

以诚信赢市场 以口碑树品牌

3·15“放心酒·诚信店”推选活动启动

面对枣庄白酒市场上琳琅满目的酒水品牌,在2014年3·15来临之际,枣庄日报社联合政府各职能部门启动“放心酒·诚信店”推选活动。此次活动的负责人枣庄日报社酒水部主任张华介绍,此次活动旨在帮助品牌与消费者良性对接,进一步提升优质品牌形象,弘扬富有酒水特色的产业文化,促进枣庄酒水行业的健康有序发展,进而为广大消费者提供更为优质的酒水饮品。

张华/文

“放心酒·诚信店”推选活动开始了

2月17日,由枣庄日报社联合政府质检部门举办的3·15“放心酒·诚信店”推选活动启动,消费者可根据自己的消费经历,给自己经常光顾的酒水专卖店或是经常饮用的白酒品牌投出宝贵的一票。

据了解,近几年来,由枣庄日报社主办的酒水行业评选活动,均凭借其极高的参与度、影响力和公信力,成了枣庄酒水行业的年度盛事,并成为消费者与主流强势媒体共同打造的水酒消费风向标。针对此次评选活动,枣庄市场上的大部分白酒品牌商都表示,要借此机会加强与枣庄消费者的交流和沟通,“评”出精品酒水的内涵,“选”出主流品牌的风采。有酒水商表示,“在评选活动层出不穷的今天,真正有公信力、受到消费者支持和信赖的其实不多。枣庄日报社是绝对的地方主流强势媒体,往年组织的系列评选活动均获得了巨大成功,评选活动的影响力和公信力已经毋庸置疑。”

就此评选活动,枣庄日报社酒水部也做了一个小型的街头调查,很多市民纷纷表示:评选很有必要,现在枣庄市场上的白酒品牌实在太多了,过年过节都不知道怎么选择。报社对这些品牌进行一个集中评选,为市民推荐出一批优秀的酒水品牌,淘汰市场上一批劣质酒水品牌,这样对市民今后的白酒消费会有一个指导性的作用,不仅方便了市民的日常生活,还可以提高市民的生活水平。

评选活动深受商家、市民欢迎

这次评选中,枣庄白酒市场近百个白酒品牌和十几家酒水专卖店都将接受市民的检阅,很多商家表示:这次评选很有必要,评选结果对他们有着重大意义。因为一个品牌受市民的欢迎程度,很大程度上关系到这个品牌在枣庄市场上的生存和发展。任何一个有眼光的商家,无不重视自己产品受市民的喜爱程度,反映到酒水品牌上来,就是酒的品质、口感,价格以及本地经销商的诚信度等在消费者心目中的认可和接受程度。所以进行这样的评选很有必要,它对今后各酒水品牌在枣庄的发展有很大的指导性作用。

参选商家的名单我们会在下周《枣庄日报》、《枣庄晚报》的酒水周刊上进行刊登。在这一周中,也欢迎各大商家进行自荐,踊

跃地展示自己的风采,接受广大市民的检阅。自荐电话:0632—3310553。除了商家的关注,很多消费者也表示,“推选结果就是我们的消费指南,我们就认媒体认可的品牌。”市民张先生告诉记者,“每届品牌酒推选,我都会投上一票。与客人打交道,少不了喝酒,参加这样的推选活动,我也有发言权,而且推选结果也成为日后选择用酒的重要参考。”记者从此次活动的组委会还了解到,在评选期间,枣庄日报社酒水部将整合《枣庄日报》、《枣庄晚报》、枣庄新闻网等强势媒体资源,全方位、多视角地对活动进行全程跟踪报道。评选不但设置了投票环节,还开通了维权热线,消费者在投票的同时,还可以把您在消费过程中遇到的问题进行投诉,维权举报电话为:0632—3310553。

活动结束将举行盛大的颁奖仪式

据此次活动的负责人张华介绍,本次推选活动将分为三个阶段进行:第一个阶段是广大市民对各大品牌及酒水专卖店的推荐评选,以投票为主,每期票数都会在报纸版面上体现,随时接受市民和商家的监督;第二个阶段是面向消费者的问卷调查,以及即将展开的对名酒店、零售店、中高档酒店的售卖情况的抽样调查,调查结果作为第一个阶段的补充;第三阶段是就初选上榜品牌征询业界专家意见,进行市场回访和产品质量调查,最终确定胜出品牌并对其进行生产、管理、销售、服务等环节上进行较大篇幅的综合报道,在3·15颁奖晚会上,还将举行盛大的授牌仪式,以扩大这些商家及品牌的社会影响力。

“所以对于枣庄酒水市场上的品牌而

言,参加此次评选活动,不仅在维护品牌形象、稳固品牌市场地位方面是必要的;同时,还能借助媒体的影响力和公信力,使品牌的知名度和市场关注度在原来的基础上实现大幅度提升,得到更好成长。另外,针对入围品牌、酒水专卖店《枣庄日报》、《枣庄晚报》还将从细微之处展示其魅力风采,所以对酒企来说,参加此次评选活动也是一次利用权威媒体提升品牌形象、推广品牌产品、引导市民消费的绝佳机会。”张主任坦言,“为保证此次活动的公平、公正以及其权威性,活动的全程将做到开放、透明。活动将以《枣庄日报》、《枣庄晚报》酒水周刊版为载体,定期公布活动进展情况及最新统计结果,随时接受公众监督。”

衡水老白干推出白小乐 青春小酒再添冀酒新成员

“青春小酒”是近一两年来白酒行业的热词之一,尤其是限制三公消费、高端白酒市场遇冷以后,酒企纷纷调整发展战略,一方面向大众消费转型,另一方面积极开辟蓝海领域——年轻消费群体市场,青春小酒应运而生。

在白酒行业大谈年轻化的同时,冀酒阵营也不甘寂寞。不久前,河北强势白酒品牌衡水老白干针对年轻消费群体市场推出了时尚白酒“白小乐”,并计划将该品牌打造为公司继衡水老白干、十八酒坊之后的第三大品牌。该品牌已于2013年12月正式通过互联网微信、微博平台上线,青春小酒阵营再添劲旅。

早在2012年,衡水老白干酒业股份有限公司就开始针对80后、90后群体研究开发新产品。衡水老白干酒业股份有限公司研究所所长李泽霞称:“年轻人不喜欢辛辣的高度白酒,红酒、韩国的真露酒以及一些果酒却符合年轻人的口味。”她曾做过一个市场调查,分析80后、90后群体对白酒口味、价位、包装等方面的喜好,以此来指导公司的产品研发。

白小乐的品牌定位为“中国快乐派小

酒”。河北白小乐酒类销售有限公司总经理潘雁群表示:“当前各种负面情绪影响着社会中的每一个人,不管是富人还是穷人都感受不到生活的快乐,白小乐就是要引导大家建立一种积极向上的生活态度。”据悉,公司将借助微信、微博平台策划制作的有关“白小乐”产品的内容和主题活动,利用互联网快速传播的特性,将微信、微博等新媒体平台打造成为白小乐的消费引爆点,充分发挥互联网的辐射带动作用,为产品全面上市做足准备。互联网造势之后还将辅以线下推广,依托衡水老白干省内强势网络渠道进行的全面铺货。前期主要集中在河北省内市场进行探索式运作,集中力量打造样板市场。

白酒专家铁犁认为,白酒行业的未来取决于80、90后消费者,他们决定了未来白酒行业的命运。对应这种变化,一种是竭力使年轻人接受白酒现有的文化;另一种是按照他们的特征,开发时尚白酒,在铁犁看来,这两种方式都将产生新的白酒巨头。

在过去的2013年,年轻消费群体市场搅局者甚多,靠青春小酒的独特定位来吸引关注度已经不太现实了。即使是曾风靡



一时的江小白近来的新闻热度也降了很多,对微博营销的解读也不再新鲜。白酒行业的老大哥茅台都开始全面拥抱酒类电商、天天进行微博互动了,当前的形势下,靠炒作年轻化、时尚化概念博关注、赚快钱显然已经不合时宜。虽然白小乐的推出走在了冀酒阵营的前列,但消费者未必会为一个简单的年轻化概念买单,后续发展不但需要酒体有创新,营销有创意,还得稳扎稳打强化销售网络。

白酒标准体系2014将全面修订

2月16日,中国食品发酵工业研究院副院长宋全厚、全国白酒标准化技术委员会副主任兼秘书长熊正河等到四川进行白酒产业标准体系工作调研。国家酒检中心包括钟杰在内的核心专家与调研工作组开展座谈,交流探讨了现有白酒相关标准急需明确的六大问题。

(1)关于年份酒标准:成品酒一般需利用不同贮存期的酒进行组合调味才能获得舒适的口感,并不是贮存时间越长就越好。因此,在白酒行业广泛宣传并使用年份酒概念时,必须准确给出“年份酒”的定义,否则将无的放矢;

(2)白酒产品按生产工艺分为固态

法白酒、液态法白酒和固液结合法白酒三类,促进了固液结合法白酒的发展,尤其是液态法白酒的发展,这是白酒工业的进步,部分名优酒厂建议不宜将固液结合法白酒及液态法白酒纳入配制酒类;

(3)白酒感官术语需要细化,补充丰富香型感官术语描述,思考如何用贴切消费市场的语言表达“香气、口感和风格”,具体化、形象化,让人更易理解和接受;

(4)规范市场流通中白酒产品的宣传语,探讨白酒工业术语之外的词语是否能够用于广告,例如:年份、原浆等,

这些模糊概念会让行业和消费者陷入愈加迷糊的状态;

(5)白酒标准的宣贯解释不足,尤其是宣传面窄,无法有效对接消费者,造成喝酒的人不懂酒的基本知识的现状;

(6)由于白酒涉及不同地域、香型,白酒相关标准繁杂,系统性不强,在使用过程中无法很好地从原辅料、酿造生产、贮存运输和管理等方面进行全产业链条管理,应对标准进行系统梳理。

会后,全国白酒标准化委员会郭新光主任表示,2014年白酒标准体系将进入全面修订。

山东酒水80俱乐部首次交流会即将召开

据悉,山东酒水行业首个自发性经销商交流平台“山东酒水80俱乐部”首次交流会即将于2014年2月21日在青岛平度又一村大酒店召开。此次会议以“探讨2014年白酒行业的新突破”为主题,参会人员大多是80后的酒水经销商,部分60、70后的酒水经销商将作为俱乐部顾问参与,参会人员近60余人。

此次会议还将宣布成立山东酒水80俱乐部的股东站、鲁中站、鲁西站等6个分站,届时将全面覆盖山东17地市,将俱乐部真正打造成一个气氛轻松、实效有用的交流平台。据悉,本次交流会由江苏太平洋酒业、湖南浏阳河酒业、青岛劲男饮品、日照沁泉酒业等企业友情协办。

据俱乐部负责人李召玉介绍,自己是一名酒水经销商,由于之前不熟悉酒水市场的营销规律,又没有人给予指导,走了不少弯路。他深感年轻一代从事酒水经销的难处,于是萌发了为年轻一代酒水经销商搭建互助交流平台的想法。经过半年多的筹备,2012年下半年,山东酒水行业首个自发性经销商交流平台“山东酒水80俱乐部”正式成立,其宗旨是帮助从事酒水经销的年轻人快速成长,沟通交流并解决发展中遇到的问题,推动酒水经销良性发展。目前该俱乐部已经建立联系的80后经销商达到1400多人。

为了让俱乐部少走弯路,尽快步入快车道,俱乐部已经聘请潍坊天义经贸有限公司总经理郭泽天等经验丰富的老一辈经销商作为顾问,也准备聘请鲁酒网执行主编、佳酿网专栏作家欧阳千里等作为互联网方面的顾问。