

1月9日下午,郑东新区国际会展中心轩辕堂人头攒动,座无虚席。“河南省湖北商会2010新春联谊会暨黄山头酒品鉴会”隆重召开,预示着湖北“黄山头”酒高调挺进中原市场。来自相关部门各级领导、全省各地湖北商会分会的会长以及众多新闻媒体人士齐聚于此,一同见证了这一重要的历史时刻。据笔者获悉,黄山头酒主打“楚文化”,有着“楚文化第一酒”的美誉,此次进军中原,是“黄山头”布局全国市场的重要步骤之一。

挺进中原 黄山头酒高调抢滩河南市场



湖北黄山头酒业有限公司河南营销中心总经理余亿激情发言

楚风 楚韵 楚魂打造楚文化第一酒

1951年建厂的黄山头酒业,至今已有50多年的发展历史。作为湖北八大名酒之一,“黄山头”曾有过骄人的过去。“黄山头大曲”曾连续10年获湖北省和中南地区浓香型白酒质量第一名,并作为原轻工部向原国家科委推荐的四种白酒之一,参加了1989年莫斯科国际展览会。

后来,随着企业改制,市场竞争日益激烈,加之管理不善,虽然其与四川剑南春集团有过合作,但也未能阻止黄山头酒业滑入低谷的命运,自2001年开始黄山头酒一度沉寂。2008年,湖北凯乐科技股份有限公司成功收购黄山头酒庄,对黄山头酒进行全面技术升级,重新策划包装,将产品定位于中高端市场,黄山头酒业跨上了一个崭新的平台。

“窖香浓郁、绵甜甘爽、香味协调、尾净余长”,十六个字概括了黄山头的独特风格,不少行业专家更是称赞黄山头“开瓶已有三分醉,入口便生一品香”。“名酒所在,必有佳泉”,黄山头酒的酿造用水取自藕池,藕池湖水清澈纯净,大旱不涸,且冬暖夏凉,饮之甘甜可口。据化验表明,藕池湖水确实系适宜酿酒的优质软水。有了好水,还得有好窖。“黄山头”好喝除了它具有优质水源等名酒基因外,更重要的是它拥有历史沉淀下来的1800多口老窖。特别是在白酒界泰斗周恒刚的指导下,“人工老窖”研究项目,曾于1988年4月通过国家部级鉴定,确认为国内先进技术。

在1月9日的品鉴会现场楚风浓郁,黄山头酒业特邀楚乐官的表演者身穿楚国古代宫廷服饰,敲打编钟,在笛子、古筝等民族乐器的伴奏下,演奏了美妙的《楚韵大典》。清脆的乐声、旋律婉转的歌谣在大厅里回荡,拨动心弦。

“打造‘楚文化第一酒’定位,要从黄山头与楚文化的渊源谈起。”会上,黄山头酒业副董事长汪晓明告诉笔者:“白酒在我国有悠久古老的历史,市场知名的白酒都有独特的文化内涵。黄山头酒将白酒与楚文化结合起来,通过酒这一载体,在拓展中原市场的同时,化身为楚文化的精灵,弘扬悠久的楚文化,才能真正将黄山头酒打

造成楚文化第一酒。”

据介绍,在此次品鉴会上,黄山头酒业带来了登陆中原市场的产品,共有楚韵楚藏系列年份酒、楚酿、金银窖王3个系列8款产品。

进军中原 谋局全国

“俗话说‘得中原者得天下’,中原地区有着良好的区位优势、交通优势以及巨大消费潜力,特别是近两年,中部崛起背景下的河南优势尤为突出;其二,中原紧邻湖湘大地,也是黄山头酒庄北发展的首要根据地。”在品鉴会上,黄山头酒业副董事长汪晓明确认为:“进军中原市场,打造了中原文化与楚文化的交流平台,对公司进军全国市场来说,是十分重要一步。”

一直以来,中原地区都是商家必争之地,也是中国白酒消费的重点市场。目前,河南白酒消费市场品牌繁多,五粮液、剑南春、宋河、白云边等知名品牌已经占据中高端白酒的主要地位。但是从市场的容量上来说,河南市场仍有表现的空间。有关业内人士认为,“黄山头”登陆中原需要准备充分,才能去撬开市场。

那么如何敲开中原市场的大门?在品鉴会上,黄山头酒业副董事长汪晓明确表示,信心十足,他表示,黄山头酒业公司投资两亿元资金来启动中原市场,以郑州为中心,进而辐射全省。首先,公司全力推广品牌道路,依托强大的媒体支持,树立“黄山头”的品牌形象,在消费者中产生广泛的影响力;其次,定位“楚文化第一酒”,旨在将其打造成楚文化的载体,用“楚文化”撬动中原市场。然后在渠道上,除了争取酒店、通路等白酒传统流通渠道外,开辟大型团购市场,实施终端前移的战略,缩短中间环节,为消费者和经销商创造更大的互动空间。

除此之外,黄山头酒业营销模式的重装定位,跳出了业界流行的压迫式销售的樊篱。“提出‘分割市场’的战略:锁定高端市场,通过高端市场的影响力,快速向中端市场渗透。把市场竞争的视线由单纯超越对手的市场运作转向向顾客提供文化、创造价值的飞跃。‘超越用户需求,创建境

界优势’、‘永远做低头经济的实践者’等一个又一个鲜活的理念,引领凯乐航向‘差异化、个性化’共赢的‘蓝海’。”汪总说。

在他看来,黄山头酒业有着丰富的营销阅历和实践经验,凭借品牌、实力、经验、网络、服务、多渠道营销方式的有效结合,将在郑州白酒市场上展现一个崭新的形象。

竞争背后 站稳市场

有专家认为,高品质的“黄山头”新酒进入市场,一方面会使中原酒市场竞争更加激烈,另一方面也会提高鄂酒在全国市场的份额和影响力。

作为登陆河南白酒市场的“新军”,在谋求发展道路上,必然面临着川、黔、鄂、皖、苏与本土豫酒等多方白酒品牌的竞争,这对于“黄山头”来讲,充满了挑战。“如果不能稳固自己的市场,则在下一轮的竞争大潮中,就被淘汰。唯有认清市场形势,稳固自身的地位,才能增加捕到大鱼的几率和实力。”汪总的意思很明白,兵家都在争抢中高端市场,但花落谁家无法预知,“黄山头”要做的,就是搭好台子,他们自然循循而至。

竞争过后,谁能站稳市场,谁就能真正的占据市场有力态势,汪总告诉笔者,“如何搭这个‘台子’,作为凯乐科技的全资子公司,黄山头酒业还是要坚持秉承凯乐‘以人品铸产品’的经营理念,充分发挥凯乐科技的人才、资源、管理优势,整合凯乐与黄山头的资源,加大科技投入与创新,努力改进工艺、技术,提高黄山头酒的品质,将黄山头酒的古老酿造工艺发扬光大,为广大消费者提供更优质的产品,从而站稳市场。”

中国酒协技术委员会专家顾问陶家驰也同样相信,“黄山头”有名酒的基因,有成熟的技术,具备成为全省性甚至全国性品牌的基础。

在谈及黄山头未来的发展时,汪总坦言,此次品鉴会黄山头酒业就已经与郑州的八家单位签订了团购协议,品鉴会当天

成交额达1千万左右。不过,在今后的目标中,我们会逐步完成今年收益八千万,明年三个亿,后年五个亿的预期目标。

河南省由于特殊的人文、气候、生活等环境条件和习惯,消费者对白酒有着浓厚的感情。河南省的白酒市场容量,吸引着众多的淘金者。此次进军河南市场的黄山头酒,将会在河南市场这块“淘金之地”掀起一股“淡雅”的白酒消费潮流。

黄山头酒大事记

- 1978年首次被评为全省浓香型白酒第一名
- 1982年被评为湖北省优质产品
- 1984年获轻工部授予的银杯奖
- 1986年、1987年被评为湖北省优质产品
- 1988年获湖北省首届白酒质量大赛金钟奖
- 1988年获首届中国食品博览会金奖
- 1988年获首届最佳消费者满意杯金杯奖
- 1988年中国著名白酒专家周恒刚指导的“人工老窖提高黄山头大曲质量”攻关课题通过部级鉴定
- 1989年获首届北京国际博览会银奖
- 1989年作为我国唯一的低度酒黄山头酒38°经国家科委和轻工部审定参加了莫斯科中国科技成果展
- 1990年获全国首届轻工工业博览会银奖
- 1991年获得湖北省最佳消费者满意杯金杯奖
- 1992年获香港国际食品博览会金奖
- 1993年获中国公认名牌产品称号
- 1994年获首届中国国际酒类商品博览会金奖
- 1995年获湖北省首届精品名牌产品展销会金奖
- 1997年获北京国际质量大会指定专用白酒
- 1998年获湖北省名牌产品
- 2008年楚酿壹号获“中国糖酒食品业畅销品牌”
- 1991年-2009年注册商标“黄山头”先后四次获“湖北省著名商标”
- 2009年获“全国企业文化建设先进单位”
- 2009年获“中原消费行业最具创新力品牌”

高严

