

出身名门 口感绵柔 价位合理

洋河老字号热销我市

□记者 付永奇

本报讯 今年以来，细心的酒友会发现，苏酒集团旗下的洋河老字号门头店招随处可见，许多街道的门头规模数量超过了传统强势品牌。不仅如此，在许多婚宴、喜宴、庆典等活动中，洋河老字号也都被东道主尊为主角，受到了市民的欢迎。“洋河老字号的时代已经到来了！”一些名酒店商行的老板惊呼。

近几年，受经济形势和国家宏观政策的影响，特别是“三公 消费”及“禁酒令”等政策的出台，中国白酒进入了转折调整期，中高端消费萎缩，茅台、五粮液价格一路下滑，渠道库存积压严重，白酒行业结束了高速增长的局面而进入低谷迷茫期。在这种环境下，洋河紧紧抓住

“价值回归、民酒时代”的消费趋势，调整完善产品结构群，开发出洋河老字号产品。产品价格切中 80~200 元腰部区间，尽量符合白酒价值回归需求大众化的趋势。

据洋河老字号周口市区总代理刘总介绍，洋河老字号系列是洋河酒厂继洋河蓝色经典之后在中低价位推出的又一战略性主打品牌，分为元字号、明字号、清字号三种，拥有洋河酒经典的绵甜口感，好喝不上头，绵柔不闹胃。酿造工艺遵循传统古法、甄选连续使用的窖池发酵酿造，故其酒香气复合典雅，绵甜柔和，细腻圆润，余味悠长，风格突出。洋河老字号系列产品是洋河酒厂以年代作为标记的新纪元，就像其央视广告中所描述的：郑和下西洋，中国航海记；京杭大运河，中国漕运记；洋河老字号，中国

白酒记。

洋河老字号在营销过程中始终贯彻“精细化、标准化”执行管理模式，追求“简单做到极致”的营销理念，在终端投入方面，洋河老字号采用资源聚焦的方式，主要集中在终端门头和产品陈列上，在单点引发爆破力。在消费者主题活动方面，特别注重口碑传播和消费者体验互动，紧紧抓住核心消费者做文章，以宴席为体验传播载体，实现消费者近距离沟通，通过大量消费者体验好评，不断提升品牌热度，最后形成口碑流行。

洋河老字号系列产品自去年底在我市上市以来，经过一年多的系统化运作，市场反应良好，业绩不断攀升，增长势头迅猛，在白酒行业整体销售惨淡的大环境下，洋河老字号成为继蓝色经典之后的又一匹令人关注的黑马。

国家白酒专业委员会委员、河南省酿酒大师、河南省宋河酒业股份有限公司总工程师李绍亮（如图），近日被中国轻工联合会和中国酒业协会共同评为“中国首席白酒品酒师”，成为河南第一个，也是唯一一个首席白酒品酒师。据了解，从酿酒大师到“中国首席白酒品酒师”，行业巨头们传递的信息和关注的焦点已经重回白酒品质：重视消费者体验才是未来主流趋势。

通讯员 李杰 摄



“双 11”应培育酒类新消费

进入 11 月，各路品牌都在为“双 11”储备粮草，特别是酒类厂商更希望借此这个机会“贴补”一下低迷的市场。

根据京东数据显示，五粮液、洋河等名酒品牌近期纷纷加大了备货量。仅从酒行业的整体下滑和网上零售增长之间的反差，我们就不难理解厂商们的这份厚望与期待了。

相比于前三个季度酒业板块差强人意的成绩单，今年上半年全国网上零售额达 1.1 万亿元，同比增长 48.3%；在商务部所监测的 5000 家重点零售企业中，其网络销售同比增长高达 29.9%，增速比专卖店、超市和百货店分别高出 23、24.6 和 25.8 个百分点。而去年“双 11”的火热盛况犹在眼前：酒仙网全天销售额突破 2.2 亿元，在天猫当日的酒类热销排行榜中，茅台成交额高达 3789 万元，五粮液成交额则为 1597 万元。

从各方面来看，酒企厂商的确应把握“双 11”的销售良机，我们也有理由期待酒业在这一天再创网络销售新高。但仅仅这样就足够了吗？

在 2009 年以前，“双 11”是个再

普通不过的日子，而到 2013 年，它已成为一个全民性的购物狂欢日，也是网络卖家、平台供应商和物流企业的必争之地。

5 年前，当时的淘宝商城尝试着推出“光棍节”活动，初衷只是想做一个属于淘宝商城的促销日，结果一发不可收拾，几乎成为电商消费的代名词，甚至对非网购人群、线下渠道产生了一定的影响。

如此超乎常规的销量增长以及远超预期 的社会影响力，我们显然不能以促销的逻辑来分析“双 11”现象，而要综合考虑当今的消费结构、消费心理和消费习惯，包括互联网时代的信息传播特点、社交行为特点等等。

与其说“双 11”是电商促销的大卖场，倒不如说其是一场充满个性的网络狂欢节。如果酒业仍以促销的心态去对待这场网络狂欢，虽然也能获得业绩回报，但在消费者心目中，却有可能被更加边缘化。

伴随着酒业的深度调整，我们已经意识到其关键在于创新酒类消费形式，由事务型消费向日常消费、休闲消费转

变，由跟风式消费向自主消费、个性消费转变等。文化在这个转变过程中发挥着至关重要的作用，必须让酒文化更具活力，更加张扬，更有趣味性，与新生消费的思想、情感产生共鸣，才有可能产生出新的酒类消费形式，更加适应市场需求和消费者的欣赏品位。

更进一步来看，酒文化要牵引酒业融入现代科技时代。科技发展给社会带来了巨大改变，互联网更是重新定义了人们的生活方式。包括酒业在内的任何行业，其未来必然与现代科技紧紧联系在一起。

近几年来，很多酒业厂商在互联网方面进行了大量尝试，但整体来说还是停留在渠道合作、产品销售等浅层次阶段。我们必须思考酒文化与现代科技的结合方式，思考酒业在互联网世界中的形象、语言和行为方式。

“双 11”正是这样一个机会，是树立酒业新文化，培育酒类新消费的有利时机。无论“节前”备战，还是“节后”的总结盘点，我们都应多些这方面的考虑和意识。

（石磊）

周口白酒排行榜

- | | |
|----------------|--------------|
| NO.1 洋河天之蓝 | NO.8 古井红运 |
| NO.2 四五老窖 1949 | NO.9 洋河老字号 |
| NO.3 宋河 1988 | NO.10 宝丰国色清香 |
| NO.4 泸州老窖一品坊 | NO.11 绵柔杜康 |
| NO.5 水井坊 | NO.12 茅台汉酱 |
| NO.6 杜康老窖 | 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的短信投票数排列，本期截至 11 月 17 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

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。