

仰韶彩陶坊酒打出营销“组合拳”

4月23日,位于郑州市东风路上的仰韶彩陶坊珍藏版酒头旗舰店彩旗飘扬,乐队鼓鸣,仰韶彩陶坊珍藏版酒头旗舰店开业庆典在这里隆重举行。由此仰韶彩陶坊营销“组合拳”正式亮相。

河南仰韶酒业有限公司董事长侯建光接受记者采访时说,温暖四月,万物勃发。作为“华夏龙脉,国酒之源”的仰韶,具有悠久的酿酒历史和古老的传统工艺,仰韶彩陶坊酒传承了仰韶文化和仰韶酒文化的精华。当下上市的仰韶彩陶坊珍藏版酒头,是公司通过工艺升级和技术创新后推出的又一款精品商务用酒,它吸纳了厚重的仰韶文化和诸多的现代元素,体现出“稀有珍贵、文化品位、高端商务”的时代特点。酒头是白酒在酿造过程中优中选优的上等佳酿,仰韶彩陶坊珍藏版酒头更是采用特殊工艺从大量粮食中萃取的微量精华,千斤粮食酿出精品酒头不足10斤,其稀有性和珍贵性可见一斑。

河南是中国白酒的发祥地,酒文化源远流长,7000年前仰韶文化时期造酒有历史记载,仰韶酒正是仰韶文化、仰韶酒文化和现代生物技术的完美结合体。几年来,仰韶彩陶坊酒作为“河南省接待指定用酒”,已成为豫酒的杰出代表,被美国、英国等30多个国家元首收藏,并以文化大使的身份登上宝岛台湾,架起了中原和宝岛的友谊桥梁。这不仅是豫酒的骄傲,更是河南的自豪!今天,仰韶彩陶坊珍藏版酒头的上市,不仅是河南白酒行业的一件盛事,也是豫酒发展中的一件大事。

仰韶彩陶坊珍藏版酒头旗舰店刚刚开业,4月24日,在这牡丹花开,繁花似锦,灿烂辉煌的时刻,仰韶彩陶坊洛阳上市发布会在千年帝都隆重召开了。重要领导莅临现场并赋诗一首:洛阳四月花似锦,牡丹花城迎嘉宾;共饮一杯仰韶酒,洛阳澠池一家亲。

的确,仰韶彩陶坊酒虽来自于澠池,承载着仰韶人呕心沥血的创作。自上市那天起,它就成了全体河南人的产品,代表了河南白酒企业的形象。

侯建光董事长这样赞叹道,洛阳具有悠久的历史 and 古老的文化,它像一颗璀璨的明珠闪烁在世界的东方。以洛阳为中心的河洛文化,是中国的根文化,是中国5000年灿烂文明的核心,是中华古文明的重要源头,这使洛阳拥有无可比拟的文化底蕴。河洛文化是洛阳最精美的名片,更是中原最亮丽的名片,在宣传河南、推介河南以及中原经济区建设中发挥着重要作用。

仰韶文化与河洛文化一脉相承,作为“华夏龙脉,国酒之源”的仰韶,同样具有弘扬中原文化的神圣使命。多年来,仰韶酒业有限公司始终坚持以诚信服务为宗旨,以回报社会为己任,不断致力于仰韶文化的深度挖掘和中原文化的对外传播。作为豫酒的领军企业,仰韶人仍要肩负这个责任,履行这个使命,立志借助仰韶彩陶坊酒的产品质量、文化内涵和洛阳的区位优势,为洛阳的经济发展乃至中原经济区建设做出应有的贡献,同时为洛阳人民奉献一份丰盛的文化大餐。

4月27日,老仰韶·纯粮光瓶系列酒上市新闻发布会又在郑州召开了。

岁月流逝,真情不改。阔别已久、记忆深刻的老仰韶·纯粮光瓶系列酒又回到了



消费者的视野里,10年前,仰韶酒业曾经凭借仰韶大曲光瓶酒创造了豫酒的辉煌,而如今,趁着仰韶酒业成功改制的春风,公司精心研发的“老仰韶·纯粮”光瓶系列上市,光瓶酒是河南白酒市场的一个主要品系,具有广泛的群众基础。她必将打破河南白酒现有的格局,成为影响2012年豫酒市场消费的重要力量,在产品研发的过程中,以侯建光董事长为代表的仰韶人为此付出辛勤的努力。

正像省酒协会会长熊玉亮评价的那样,河南是中国白酒的发祥地,酒文化源远流长,7000年前仰韶文化时期造酒有历史记载。仰韶酒业有限公司是一个具有深厚文化积淀的企业,7000年仰韶文化为仰韶积累了丰厚的文化底蕴,也使仰韶酒人继承了中国古老文化的精髓。将此精神赋予产品文化,形成了仰韶酒独特的文化品位,使仰韶酒成为河南的一张文化“名片”。

老仰韶·纯粮光瓶系列的酒水采用优质酒水,纯粮精酿,拒绝传统光瓶酒工业勾兑“重包装不重品牌,拼价格不拼酒质”的行业惯例,一改光瓶酒良莠不齐、鱼目混珠的现状,以质优价廉、高性价比的酒水重新定位光瓶酒形象,成为河南新光瓶的形象产品与扛鼎之作。瓶体一改白酒圆瓶的设计,简约方正,晶莹剔透,暗寓“干干净净,方方正正,喝仰韶酒,传中华魂”的品牌诉求。酒瓶上标有刻度,不仅美观,更彰显诚信,寓意“诚以待人,信达天下”的民族传统,也是该产品独具匠心的

设计亮点;

有道是:美酒天下传,真情永不灭。老仰韶·纯粮,“好酒、好味、好朋友”。它的上市,引起了强烈的市场反响,河南仰韶营销有限公司总经理卫凯在动员会上这样表达欣喜之情,他说,老仰韶光瓶系列酒是公司在市场调研的基础上,立足公司的战略规划,经过工艺创新推出的又一款纯粮优质白酒,我们力求用优秀的质量吸引消费群体,用产品的定位占领白酒市场,用精确的定价切入主流价位,用新颖的包装凸显个性魅力,用市场的容量做好深度宣传,用纯粮的工艺引起市场共鸣。

老仰韶纯粮光瓶系列酒上市是一个新的起点,我们把“纯粮老仰韶,好酒好味好朋友”定为今天发布会的主题,有其深刻的寓意。纯粮,旨在突出老仰韶以精选粮食为原料经过独特的工艺精心酿造而成;好酒,旨在突出老仰韶经过多年技术沉淀而造就的优秀品质;好味,旨在突出老仰韶被仰韶文化赋予的极高文化品味;好朋友,旨在突出老仰韶与广大消费者所积累的深厚友谊。

对于此款产品,将加大宣传力度,着力重点打造。希望经销商朋友坚持品牌化营销,依靠产品文化这个长久的支撑点,做好品牌宣传,使仰韶丰富的文化内涵逐步渗透到广大消费者心里,充分发挥仰韶文化的深度感染力和影响力,做好终端维护,做大仰韶品牌,实现效益最大化。同时,坚持共同体战略,经销商永远是企业的重要组

成部分,共同的利益促使双方有共同的认识,要立场一致、观点一致、角色一致、目标一致、期望一致,以优质的服务,在最大范围、最大程度内满足终端客户的需求,给厂商双方带来真正的长远利益,实现共赢。

新品上市新闻发布会现场还进行了丰富多彩的抽奖活动,共有163名幸运者获得大奖,来自全国各地的200多名经销商及多家媒体共同见证了这一激动人心的时刻。

激动人心的时刻还在延续,4月28日,河南仰韶酒业有限公司彩陶坊流通版上市发布会在郑州隆重召开。现场签约2.96亿元,这是在年初战略合作的120个全省客户里与其中流通版的22个客户所签约,仰韶彩陶坊酒流通版开门见喜,所受欢迎程度可见一斑。来自全国各地的仰韶酒业经销商代表及社会各界人士500余人参加了这一盛会。

董事长侯建光做新品展望寄语:他说,仰韶彩陶坊酒自2009年上市以来,经过3年的营销规划,取得了不错的销售业绩,实现了年均100%以上的增长。目前,公司已实现“一年翻一番,三年新突破,五年大跨越”战略规划的第二步。

继“河南省接待指定用酒”之后,4月23日,仰韶酒业与河南省外事侨务办公室达成战略合作协议,仰韶彩陶坊酒被指定为河南外事礼品专用酒。这表明,仰韶彩陶坊酒将在河南对外交流和中原文化传播中发挥积极作用。仰韶彩陶坊流通版将启动大流通,这是公司进行的一个战略性转折,旨在通过流通渠道的拓展,增强仰韶文化的深度感染力,展现仰韶美酒的强大融合力,扩大仰韶产品的市场占有率,提升仰韶品牌的风格影响力,使公司得到长足的发展,使经销商获得更大的利润,使消费者得到完美的体验,实现公司、经销商、消费者和谐共赢的良好局面,进一步推进公司战略规划的实施。

据悉,仰韶酒业继4月23日与河南省外事侨务办公室达成战略合作协议之后,5月8日,又与河南省体育局签约战略合作,在“百名伦敦奥运游、千商龙舟争霸团体游、万人专列凤凰古城之旅”仰韶彩陶坊酒助威奥运系列活动启动仪式上,仰韶彩陶坊酒被认定为省体育局接待专用酒和2012年伦敦奥运会河南军团壮行专用酒和庆功专用酒。这对于仰韶酒业的发展是一个契机,对于中原文化的传播是一个促进,对于河南体育的繁荣是一个推动,意义重大,影响深远。

这次双方战略合作的内容主要有:仰韶彩陶坊成为河南省体育局接待专用酒及2012年伦敦奥运会河南军团庆功专用酒,在河南军团壮行宴会及庆功宴会上指定仰韶彩陶坊酒为唯一用酒。同时仰韶彩陶坊酒赞助河南省体育局为河南奥运军团获奖运动员的奖励计划,金牌选手赠送G20峰会国家元首珍藏版国陶女媧酒一瓶,银牌选手赠送领导人收藏品国陶天地人和酒一瓶,铜牌选手赠送彩陶坊天时酒一件,其他选手以及参加伦敦奥运会的工作人员分别赠送首长专供酒一件。

除了与河南省体育局达成战略合作协议之外,这次活动中,仰韶经销商们现场订货总金额高达1.16亿。

贺荣凤