

酒鬼酒巨资恢复市场信心 经销商同舟共济相信未来

经销商

在战争中，敌人最怕的就是对手上下一条心。显然，如今的酒鬼酒就是这个可怕的对头。

在整个白酒行业沉寂的现在，酒鬼酒并没有沉寂，它的做法是：投入2亿元发起两期以经销商为核心的市场恢复活动。“我们的目的是帮助经销商尽快动销，而不是把产品积存在仓库里。”对于自己的做法，在日前酒鬼酒召开的2012年度股东大会上，酒鬼酒股份有限公司副总经理、酒鬼酒供销有限责任公司总经理郝刚如是说。

而针对酒鬼酒的这一行动，酒鬼酒经销商给予的回应是：不离不弃。在经销了3年多酒鬼酒的河南卫群酒业有限公司相关负责人曹珂看来，按照郝刚的说法，到时花在经销商身上的将不止2亿元，“当时选择酒鬼酒就是看好它的发展，相信它的品质，如今，我依然相信”。

■记者 刘玲玲

酒鬼酒

斥巨资恢复市场信心

对于市场的变化，酒鬼酒向来反应迅速。

在去年白酒行业遭遇重重危机下，酒鬼酒立即动作：举行产品推介会、新品品鉴会、加大广告投入。

“仅我们就举办了100多场新品品鉴会，而且正面促进效果也非常明显。”石家庄朗川贸易有限公司相关负责人王军辉坦言，酒鬼酒公司对品牌重塑付出了很多努力，减少了他们很多负担。

事实上，花钱帮经销商举办新品品鉴会，只是酒鬼酒公司所做努力的一部分。

为获得经销商队伍支持，酒鬼酒宣布将进行两期市场恢复活动：第一期截至今年3月底，计划投入2亿元，针对公司的经销商、专卖店，直接补贴店面租金和人工工资；第二期资金规模暂未透露。

酒鬼酒对经销商的安抚得到了回报。酒鬼酒供销有限责任公司相关负责人透

露，在今年12月初举行的全国经销商大会上，就有800多位经销商出席，大家仍看好酒鬼酒的长远发展。

“目前市场信心正一步步恢复。”王军辉表示，目前他所经销的石家庄市场，今年一二月份销售明显回升，虽然比去年同期仍然有差距，但是随着信心的恢复，市场回归正常指日可待。

王军辉的感受与酒鬼酒的计划不谋而合。对于目前的市場情况，酒鬼酒公司也表示，将用1年时间恢复市场销售。

将推低价位新品

斥巨资重塑市场信心只是第一步，接下来酒鬼酒还将有一连串的动作，最近的策略是：调整产品结构，拓宽销售渠道。

事实上，这一策略主要是针对限制“三公”消费政策的。

据介绍，酒鬼酒自身产品系列比较丰富，从高端的“内参”到中高端的“酒鬼”以及百元以下的“湘泉”等系列覆盖各层次消费人群。

不过，限制三公消费政策出台后，酒鬼酒决策层预计在国家政策的挤压之下，高端白酒市场将会萎缩，200-500元之间价位白酒将会获得更大空间。于是，酒鬼酒计划在今年6月份推出价位在200元左右的“酒鬼”系列新产品，在不损害主品牌利益的情况下作为中端拳头产品推向市场，当年预期销售9000万元。此外，公司主打低端市场的“湘泉”，也将获得公司营销资源的倾斜。

另外，酒鬼酒渠道也将跟随产品结构的变化有所调整。原来团购是酒鬼酒销售的重要渠道，今年公司将加大对商超、专卖店的投入。中低端销售比重的增加也将促使酒鬼酒渠道下沉。据悉，目前酒鬼酒正在致力以渗透三四线城市市场为目标的“百强县”、“千强店”专卖店网络建设。



2012年，酒鬼酒广西市场发展促进会上给经销商奖励车。

感受到了酒鬼酒所做的努力

对于酒鬼酒所做的努力，经销商们也明显感受到了。

和酒鬼酒走过了15个春秋的湖南恒和商务发展有限公司总经理陈尚志对酒鬼酒的努力一直看在眼里：“去年酒鬼酒遇到了一点困难，但公司方面做了很多努力，积极应对、消除影响，重塑信心，我们都看到了。”

在陈尚志看来，经过一些事件的磨砺，公司也做足了“内功”：不断改进品质，扩大产品线，拓展渠道、提升品牌影响力。

“这两年，酒鬼酒无论从产品质量还是品牌塑造上来说，都有了巨大的提升，而这种脚踏实地的做法应该得到肯定，酒鬼酒肯定会越来越好。”

“我也看好酒鬼酒的发展。”在上海鹏城王酒业有限公司主要负责酒鬼酒运营的陈冰也毫不掩饰对酒鬼酒的“忠诚”：2008年“牵手”酒鬼酒时，酒鬼酒并不强大，市场份额并不

高，让他们决定和酒鬼酒战略合作的主要原因，就是看到酒鬼酒的酒质和文化内涵，而这一点，无论经过什么风波也不会改变。

而且，在陈冰看来，酒鬼酒非常务实，非常诚信，也非常负责，“这才3月份，但酒鬼酒前两个月的费用已经全给我们兑现”。

同样，当初因为酒质好而选择经销酒鬼酒的曹珂也坦言，大型经销商对酒鬼酒都是非常忠诚的，而见惯了大风大浪的他们，不会因为小小的风波而放弃酒鬼酒，“我对他们有信心”。

苦练内功赢发展机遇

除了感受到酒鬼酒公司的努力外，酒鬼酒的经销商们自身也没有放弃前行。

主营江浙沪市场的陈冰表示，以往他们多是做团购，而今年将重点耕耘终端，如卖场、连锁经营店、湘菜馆之类的。

“如今，渠道这部分的投入，我们增加了很多，这也为将来的快速发展打下

了很好的基础。”陈冰直言，事实上，如今遇到的困难，不是酒鬼酒一家，而是整个行业的问题，但这却是酒鬼酒的机会，“以往我们做渠道时，会遇到行业内部的阻击，而今年反倒顺畅多了，这也让我们对未来更有信心”。

和陈冰一样，曹珂今年也重点做终端。“往年我们的销售以团购为主，费用也是朝团购方面倾斜得多，而今年，我们将压缩团购方面的费用，向终端倾斜。”

“我们今年的重点还是团购。”在石家庄经营酒鬼酒的王军辉告诉记者，他们的团购与传统的团购不一样，他们是做的“圈子团购”。他们会不定期举办不同类型的活动，如品鉴会、钓鱼之类的，将团购客户紧紧团结在自己的周围，从目前来看，效果也非常好，团购量并没有减少很多。

同时，王军辉还将深耕县级市场。“我们今年新增了40%的营销人员，就是为了把手伸到下面去，主攻县级市场。”王军辉信心满满地表示，他相信他们的将来会更好。

洞悉万事 藏于一心

人生·馥郁香

前浓 年轻时要激烈 这是有所求
中清 中年时要淡定 这是有所思
后酱 老时要厚重 这是有所悟

无上妙品酒鬼酒 品味人生馥郁香

酒鬼·洞藏酒是酒鬼酒公司的高端品牌 酒鬼酒是中国始创馥郁香型白酒

酒鬼酒股份有限公司 JUGUI LIQUOR CO., LTD.

全国统一客户服务热线 / 400-990-0799 酒鬼·洞藏酒招商电话 / 0731-88186022

封坛酒鬼酒 | 中国始创馥郁香型 | 酒鬼酒股份有限公司 JUGUI LIQUOR CO., LTD.

無上妙品 酒鬼酒

品味人生馥郁香

前浓 · 中清 · 后酱

全国统一客户服务热线 / 400-990-0799