

品牌复兴 荣耀前行

泸州老窖特曲60版进阶之路

从2012年到2018年,中国白酒在经历了“一夜寒冬”及行业深度调整后,逐渐迎来了新一轮复苏。泸州老窖特曲60版作为“浓香正宗”泸州老窖品牌复兴战略的旗帜产品,在过去几年,从籍籍无名到成为备受关注的超级单品,泸州老窖特曲60版如何走出了一条范本式的进阶之路?

承载历史荣耀 唤醒品牌价值

2017年底,泸州老窖以“加速度、扩规模、迎复兴”为核心命题,在公司内部成立“泸州老窖品牌复兴”小组,泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘淼,泸州老窖股份有限公司党委副书记、总经理林锋分别担任组长和常务副组长,泸州老窖股份有限公司销售公司党委书记、常务副总经理、泸州老窖怀旧公司董事长李小刚任秘书长,并正式确立泸州老窖特曲60版为泸州老窖品牌“旗帜”产品。这一举措迅速引发了业界的强烈关注。

准确定位高端白酒市场的泸州老窖特曲

严格保障品质 不负浓香正宗

从产品层面而言,泸州老窖特曲60版究竟有何精妙之处?

生产技术过硬。泸州老窖特曲60版由前身为红旗班组的小市四小组倾力打造,延续红旗班组经典使命,坚持使用泸州老窖最优秀的酿造班组,旨在保证“浓香正宗”的优良传承。酒体纯正、品质优良、原味再现。

酿制环境过硬。泸州老窖特曲60版坚持选用100年以上,富含酿酒微生物菌群的老窖池、老车间进行生产酿造,有效保障了泸州老窖特曲60版稳定的产品输出,产品品

60版于2014年5月上市,复刻自上个世纪60年代风靡全国的“工农牌”特曲,出身不凡。既有厚重的历史可挖掘,又有明晰的情怀可追溯,更有泸州老窖优良的品质做支撑,拥有良好的群众基础。以“品质、简约、怀旧”为符号标签的泸州老窖特曲60版,得到了毛泽东、周恩来、邓小平等各级国家领导人的关心和支持,这是泸州老窖的荣耀,更是泸州老窖特曲60版勇往前行的力量,充满了历史的荣耀光环,将深刻唤醒消费者内心深处的品牌记忆和价值认可。

质自然出类拔萃。

坚持团购模式。泸州老窖特曲60版一直以来始终坚持团购模式销售,坚持圈层营销模式,依托消费者口碑进行高效、精准的传播。保证了产品的专属性、珍贵性和可靠性。

坚持配额供应。通过全国市场的全面布局及结构优化,泸州老窖特曲60版坚持“限量配额供应”销售模式,按照市场需求精益求精,严格保证每一滴都是珍贵的酿造精华,每一瓶特曲60版都是严选品质。

承载荣耀奋力向前 科学布局重点发力

在党的十九大报告中,把中高端消费作为新增长点和新动能排在了第一位,在中国白酒行业经过深度调整后转型升级的2018年,以泸州老窖特曲60版为代表的高端白酒不断取得了亮眼的市场表现。2018年,泸州老窖特曲60版依托整合团购客户消费者资源,深耕培育消费者,打造了成都和泸州两个亿级市场,三千万级市场一个,千万级市场八个,在部分区域400-600元的价位段已经成为强势品牌。

在不足一年的工作时间内,从无到有,从片区组建到招商布局,泸州老窖特曲60版以消费者建设为重心,迅速在全国范围内开疆

拓土。2018年度省外市场组建42个营销团队,招商布局361家客户,公司人员规模及招商布局实现新的跨越,为扎扎实实做好消费者建设打下坚实基础。其中冀中片区、南京片区、苏州片区积极贯彻“西湖会议”精神,杀出重围,在市场运作的第一年,片区销售额均过千万。

2018年,市场布局优化,销售管理体制化运作实现新飞跃。泸州老窖特曲60版“时光珍藏”“时光乐享”主题品牌高端品鉴会,活动全国落地100余场次,品牌传播深化落地,实现全国多点品牌落地打造及营销布局。



“时光珍藏”高端鉴赏荟

肩负品牌复兴 坚定荣耀前行

泸州老窖特曲60版肩负着泸州老窖“品牌复兴”旗帜产品的历史使命,2019年将坚定不移地向着“品牌复兴”“重返前三”的目标而奋斗。随着白酒行业消费升级趋势日益明显,商务消费、大众消费向品牌、向名优酒集中,泸州老窖特曲60版将发挥品质优势,从可持续发展战略出发,长远布局、科学谋划、精准定位高端白酒市场。

2019年,泸州老窖怀旧酒类营销有限公司提出“四梁八柱”的市场布局,即立足4大“核心城市群”、打造8个“柱石市场”、巩固16个“基地市场”、建设32个“堡垒市场”。明确泸州老窖特曲60版未来三年的奋斗目标,到2021年泸州老窖特曲60版将打造为20亿大单品。

眼下,复刻产品已成为白酒市场新宠,而泸州老窖特曲60版的风头俨然最为强劲。这款曾被时代眷顾的名白酒,半个多世纪后再度强势复兴,在天时地利人和的多重加持下,必将重返荣耀,载誉前行!



“时光珍藏”高端鉴赏荟