

行业观察

邛酒的品牌并不少,有文君和渔樵仙,还有缘坊、金六福、古川、临邛,甚至“川酒”这个品牌,也掌握在了邛崃酒类企业的手中。

品牌的渴望 这里不缺优秀白酒品牌 但品牌升级之路还很难

除了文君酒,邛酒还有一些不错的品牌,“渔樵仙”就是其中之一。

2012年5月,成都市新增了15个“中国驰名商标”,四川省渔樵(集团)有限公司“渔樵仙”商标就是其中之一。

邛酒业内人士介绍,2012年前后,很多餐饮店都可以看到“渔樵仙”的红灯笼,尤其在成都和邛崃,“渔樵仙”品牌投资力度很大,初步估计营销投入上亿。而后随着整个行业进入调整期,渔樵仙逐渐沉寂下来。

不少有名的白酒品牌在邛崃

在对邛崃酒业的调查中,记者发现,除了文君和渔樵仙,有缘坊、金六福、古川、临邛,甚至“川酒”这个品牌,也掌握在了邛崃酒类企业的手中。

邛崃市临邛工业园区管理委员会主任崔艳表示,邛崃不缺优秀的白酒品牌,会根据前期对品牌的梳理建立三个梯队,进行全面打造。

根据崔艳的介绍,这三个梯队分为:全国品牌梯队、优质地方品牌梯队和新创品牌梯队,其中全国品牌包括:文君酒、全兴酒、水井坊等,优质地方品牌包括:渔樵仙、有缘坊、古川、川酒、金六福等;新品牌主要集中在“菁蓉河谷”孵化器,包括峡一口、奔月等利用互联网思维打造的产品。除了将品牌企业集中在产业园和孵化器以外,还将出台一系列的扶持政策,给予多方面的支持。

酒企渴望做大自己的品牌

然而,成都商报记者对多家酒类企业走访后发现,虽然做大自己的品牌是邛酒企业和地方政府摆脱邛崃多年来替他人做嫁衣状态的共识,但具体操作起来存在很大困难。有缘坊酒厂厂长王世荣

指出,有缘坊酒业从2014年开始,与曾打造出四川全兴队和水井坊品牌的黄建勇团队结盟成合伙人关系,黄建勇负责品牌酒的运营和打造,但是从销售比来说,目前有缘坊酒厂的销量还是主要依靠原酒销售,“品牌酒的附加值和利润非常高,但是品牌打造需要巨大的投入。”

渔樵仙高层向成都商报记者透露,目前在整个行业出现回暖情况下,已全面恢复四个原酒生产基地的生产,但是谈及品牌的进一步打造,该高层则表示,目前还是先恢复产能,做大原酒销售,品牌恢复计划还在“讨论中”。

业内人士指出,从2017年开始,整个白酒行业的复苏主要靠名酒企业带动,巨大增长背后,作为“中国最大白酒原酒基地”的邛崃,自然会带动多年来替他人做嫁衣的原酒企业高速增长。

“对于前几年低迷的邛崃原酒企业来说,通过对这些名酒企业的原酒供给尽快变现,才是快速恢复最重要的举措。”邛酒管理部门的相关负责人指出。

当然,与渔樵仙等知名邛酒企业的低调相比,也有一些资金充裕的邛崃原酒企业有了发展自己品牌的想法。

5月10日,万世缘酒业连锁店正式在邛崃县城开业,这也是邛崃宜府春酒厂在全国范围内成功打造了400多家琴台海肆过后,第二个品牌酒连锁店了。

“作为一家年产超过2万吨的民营原酒企业,做品牌一直是我们的夙愿,但是企业要生存,原酒优势不能丢,要避免我们提供原酒的其他名酒企业的市场交锋,于是通过自营品牌连锁的方式,算是我们做品牌‘稳中求进’的策略。”该项目负责人简平告诉成都商报记者。



邛崃一家酒厂储存的原酒

专家/观点 策略性引入社会资本 能高效地打造品牌

上个月刚刚披露露出的白酒类上市公司年报显示,除*ST皇台、金种子酒与青青稞酒亏损外,绝大部分白酒上市公司业绩亮眼,茅台、五粮液、泸州老窖等一线酒企更是一骑绝尘。中信白酒指数中,19家白酒上市公司公布的2018年一季报,有18家净利润同比增长,其中有7家上市公司净利润增长同比超过50%。其中净利润增幅前三名的为舍得酒业、顺鑫农业和老白干酒,增幅为102.54%、94.61%、80.96%。统计显示,19家白酒上市公司共在账上沉淀了货币资金1562.68亿元。

成都达观投资有限公司首席分析师徐祥华分析认为,品牌的打造除了在营销上花费人力物力以及一些差异化营销方式和传播手段外,有策略地引入社会资本,是一种效率非常高的方式。比如以五粮液集团旗下服务公司为例,鼎盛时期曾通过独立开发200多个子品牌,引入社会资本,将品牌的价值最大化。

2018年3月,糖酒会期间,环球佳酿高调宣布拟投入50亿打造一系列邛酒的品牌。前景如何,令人期待。

成都商报记者 徐雅玲

从原酒到名酒 要走多久

邛崃拥有中国最大白酒原酒基地
不仅仅“替他人做嫁衣”,邛酒思变

那条压烂的东街 诉说文君的辉煌

文君酒在上世纪八九十年代销售收入就突破2亿元,风头很盛,在成都市场占据着优势地位。红旗商场几乎每周都会让文君酒厂家补货。来酒厂拉酒的车队排得很长,酒厂那条东街都被拉酒车碾压到不得不大修。但是,到了上世纪90年代中期,酒厂资不抵债,文君品牌慢慢淡出了人们的视野。

更邛酒不缺品牌 理想擦亮招牌

当地将邛酒品牌梳理成三个梯队
全国品牌梯队:文君酒、全兴酒、水井坊等
优质地方品牌梯队:渔樵仙、有缘坊、古川、川酒、金六福等
新创品牌梯队:主要集中在“菁蓉河谷”孵化器,包括峡一口、奔月等



“大肚文君”是一代人的记忆



工人师傅正在制作白酒 资料图片

样本解析

中国从来都是一个不缺少美酒的国度,而四川的美酒享誉中外。文君酒作为邛酒的品牌代表,更是一个时代的记忆。

失落的文君 曾经多么辉煌就有多么落寞

商报记者透露,文君酒在上世纪八九十年代销售收入就突破2亿元,风头很盛,市场份额优势明显,比如在成都市场就占据着绝对优势地位。

据了解,因为文君酒当时热销,来酒厂拉酒的车队排得很长,酒厂那条东街都被拉酒车碾压到不得不大修。

曹世如回忆说,1992年以后,中国白酒行业的商业运作模式开始翻新,有的品牌主动跟红旗商场谈如何做促销,一些外地品牌也主动联系,希望能通过红旗的渠道推销产品。在这个阶段,文君酒厂好像没有太主动地寻找一些新的营销模式和商业推广手段,“大概在90年代中期,在红旗的销量好像逐渐减少了。”

此外,到了上世纪90年代中期,中国球市强势崛起,随着四川全兴队征战甲A,全兴酒像黄色旋风一样,席卷市场,而文君酒厂却陷入资不抵债的困境,文君品牌也慢慢淡出了人们的视野。

落寞 酒厂改制,股权几度易手

在资不抵债的情况下,企业实行改制,2000年文君酒厂被蓝剑集团出资1.2亿元收购。2001年,剑南春持股62%成为文君酒的控股方。直至2004年,才扭亏为盈实现600多万的净利润。2007年,世界知名奢侈品集团——轩尼诗出资2500万欧元(折合成人民币近2亿)收购了文君酒55%控股权。但到了2015年,轩尼诗又打算撒手走人。

上个世纪,中国名酒在评酒会的

舞台上争奇斗艳,异彩纷呈。距离现在最近一次的名酒评选是1989年的第五届名酒评选会,这是国内名酒标杆的顶级“竞技场”。一旦能获得国家级奖牌,不仅知名度提升,产品价格也会大大提高。

当年,风头正盛的文君酒凭借实力入选国家名酒序列。根据一位当时担任评委的人士向成都商报记者透露,文君酒厂厂长因为一些原因,并未进京领奖,于是中国18大名酒最终成为了现在的17大名酒,文君酒错失了一次大大提升品牌的机会。

“轩尼诗收购文君酒之后,给文君酒带来了许多改变,用奢侈品的形式,真诚地打造这个品牌。”曾经在轩尼诗主政文君酒期间,担任总工程师的调酒大师吴晓萍回忆,虽然沉寂了很长时间,名酒评选结果显示,文君酒仍然拥有与茅台、五粮液、泸州老窖、剑南春、郎酒等齐名的中国18大名酒的实力,品牌基础还在。

轩尼诗收购文君酒,初衷是建立一个奢华白酒品牌。

于是轩尼诗深度挖掘文君故事,耗资数亿建成文君酒庄,用材考究,力推调酒师,给消费者讲故事,营造文化氛围,让消费者产生好感。

对于轩尼诗的撤资,有媒体分析认为:“轩尼诗为文君酒业的长期发展打下了基础,但收支不平衡的营销使轩尼诗只好选择卖掉文君。”

但吴晓萍向成都商报记者透露,白酒行业的调整过程中,与其他品牌比,文君酒并没有出现大的下滑,挺过行业寒冬后,呈现上涨趋势的时候,为什么要撤资,至今让人费解。

开一栏一语

中国酒业在深度调整中走过了5年,复苏迹象显现。2018年是白酒产业深度调整的第6年,也可谓转折年。

作为四川特色产业和支柱产业的“川酒”,最近一次统计数据,年利润211.6亿元,列全国第二。除了五粮液、泸州老窖、郎酒、水井坊、沱牌这样的名酒带来巨大经济收益和指标贡献以外,邛崃,作为“中国最大白酒原酒基地”,拥有30万吨的原酒产能,其原酒几乎涵盖了所有产白酒的地方,对于中国白酒产业发展意义重大。

然而,与“中国最大白酒原酒基地”地位不相匹配的是,邛崃几乎没有像五粮液、泸州老窖这样的知名白酒品牌,个中缘由值得探究。从今天起,成都商报将陆续推出“问诊邛酒”系列报道,回顾邛酒发展历程,探寻邛酒未来发展。