装进口外,在营销方案、定价策略、风格口味上也进一步迎合中国消费者。去年一经推出,就以 5 亿元的销售额在业界备受瞩目,成为国内葡萄酒行业的一匹“黑马”。

据洋河股份(苏酒集团)葡萄酒事业部相关人士透露,在“星得斯”成功试水的基础上,2014 年洋河还将推出三款“拉丁之星”系列葡萄酒。

(张逸尘)



2012 年春季糖酒会,一款定位青春的小酒品牌“江小白”映入人们的视线,并通过社会化营销的手段,迅速让全国人民记住了那句经典的广告语“我是江小白,生活很简单”。此后,特别是从 2012 年下半年开始,随着行业逐渐步入调整期,名酒转向民酒,高端酒向大众消费下沉,“亲民”成为酒企的调整选择。以“江小白”为代表的小酒们逐步在白酒市场崭露头角。

经过一年多的发酵,到今年春季糖酒会,包括五粮液、泸州老窖、郎酒、剑南春、稻花香、沱牌舍得等一大批名酒厂商,纷纷推出了小酒产品,希望通过小酒来重拾大众消费的信心,同时迎合年轻人的语言习惯与消费偏好,力图抓住这一未来的消费主体。

小酒俨然成为今年酒市的主角之一,这场小酒热正在演变成一股“致青春”的风潮,以至于有业内人士这样评价道:“一窝蜂地上,一窝蜂地等着调整。”在小酒产品的背后,是对酒企的品牌、市场、渠道、组织等多方面的考验,“理想很丰满,现实很骨感”。

**井喷,小酒蜂拥而至**

小酒,有着小包装、方便携带等特点,容量一般在 50ml~250ml,以光瓶为主。在江小白之前,小酒一直存在,在全国市场上较为知名的是北京红星二锅头的“红小二”和湖北的劲酒。而散布在全国的地方小酒厂,虽然也推出了部分小酒,但限于品牌知名度不高,渠道网络不健全、价格低廉、利润不高等限制,并未成为酒企关注的重点。

## 亲,来杯小酒吧!

2007 年以后,以郎酒、泸州老窖为代表的一些名酒厂开始推出歪嘴郎、泸州老酒坊的革命小酒等小酒产品。这些小酒虽然在上市之初并不受企业重视,但是在部分市场的良好表现,开始赢得企业的重视。

以郎酒歪嘴郎为例,在开发之初,企业并未给予过多的重视,直到经过多年的努力,歪嘴郎在重庆南川县城突破了 3000 万元的销售额,才坚定了企业推广小酒的信心。

据了解,目前歪嘴郎在重庆和四川市场的铺货率位居小酒第一,更为惊人的是,2013 年,这款售价仅为 10 多元的小酒,一年的销售额突破 10 亿元大关。

据四川郎酒股份有限公司总经理兼销售公司总经理付饶介绍,以歪嘴郎为代表的定位于中低端价位的产品,在 2014 年上半年取得了良好的业绩。最新的消息是,随着郎酒对歪嘴郎重视程度的提升,未来歪嘴郎很有可能独立为事业部进行操作。

### 小酒如何做出大市场

2007 年以前,在全国市场上最活跃的小酒品牌当属红星二锅头的“红小二”和保健酒劲酒,其次为各地方的小酒厂。当时,售价低廉的小酒市场没有引起名酒企业的关注。

2007 年至 2012 年,以郎酒集团和泸州老窖为代表的一些名酒厂开始开发出歪嘴郎、泸州老酒坊革命小酒等小酒产品,虽然在上市之初不被企业重视,但其“不经意”的畅销,很快让企业看到了小酒的市场前景,越来越多的企业开始重视小酒的推广。

在继这些小酒红火之后,在今年的春季全国糖酒会上,小酒如雨后春笋般涌现出来。西风古酒小酒(100 毫升装、价格为 15 元/瓶~18 元/瓶)隆重登陆糖酒会,并在开展首日囊括了 2000 万的意向订单。

此外,衡水老白干也推出 150ml 装、市场零售价 30 元/瓶的时尚小酒“白小乐”;江苏双沟酿酒有限公司推出了 125ml 装的 42 度“清纯时代”;五粮液集团也实施大众酒战略,推出了“一滴醇”系列和“送福液”系列,其 42 度的 100ml 装“一滴醇”和 52 度的 100ml 装“送福液”都属于小酒系列,市场零售价 30 元/瓶左右。

小酒由不被重视到重视,再到今年糖酒会期间的红火场面,给人的感觉好像是小酒时代已然到来,未来白酒应该是小酒

的天下了!

其实则不然,小酒只是一种时尚,只是满足部分消费者的即饮问题,永远不会成为白酒消费的主流。正式的社交、商务谈判、婚宴等场合不可能用小酒。同时,小酒也并不适合所有的白酒企业去运作,也并不是谁都可以运作成功的。因为小酒的特性、价值、运作渠道和大酒有很多差异的地方,部分企业还应该看清自己的文化所在,不要偏离了发展的轨道。

### 存在价值:可对大酒进行补充

容量在 50ml~250ml 的产品统称为小酒,其零售价一般在 5 元/瓶~30 元/瓶不等,是大酒(450ml 以上的产品)产品线下行或者平移的一种补充,与大酒形成互补,满足不同消费者的即饮问题。

小酒不是万能的,但是可以带动销售氛围的突破,可以带动一部分大众化消费群体的互动与围观,可以对大酒进行补充。之前,很多白酒企业都生产小酒,一直没有重视其存在的价值,只有个别企业把小酒作为重点进行推广和运作,如劲酒、北京二锅头、老村长等。

特别是目前一些规模相对小一些的白酒企业,应该紧抓这次行业动荡和调整的机会,开拓视野,调整思路,启发与成功运作小酒企业,可以开发出一到两款为系列的小酒进行突破,苦练内功,不急功近利,注重市场建设、消费者互动等动作夯实市场基础,且不失为一种良策,投入不大,受益不小。小酒不小,市场无限。

### 消费群体:南北差异较大

小酒的消费群体因南北方地缘差异和消费观念影响,有共同的一面和差异的部分。

共同的都是为了解决消费者即饮的问题,有事没事来二两,还不至于喝醉,推广起来都是比较注重渠道的精耕细作,踏踏实实,如饮料一样注重每个终端店面的客情和氛围。

差异是价位段的差异、包装的差异、消费心理的差异、消费群体的差异。北方市场喝小酒的多为中低消费收入者,小酒价格一般都在 5 元/瓶~10 元/瓶,包装都很一般,没有南方市场包装上的差异和讲究,消费群体多为农民工或收入较低的人群。

(华夏)

### 享红酒

## 与起泡酒的约会

去年夏天,郭敬明的两部电影《小时代》陆续上映,为一部分 80 后、90 后们所追捧。当然,也遭遇了争议,说其中透露的金钱观、世界观太过功利奢靡。值得一提是,片中男女主角们经常聚会所喝的起泡葡萄酒,也引发了年轻人的推崇。在这个有些温暖燥热的春天,一款来自法国的起泡葡萄酒或是桃红香槟,或许能给您带来一丝的清凉。

### 罗兰百悦特酿桃红香槟

该酒色泽优雅,介于覆盆子的颜色与橙黄色之间,草莓、红醋栗、覆盆子等红色水果的香气明显。入口后,果香强烈清晰,感觉进入了红色浆果的世界,收尾细腻圆润,是一款给人丰富体验的精美香槟。

创立于 1812 年的独立家族品牌——罗兰百悦香槟,是得到世人最多推崇的香槟品牌之一。2012 年,罗兰百悦香槟品牌迎来了 200 周年华诞,象征着它已跨越了两个世纪的优雅。在贝尔纳·德·劳伦卡特魅力超凡的领导下,酒园的佳酿别具一格,基调清新、纯净、优雅。

如今,酒园酿造出众多独特的香槟系列,如 Grand Siècle, Cuvée Rosée, Laurent - Perrier Ultra Brut 和 Alexandra Rosée。每一款佳酿都因为酿造者大胆创新的酿造方法和对愉悦永无止境的追求,呈现出不同的历史和特性。酿酒师们年复一年以严格的混酿标准和成化时间,保证了佳酿始终如一的品质。鉴于此,罗兰百悦深受来自世界各地的香槟鉴赏家和爱好者的推崇。

### 布琅兄弟酒园资宝甜

这款起泡酒呈浅黄绿色,散发着麝香、冰冻果子露、新鲜西番莲和苹果的混合香味。带有爆发性的起泡融合夏日的果香,余味清新活泼,是一款适合任何庆典场合的起泡酒。

布琅兄弟酒园创建于 1889 年,是维多利亚省成功创建的家族经营式酒庄。复杂多样的葡萄园纵贯维多利亚中部到北部,如今由布琅家族三代继承人共同参与经营与管理。自创始人 John Francis Brown 开始,布琅家族始终以创新精神与对品质的不懈追求为荣。布琅兄弟不断追求完善,在酒园创建 100 多年后的今天,又兴建了小型酒园,专门用于研究与培育混合品种及新的葡萄品种,如森娜葡萄。这片“育儿园”可谓是目前葡萄品种与风格等尖端领域研究的发源地。布琅兄弟多次荣获国内及国际大奖,产品遍布全球 30 多个国家。

(北商)

