

泸州老窖·国窖1573

吹响勇破百亿的号角



随着中国经济发展进入新常态,白酒行业乍暖还寒,进入深度调整期。各白酒企业不断探索、变革升级,寻求行业新的机遇与增长点。在此过程中,泸州老窖·国窖1573把握大势、积极进取,以多项竞争性策略从行业中脱颖而出。

回顾2018,泸州老窖·国窖1573坚定走历史传承与创新发展之路,坚定贯彻公司各项战略措施,为行业交出了一份惊艳的答卷。

A 深耕通路,水到渠成

如果把企业比作蓄水池,那么渠道就是通向用户的水管,水管通,则水流畅。2018年,泸州老窖·国窖1573进一步精耕通路、梳理渠道,在大区联盟会的基础上建立起了由国窖公司—大区联盟会—城市国窖荟构成的层层递进、有序管理的三级联盟运营体系。

在第一层级,全国核心经销客户股东联盟吸纳更多的优质经销单位;在北方区域、西南区域、华中区域等相对成熟的市场则以大区联盟会形式实现稳中求进。在长三角区域以长三角联盟会形式,通过公司级的节奏管控与资源投放落实带动整个华东市场全面发展。而在城市业务核心终端,则以城市国窖荟吸引区域优质终端。

B “咬定青山”,坚守价盘

价格是利润的根本,也是品牌地位最直观的表现。为调控市场、稳定价盘,国窖公司可谓“咬定青山不放松”,于2018年1月、4月、5月、7月和9月分别发布泸州老窖·国窖1573经典装区域停货、全国停货或配额调整的通知,通过控制市场供应节奏稳定泸州老窖·国窖1573经典装市场价格,加强了国窖类产品的统一管理,有效保障各环节经营利润,使得品牌的价格表现和利润空间明显上扬,也让泸州老窖·国窖1573稳守高端白酒的品牌地位。

C 品牌塑造,全面开花

2018年,泸州老窖·国窖1573品牌建设可谓全面开花。3月31日,2018泸州老窖·国窖1573封藏大典首登中国文化展示交流的最高平台——北京太庙。本次大典以“中国浓香 举世共享”为主题,通过最传统的中华祭祀文化,向全球展示中国酒文化的深厚底蕴!泸州老窖·国窖1573作为浓香国酒,不忘宗师初心、不忘技艺传承、不忘国酒使命。礼敬圣贤、传承文明,弘扬中国白酒之精粹。纳四海宾朋,邀普天同敬;呈盛世浓香,传大国之酿!自此,也拉开了泸州老窖·国窖1573全年精彩纷呈的品牌活动的序幕。

一方面,泸州老窖·国窖1573致力于传承古典文化的精髓。从封藏大典的举世共享,到七星盛宴的高端厚重,再到酒香堂的古色古香,浓香国酒始终坚持对中华优秀传统文化的深度挖掘,为中国白酒扬威立信。

另一面,泸州老窖·国窖1573不忘挥香世界,引领时尚。从移师加拿大·多伦多启动WCGC全球高尔夫赛事,参与俄罗斯世界杯提出“让世界品味这一杯”,到牵手《时尚先生 Esquire》作为“神秘嘉宾”参加年度盛典,浓香国酒广泛展开跨界合作,向世人展示其“让世界品味中国”的品牌主张。

2018年夏,泸州老窖·国窖1573于行业首创全新玩法,在北京三里屯打造白酒品饮沉浸式体验店——冰JOYS快闪店,全城时尚达人、城中潮人、美酒爱好者纷纷到店品美酒、玩互动,全方位感受白酒新派品鉴美学。8月,泸州老窖·国窖1573邀请3000余名消费者玩互动,携手亚洲顶级星梦邮轮开启世界梦号邮轮远洋之旅,开启浓香国酒时代新征程。10月9日,泸州老窖正式与网球四大满贯赛事之一的澳大利亚网球公开赛达成五年战略合作,国窖1573成为澳网唯一指定白酒,今后,泸州老窖·国窖1573将成为澳网赛场上最耀眼的中国符号。

同时,泸州老窖·国窖1573全面围绕高尔夫、羽毛球、马术等体育运动以及音乐类、超高端婚宴类、高端汽车、奢侈品品鉴、EMBA圈层、区域商会组织等开展营销活动,有效对不同区域进行品牌精准性推广,为消费者提供有价值的增值服务与有趣的互动体验。

D 圈层运营,扩张布局

2018年是国窖1573·国窖荟VIP俱乐部在全国加速布局之年,国窖荟VIP俱乐部会员章程、权益和俱乐部运营模式等更加明确和规范。

浓香国酒为在全国一范围内抢占高端异业合作资源:在北京,携手中国顶尖奢侈品帝国——耀莱集团作为其集团全年度白酒唯一战略合作品牌;在郑州,与当地顶级球场——河南金沙湖高尔夫俱乐部签订战略合作;在上海,签约合作宜信财富尊享中心;在广州,战略签约中青博联与云顶游轮集团,围绕异业品牌、领袖圈层资源开展深度战略合作,提升品牌知名度与美誉度。

此外,基于旅游、高尔夫运动、羽毛球运动等针对国窖荟会员的主题活动持续不断,会员互动粘性显著增强。为了满足国窖荟会员多样化的异业增值服务需求,截止2018年10月,泸州老窖·国窖1573累积合作异业资源近两百家,涵盖高端汽车、金融理财、地产、院校、高端体育运动等,让会员通过“国窖荟”体验泸州老窖·国窖1573倡导的高品位生活。

E 砥砺前行,勇破百亿

白酒行业内有一条品牌发展的铁律:2、3、5、8、0,意思是:如果一个品牌要成为真正的全国性大单品,那么20亿是一个起步门槛,在发展中突破30亿、50亿、80亿,最终破百亿才标志着它的真正崛起。

2019年,泸州老窖·国窖1573处在继往开来、勇破百亿的关键时刻,泸州老窖·国窖1573将继续坚持“浓香国酒”的品牌定位,深耕渠道、坚守价盘,用更多新颖独到的营销方式彰显泸州老窖·国窖1573传承古典的文化使命与引领潮流的时尚品位,为所有泸州老窖·国窖1573的忠实粉丝带来物质与精神双重享受,让世界品味中国。

