

# 持续创新 延展品牌文化IP矩阵

28-29

品牌盛宴

## 数智转型 助力品牌高质量发展

2023年,恰逢1573国宝窖池群持续酿造的第450年。作为“活态双国宝之酿”,国窖1573品牌不仅积淀了深厚悠久的历史文化底蕴,也秉承新颖独到、与时俱进的态度和精神,持续以文化为载体,推动品牌升级,助力企业高质量发展。

伴随行业向“优势品牌、优势产能、优势产区”集中趋势愈加明显,国窖1573以文化为魂,创新赋能,一方面探索传统文化创新表达方式,延展品牌文化IP矩阵,提升品牌价值,向世界讲述白酒故事;另一方面,“加码”科技,率先实现“数智”转型,推动营销、生产、管理的全面数智化改造,为实现中长期发展擘画新图景。

### 文化赋能 持续创新白酒IP

在高端白酒市场日趋白热化的竞争中,文化、艺术、体育、音乐、建筑、科幻等都不失为最有格调的板块,是能跨越语言、文化差异,引起精神情感共鸣的存在。2023年,国窖1573在弘扬与传播中华历史文化上主动担当,不断探索中华优秀传统文化的创新性表达,举办了一系列对行业、社会发展产生深远持久影响的文化活动。

在连续举办16届的泸州老窖·国窖1573封藏大典上,重磅发布了由“活态双国宝”酿造,系中国酿酒大师刘淼与当代艺术大师庞茂琨联袂共创的“1573国宝窖池群持续酿造450周年纪念”产品,生动演绎了品牌对中华优秀传统文化的持续保护与活态传承;持续打造“让世界品味中国”全球文化之旅,携手多家国家级博物馆启动“国宝遇见国宝”系列文化活动,让国窖1573醇香四溢;升级诠释了国窖1573酒香堂、国窖游等IP活动,让人们在沉浸式体验中领略中国酿酒之美、品酒之美、酒道之美。国窖1573通过持续不断的品牌活动,不仅创新打破白酒品饮场景限制,更树立了中国白酒文化传承创新的典范。



“1573国宝窖池群持续酿造450周年纪念”产品发布

### 多元融合 助力品牌国际范

在2023年夏天,国窖1573携手冰JOYS品牌挚友、知名歌手吉克隽逸发布MV《不如冰JOYS》,国窖1573冰·JOYS BAR也陆续登陆深圳、上海、郑州、北京、成都5座城市,以奇幻极光秀、国窖1573的12°C纯饮体验、主题艺术橱窗等创新升级玩法,推动冰JOYS迅速出圈,吸引超过2.8万消费者进店体验。此外,针对核心会员嘉宾,特别打造“国窖1573冰·JOYS星耀之夜”,邀请多位明星出席,以星耀中式特调酒和星耀晚宴的创新形式,与嘉宾近距离互动,共同见证国窖1573白酒冰饮的独特魅力,再度掀起夏日冰饮风潮。

艺术是国窖1573不可缺少的DNA。2023年12月16日,在即将迎来新年之际,2024年国窖1573×谭平“气象无垠”艺术新春酒上市发布会在青岛举行,谭平与方力钧、张晓刚、庞茂琨、薛松五位艺术家同台亮相,共同见证国窖1573

第五款艺术新春酒重磅发布。

从2017年起,国窖1573便不断加码艺术创作,先后携手国际音乐大师谭盾、国际焰火艺术大师蔡国强、知名摄影师尹超、建筑师马岩松等,遍布音乐、焰火、影像、建筑等多个领域,打造出国窖1573艺术空间。



谭平与方力钧、张晓刚、庞茂琨、薛松五位艺术家同台亮相

国窖1573频频携手各领域艺术家共创,是中国当代艺术形式与中国浓香白酒的完美融合,亦是味觉与视觉的感官盛宴,见证着国窖1573的创新与发展,让国窖1573的品牌感知力变得更加具象。

### 圈层深耕 持续领跑高端客群

近年来,中国冰雪运动持续升温,展现出前所未有的发展活力和潜力。在2022-2023雪季,国窖1573携手华体集团,在中国体育场馆协会指导下,共同打造中国滑雪人大会,面向所有滑雪爱好者,推出了中国体育场馆协会滑雪场馆峰会、超技炫滑雪编队赛等一系列精品活动和赛事。

2023-2024雪季,国窖1573作为“战略合作伙伴”“官方欢聚用酒”携手中国滑雪人大会持续深耕冰雪圈层,创新数字化营销手段,为体育与产业联动开辟新的赛道,为冰雪运动普及打开新的局面,同时也为品牌传递高端品位、卓越品质、有机健康的生活方式拓展了新的渠道。



2023-2024冰雪嘉年华在崇礼万龙滑雪度假天堂正式启幕

一直以来,国窖1573积极与体育产业跨界合作,让中国白酒文化与体育文化深度融合。2017年,国窖1573创行业先河,与WCGC世界企业高尔夫挑战赛联袂打造国窖1573WCGC中国赛,七载磨砺,赛事已成为业界兼具规模与影响力的高球盛宴;2018年,国窖1573牵手俄罗

斯世界杯,成为官方款待唯一中国白酒品牌,将中国的浓香佳酿和白酒文化带到世界杯赛场;2022年,国窖1573又与卡塔尔世界杯合作,推出“FIFA2022卡塔尔世界杯官方授权白酒”;2023年12月,泸州老窖与澳大利亚网球公开赛完成全球唯一白酒合作伙伴续约,国窖1573将继续担当澳网唯一指定白酒,持续助推网球事业在中国的长足发展。



泸州老窖与澳大利亚网球公开赛完成全球唯一白酒合作伙伴续约

从足球、网球到高尔夫,再到冰雪运动,以美酒和运动为媒,国窖1573不断与世界流行的运动跨界合作,全面提升品牌市场影响力,在圈层传播与品牌推广上实现精准触达,助力品牌完成圈层培育与覆盖,也为全球消费者搭建起沟通交流的国际化舞台,用世界通用的语言讲述中国故事、传播中国文化。

### 数字赋能 助推高质量发展

过去七年间,除了特殊的2020年外,泸州老窖净利润增速始终保持在30%以上,平均增速为31.62%,且净利润在总营收中的占比也从2016年的23.16%上升至48.15%。其中,国窖1573是绝对的中坚力量,这离不开消费者对国窖1573品牌的认可与喜爱。在消费主权时代,国窖1573品牌始终把消费者放在第一位,坚持不断丰富品牌与消费者的触点,给消费者带来全新的品牌体验。

自2023年4月泸州老窖采用“五码”体系以来,国窖1573每个月的扫码开瓶率都在持续提升。国窖1573依托数智化工具,全面创新和提升品牌与消费者的互动与触达方式,为会员提供更多丰富多彩的专属福利和文化体验,线上线下合力为品牌营销赋能,推出了“冰雪嘉年华”“一滴酒的450年之旅”“不如冰JOYS”“寻味中国年”“扫码验真伪”等线上活动,吸引超过80万新增注册会员,通过“浪潮计划”“好酒宴好友”等线下消费者触达活动,在起到了良好品牌传播效果的同时,也增加了消费者对国窖荟会员的身份感知与认同,以高品质的美酒体验、文化体验和精神体验,形成了具有高度品牌粘性与忠诚度的消费圈层。

2023年已圆满落幕,全新未来正式起航。2024年正值泸州老窖酒传统酿制技艺不断代传承700周年之际,国窖1573将以文化深耕、品质传承和跨界创新等方式,不断解锁中国白酒的全新价值表达,与消费者共同续写精彩故事,为白酒注入时尚动力和时代活力,赋予白酒多元化、创新化、年轻化、时尚化的崭新魅力,让世界品味中国。

