



# 80、90后个性化产品推出 豫酒瞄准新生代消费

## 品牌忠诚度培养 关注潜在年轻消费人群

日前,宋河股份与酒仙网在郑州举行战略合作协议签约发布会上,宋河股份副总经理刘晓光就表示,白酒企业应在品牌文化传播、产品开发、营销渠道等方面不断进行创新,促成年青一代成为中国名优白酒的忠实消费者和白酒文化的传播者,支撑起白酒行业的未来发展。

而中原白酒市场消费人群结构究竟怎样,宝丰酒业企划中心总经理晋育锋分析,当前的白酒消费人群主要集中在商务、政务以及社

交等传统消费群体之中,这一部分人具有一定社会地位和稳定收入。80、90后在目前还不具备更高层次的消费能力,但作为潜在消费人群,是企业发展需要关注的群体。白酒企业应该在广告宣传上更加注重针对性和引导性;在产品开发上,注重包装、度数、口感等,开发符合年轻消费群体消费需求的定制产品;在促销方式上,偏向婚宴、满月、乔迁等年轻消费群体为主体的活动,带动他们对品牌的忠诚度。

宋河酒业股份有限公司品牌部经理王治国也表达了相似的观点。他表示,白酒主流消费人群集中在35~55岁年龄档,年轻群体消费能力偏低,从众性强,受单位、集体消费选择影响较大,对品牌没有固定选择,目前其影响力还远没有达到影响消费选择的程度,但是作为80、90后,在未来5至10年之内就会成长为白酒主流消费人群,企业目前在品牌推广上也在积极准备迎合年轻群体的消费文化,迎接未来的主流消费发展趋势。

## 白酒文化塑造 需要满足新生代消费主张

白酒作为一种传承千年的消费品,融合着千年以来的文化、历史和人文精神,其消费不单是一种物质消费,更是一种精神消费。长期以来,白酒营销更注重工艺、地域、年份、窖龄、历史等,却忽视了与消费者精神、情感的呼应。从长远来看,品牌主张和营销策略单纯依靠发掘产品历史,而轻视消费者的消费体验,是不合时宜的。作为满足人精神需求的白酒,在营销中,更需要与消费者的精神世界产生共鸣,与其情感需求相结合。

对年轻消费群体的崛起,仰韶营销有限公司市场部总监杨小庆也提出了自己的看法。他

认为,豫酒整体对年轻消费群体投入还不是很大,80、90后主张个性化消费,企业在后期的发展过程中,需要调整思路,从产品理念、市场定位、价位等方面关注年轻消费群体,开发具有个性化包装、低度数、柔和口感的白酒。

宝丰酒业企划中心总经理晋育锋还表示,白酒企业的未来发展,需要对年轻消费群体的消费习惯加以培养和引导。在白酒文化塑造层面,要结合白酒企业自身资源与时俱进,从年轻人的动感、青春、活力、健康等特点来找到与之相对应的契合点,反映他们的时代诉求。在营销层面,体现出年轻消费群体时尚化、个性

化、自由化和健康化的消费主张,与他们对品牌的诉求相吻合,才是白酒营销的未来发展之道。

白酒行业是一个快速发展的行业,产品开发需要在一定程度上引导未来发展趋势,宝丰酒业推出的中国首款85后品牌——小宝X-boy 7月18日在腾讯大豫网正式上线,而日前宋河也发布消息计划年内推出1~2款针对年轻消费群体的产品,仰韶针对80、90后推出的个性化产品火箭炮预计也在年内推出,目前正在研发阶段,这些均是偏向于行业未来发展趋势的产品,符合年轻消费群体的消费理念。



年轻群体是白酒企业潜在的消费主流,他们的消费习惯代表着白酒未来的发展方向。对于“如何吸引、培养白酒消费新一代”,也越来越引起豫酒品牌的重视。不少酒业品牌在今年的各项营销推广活动中,都透露出将目标指向年轻新一代。

记者 熊维维

## 宋河牵手酒仙 白酒企业“触网”

7月16日,宋河股份与酒仙网在郑州举行战略合作协议签约发布会,宋河股份正式授权酒仙网成为宋河酒的网络销售平台,这标志着河南最大的白酒企业开始进军电子商务市场,宋河股份旗下多款产品将同时登陆酒仙网、天猫、京东商城、当当网、腾讯拍拍、1号店、库巴等七大电子商务平台销售。

记者 熊维维 贺荣凤/文 慎重/图



宋河股份与酒仙网战略合作协议签约发布会现场

### 上线产品为豫酒线上产品总和

在当天的发布会上,宋河股份副总经理刘晓光和酒仙网副总裁王秀明共同签署了战略合作协议备忘录,宋河旗下上线产品数量之多将是目前所有豫酒电子商务上线产品数量的总和。“我们之所以有底气一下子上线这么多产品,是综合考虑了宋河酒的品牌影响力、产品形象和价位,我们相信这些产品能够在线上实现放量。”酒仙网副总裁王秀明说。

在王秀明看来,宋河股份的销售额、利润、

技术力量、检测设备先进程度、原酒储量、窖池数量、国家级白酒评委数量等标志一家白酒企业实力的硬性指标都在河南位居第一,强有力地保证了宋河酒品的质量。“依据宋河的品牌知名度和双方达成的协议,通过七大平台的整合销售,宋河年在线销售额有望突破2000万元。宋河股份是河南最大、最具品牌积淀的白酒企业,酒仙网是国内最专业的酒水电子商务运营商,双方的合作可以说是天作之合。”王秀明表示。

### 开发线上专属产品 兼顾未来的消费趋势

按照宋河股份的规划,宋河将逐步针对电子商务的消费特点,有针对性地开发系列新产品,来不断适应年轻人的消费习惯。相关的产品定位和包装设计已经基本完工。年底之前,相应的专属产品将会面世。宋河将在品牌文化传播、产品开发、营销渠道等方面不断进行创新,促成年青一代成为中国名优白酒的忠实消费者和白酒文化的传播者。

“如何吸引、培养白酒消费新一代”这个课

题早已引起了国内白酒企业的普遍重视。宋河签约酒仙网,将有力地促进宋河股份对年轻消费者的培养。宋河股份将在品牌文化传播、产品开发、营销渠道等方面不断创新,促成年青一代成为中国名优白酒的忠实消费者和白酒文化的传播者。未来,宋河股份将不断创新传播形式,充分关注到年轻消费者的品牌主张和习惯,让越来越多的年轻人成为宋河股份的忠诚消费者。

关于免费安排 2012 年度郑州地区

## 50岁以上人群 “血管功能测评”的通知

心脑血管疾病病友:您好!近年来,心脑血管病这一久治难愈的慢性疾病在全世界范围内发展速度十分惊人。尤其在我国13亿人口里,心脑血管病患者已经超过2.7亿人!每年死于心脑血管疾病者近300万人,每12秒就有1人因心脑血管疾病死亡,而幸存下来的患者75%不同程度丧失劳动能力,40%重残!心脑血管病作为严重威胁中国老年人健康的综合性疾病,国家卫生部门高度重视,提出“保障人民健康,防治心脑血管疾病”的号召!

心脑血管权威专家指出:由于高血脂、长期药物毒素、血管缺乏营养、循环障碍等原因造成血管功能受损是引发高血压、脑梗塞、脑出血、脑萎缩、冠心病、心肌梗塞、心衰、眼底动脉硬化、静脉曲张等心脑血管病的罪魁祸首!并郑重提醒:人过50岁,每年至少要做一次“血管功能测评”!

“血管功能测评”可以测评出血管损伤的程度是轻度、中度还是重度;判断血管受损的原因;预警心脑血管病的发病趋势;让患者朋友自己可以及时准确地了解自己的病情并加以预防和控制!“血管功能测评”是目前国际上公认的对心脑血管疾病最科学、最先进的方法,对心脑血管病的康复具有非常重要的指导意义!

2012年2月12日,由中国保健协会、华人健康(香港)慢性病宣教基地和北京华康益寿慢性病托管中心联合举办的“科学干预慢性病·血管测评全国行”活动在北京启动!来自北京、上海、广东、辽宁等地区300余位中老年朋友和相关领导参加出席了启动仪式。活动的目的是让尽量多的50岁以上中老年人能及时准确地掌握了解自己的病情,树立

正确的康复理念,采用正确的心脑血管病康复措施,坚定战胜心脑血管病的信心!同时要求华康益寿托管中心的工作人员时刻牢记中心的宗旨,认真做好“科学干预慢性病·血管测评全国行”在全国的活动举办。用实际行动贯彻落实科学发展观,为营造和谐社会做出我们应有的贡献,为中国老年健康事业做出不懈的努力!

### “血管功能测评”五大功能

1. 测评血管受损程度是轻度、中度还是重度;
2. 测评血管受损的原因,预警心脑血管病的发病趋势;
3. 测评血管内壁是否有附壁血栓或斑块,血管内径及血流量;
4. 测评患者的用药及当前的治疗方案是否合理;
5. 测评心脑血管病症所处阶段和病情发展趋势以及如何康复和控制。

### 特别提醒

1. 本次血管功能测评不向患者收取任何费用
2. 所有报名人员必须年满50周岁并本人前往,要求携带本人身份证复印件及相关病例证明;
3. 所有参加本次测评的患者均可得到华人健康(香港)慢性病宣教基地提供的权威血管测评及测评数据报告。

报名时间:2012年7月21~23日

早8:00~晚17:00

联系电话:0371-56602593

联系人:吕副主任

报名地点:郑州市二七路金运大厦22楼N座(金博大东门斜对面)