

| 树品牌

· 引领中国名酒复刻品类

所谓复刻产品,是指企业复制自己曾经推出过的,具有集体记忆、市场规模或口碑佳作的产品,它既是被复制产品外形与气质的再现,更是对经典的致敬与升级。从形象与价值内核上来说,复刻产品是一种精确“再现”。但从定位与营销层面来看,复刻产品又是一次全面的创新与超越。

情怀即市场,泸州老窖特曲60版是泸州老窖在行业内最早开辟复刻类产品运营与深耕的品牌。它在白酒行业中率先探析到复刻产品的核心价值,并逐步上升到泸州老窖品牌复兴“旗帜产品”的战略层面。

坚持传承泸州老窖酒传统酿制技艺精髓,泸州老窖特曲60版将厚重的历史幻化成佳酿,复刻上世纪60年代的品质与记忆,滴滴皆是工匠心和文化粹。依托历史与品牌赋予的文化与技艺优质资源,它自出生便携带着与众不同的高端基因,承载时代荣光,注定会成为中国名酒复刻品类的引领者。泸州老窖特曲60版在行业内首创“以消费者建设为中心、坚持团购模式、坚持配额限量供应”的模式,以“品质”为核心,优化市场布局,打造专属渠道的品牌主张,充分保障了每一滴泸州老窖特曲60版都是酿造精华的品质承诺。

白酒作为深刻影响与贯穿中国人生活的物质精神双重消费品,天生具有情怀价值,在漫长的历史发展进程中,曾诞生了众多具有全国影响力的经典产品。泸州老窖特曲60版率先实现全面探索,落地情怀背后的持续价值培育,让曾经闪耀在荣耀历史中的优质产品重获生机,实现了中国名酒复刻品类的绝对引领。



| 重体验·构建时光IP品牌矩阵

泸州老窖特曲60版始终坚持品质为首,盛装泸州老窖系列最好酒体,为消费者带来完美的品饮体验。同时,特曲60版始终以“复兴泸州老窖品牌”为己任,在多个维度上不断创新消费者建设,在品牌表达上不断输出,持续创新。

自再版推出以来,特曲60版在品牌文化建设上始终围绕“时光”做文章,不断强化“时光”深度识别,持续打造“时光系列”深度IP品牌活动。线下品牌活动一直以来都是特曲60版深化培育消费者,实现品牌高度和品质传达的最核心手段。在行业内,“时光系列”品牌活动,已经成为了特曲60版的特殊品牌标识。

在过去的2021年,随着在行业内首创的中国白酒沉浸式互动体验活动——“时光礼宴”2.0版本的全新开启,标志着消费者体验式培育营销形式也正式开启。特曲60版品牌形象构建,已从单纯的品牌单项输出向品牌活动和消费者培育的深度化、体验化、场景化转变,真正实现一个高端品牌应有的场景



式体验,达到核心意见领袖和高端圈层不断深化培育,实现从品牌认可到品牌忠诚的推广目标。

泸州老窖特曲60版在品牌与消费者交互上的持续探索与创新,重点体现在品牌缔造与用户培育上:通过定制化打造自有IP“时光系列”主题活动,为消费者构建起能够充分释放情怀并唤起记忆的沉浸式场景,也进一步强化特曲60版品牌最显著的复刻标签与情怀价值。

| 强根基·深耕市场有序创新求变



市场变革、消费升级,改变的是白酒行业的走向和发展,不变的是消费者对品质的追求。高端白酒拥有强大的韧性,始终是白酒行业的支撑者、

引领者。

自2014年,泸州老窖特曲60版复刻“工农牌”特曲再版重启以来,泸州老窖践行着最全面与科学的战略及战术,拥有最积极的市场反馈与消费者认知,是复刻品类最早的创新探索与规则制定者。

在市场层面,为了保持在中国名酒高端领域的竞争优势,特曲60版及时根据市场态势进行有序策略调整,坚定守住500元核心价位带。同时,也正是因为从上市之初便坚定推行线下团购与配额制,特曲60版才真正意义上成为泸州老窖在高端名酒复刻领域的中坚力量,完成了从奇兵到王牌的有序创新蜕变。

| 坚定品类引领·实现复兴跨越

泸州老窖作为唯一蝉联历届中国名酒称号的浓香型白酒,有历史、有情怀、有品质,泸州老窖特曲60版也将持续深挖团购资源,深入高端圈层,不断加深与消费者的情感链接。

2022年,特曲60品牌将持续推进全国化市场进一步升级,重点聚焦川渝核心市场,强根本稳定复刻品类绝对地位,“量体裁衣”的市场策略,实现更好的势能叠加。泸州老窖特曲60版已经进入战略级运营阶段,并将继续保持品牌缔造与市场扩展上的探索与发力,向成为中国白酒高端阵营中不可忽视的力量而奋进,坚定扛起泸州老窖“品牌复兴”的历史使命。

泸州老窖特曲60版不仅拥有深厚的历史与文化底蕴,更饱含对品牌复兴的伟大使命。未来将继续

秉承酿造初心、乘风破浪、不负时光,全力奋战“十四五”,坚定复刻品类全面引领,实现复兴跨越!

