

# 有的重营养,有的重健康,有的重口味 老酒企争推新酒

随着新酒品上市步伐的加快,具有新工艺、新技术的酒品被不断推向市场前沿,款款新酒品,何以取胜?

“新酒品的大忌是模仿和复制,或是简单的嫁接。”白酒营销专家铁犁表示,只有真正提高了酒品质量和创新了酒品风格的新品才有生命力。

## 营养型酒品是创新方向

传统白酒基本上没有营养功能,这也是白酒受到限制发展的一个重要原因。“让白酒具有极高的营养功能,是新酒品应该开拓的一条道路。”白酒营销专家欧阳昌伟表示。

其实,今年夏天在湖南刚上市的五粮液旗下“珍感觉酒”就是营养型白酒的典型代表。

珍感觉酒湖南区域经理戴德荣告诉记者,珍感觉酒富含硒元素和15种氨基酸、多种稀缺营养成分,对增强免疫、预防肿瘤发生、保肝、护肝等极具重要意义。

珍感觉酒全球营销中心总经理李宏认为,低醉酒度、营养型是未来白酒产品发展的趋势。

## 功能性酒品是发展趋势

目前,喝酒越来越注重营养和健康。3000年来黄

酒一直受到人们的喜欢,主要就在于其功能性。黄酒具有补血养颜、活血祛寒、通经活络的作用。

同为世界三大古酒,葡萄酒和啤酒的干型化早已大获成功,而黄酒干型却举步维艰。经过多年研究,胜景山河发明了一种独特的生物酿造黄酒工艺,从而实现从技术上通过控制葡萄糖、多糖和低聚糖三者比例,使胜景干黄的总糖含量既符合“干型”标准,又能达到传统黄酒的口感。胜景干黄兼具快速充体能、改善睡眠的产品特征,必将成为酒品的重要力量。

## “绵柔型”或成市场新宠

随着洋河、金六福等绵柔型白酒的问世,绵柔型白酒越来越受到市场的肯定,大有与酱香、浓香一争天下的趋势。

今年5月,绵柔金六福在湖南市场一经上市就成为白酒新宠儿。绵柔金六福在保留川酒独有的醇香隽永的基础上,酒体绵长丰满,入口清冽,入喉柔顺,回味无穷。

白酒专家司胜国指出,“绵柔”之所以成为中国白酒主流品质,最根本的原因就在于,绵柔型白酒与当代健康消费和品质理念十分契合。

■记者 杨刚

## 海天酱油实现高增长

日前,海天酱油发布数据,在经济放缓的背景下,海天酱油实现了两位数高增长。

据悉,第一季度海天实现了近30%的增长,二季度继续保持稳步增长态势,至6月底,如期达成“时间过半任务过半”的销售目标。上半年整体增速远远超过同期全国乃至各省市GDP增长速度。海天酱油、蚝油、酱、醋、调味汁等品类也同样呈现两位数以上的增幅。

业内人士分析认为,面对日益严峻的国内宏观经济形势及更加复杂的外部环境,海天依然能够取得如此亮眼的业绩,是其在品牌、产品、网络、内部管理等各方面综合优势发挥及发力的结果,也势必为正处于上市进程关键时期的海天注入更多信心和动力。 ■记者 杨刚

## 熊猫助中意“打”天下

憨态可掬、风靡全球的功夫熊猫阿宝来到了湖南。8月8日,湖南中意食品集团与中美合资的东方梦工厂签署协议,功夫熊猫阿宝正式在湖南中意食品集团安家,成为中意食品的代言人。

中意集团董事长谭绍兴表示,通过与“功夫熊猫”的合作,可望带动公司销售按50%的速度增长,预计今年全年销售将达4亿—5亿元。 ■记者 杨刚

## 玫琳凯发放创业基金

8月8日,玫琳凯女性创业基金母亲小额循环项目在长沙启动,中国妇女发展基金会、玫琳凯(中国)化妆品有限公司向湖南省妇女儿童发展基金会发放2012年母亲小额循环金140万元,用于支持湘西地区苗绣项目、邵阳地区生猪养殖项目和怀化蔬菜种植项目。 ■记者 吴林



## 刚哥品酒



酒企推出新品不仅可以提升企业利润,而且可以实现企业的新陈代谢,实现企业品牌的可持续发展。许多白酒企业产品多达数百个,也正是企业这种不断推新品的结果。

有的企业通过研发、打造出新的畅销产品,企业得以重新焕发生机。但对于多数的企业,新产品上市失败率十分惊人,高达95%。失败的新品不仅没有让企业收获利润,而且造成了企业资源浪费,甚至还让消费者产生了对企业品牌形象不清晰等问题。酒企推出新品是对的,但只有确保其成功,才有意义。

■记者 杨刚

中国的五粮液 世界的五粮液



五粮液公司高端营养白酒

# 原来好酒还可以更好的 ——五粮液·珍感觉酒

五粮液公司为了庆祝全球首款高档营养白酒——珍感觉酒强势登陆湖南,集团将在湖南特批并全程打造3至5家专卖店(旗舰店),同时诚招各县市独家经销商,详情欢迎来电咨询。



招商电话: 0731-88709189 18683627188

宜宾五粮液集团保健酒有限责任公司出品

公司名称: 五粮液集团珍感觉酒湖南分公司

地址: 长沙市芙蓉区五一大道158号15楼1520室

Web Site: www.zhenjue.cn www.wlyzgj.com