

鲁酒与体育结缘 冠军与景芝牵手

# “景芝模式” 开辟中国白酒蓝海

1月19日,景芝酒业棋手周睿羊成功击败中国围棋等级分第一人陈耀烨,勇夺“百灵爱透杯”世界围棋公开赛冠军,成为山东围坛继江维杰之后第二位获得世界冠军的棋手。在庆功会现场,山东景芝酒业集团向周睿羊颁发了“景芝酒业围棋世界冠军奖励基金”10万元和价值19.8万元的30年芝麻香珍藏特制酒。此次夺冠,不但是周睿羊的个人荣耀,也是其俱乐部赞助商景芝酒业体育营销的巨大成功,为鲁酒走向全国开辟了新模式。

本刊记者 陈卓然

## “景芝模式”下的围棋帝国

提起体育营销大家并不陌生,这一被快消品视为品牌推广利器商业模式广泛被可口可乐、麦当劳、奔驰、VISA等著名企业所青睐。作为实力酒企,山东景芝酒业一直关心着体育事业,2010年邂逅山东围棋队后便开始了与围棋的不解之缘。

2011年,山东景芝酒业队在全国智运会上夺取分量最

重的团体冠军和男子个人冠军,一年后队中小将江维杰勇夺LG杯世界棋王战冠军,成为中国最年轻的世界冠军及九段棋手。

初次试水便大获成功鼓舞了景芝人,加大体育营销投入变成了各方共识。在2012年初江维杰夺取“LG杯”冠军后,景芝酒业便出资百万设立“景芝酒业围棋世界冠军奖励基金”激励在六大赛事中夺冠的中国棋手,以支持中国围棋事业发展。至此,两位获得该基金奖励的棋手悉数来自山东景芝酒业队,而



辉煌似乎还在继续,景芝酒业队年仅16岁范廷钰在近期闯入有“围棋奥运会”之称的应氏杯世界大赛决赛,将有机会在三月成功问鼎。

毫无疑问,一个属于景芝的围棋帝国已经建立,山东景芝酒业围棋队便是棋坛名副其实的豪门。

有业内营销专家称,景芝酒业作为体育营销的经典案例,其成功背后必然有客观的经济规律,这种现象便

是独有的“景芝模式”。

通过数年运作,景芝酒业已经形成:体育营销——品牌提升——反哺公益事业的良好循环,成为鲁酒走向全国的领军企业。

## 体育营销开辟商业“蓝海”

进入第三次消费变革浪潮,白酒营销已由原来的“卖酒时代”步入“饮酒时代”,同

质化竞争已落后于发展大势,在众多酒厂的激烈厮杀中景芝酒业无疑走出了一条个性化道路,利用体育营销把品牌内涵与围棋的优雅恬静衔接在了一起。

“景芝模式”简单的可以概括为以小博大,即小投入高产出。商业社会追求投入产出比,体育营销亦是如此。景芝酒业从小众项目入手,精耕细作,通过冠名和赞助棋院,短时间内便培养出自己的世界冠军,一时间吸引眼球无数,这对品牌形象建设无疑起到了巨大的推动作用,成为小投入高产出的典型代表。山东省体育局副局长王延奎也在庆功会现场连连称赞景芝的高瞻远瞩,赞扬景芝酒业对围棋事业作出的突出贡献,彰显了企业社会责任。

著名经济学家郎咸平曾经说过,产品附加值源于它所宣扬的品牌内涵,会讲故事的品牌才能真正拥有话语权,景芝酒业看来是早已理解了这句话的真谛。在庆功

会现场,景芝酒业董事长刘全平在现场和大家开起了玩笑,笑称“这奖金花的他很心疼”,但是他却希望“这样的心疼能够多几次”。

这样的“心疼”无疑是睿智的。成立“景芝酒业围棋世界冠军奖励基金”让人们一提到围棋冠军便想到了景芝,反复灌输便让“景芝”二字等同于“冠军”,围棋的谦和,优雅与大气也与景芝的高端产品形象融入在了一起,成为高贵、脱俗的象征,在酒水市场一片惨烈的竞争中开辟了一片属于自己的蓝海。

数据永远是最有力的话语权,在体育营销上的巨大成功得到了市场的积极反应。景芝酒业,已连续四年保持50%以上的平均增幅,增长速度远远高于白酒行业平均增速。去年11月份景芝酒业高端理财酒成功登入上海国际酒业中心彰显出霸气的品牌地位和领袖气质,使人们看到了鲁酒高端品牌崛起的希望。

## 茅台平价过春节

持续十年逢春节必涨的茅台酒价,虽然厂家已经公开取消了限制涨(跌)价通知,记者省城市场采访发现,今年茅台酒平价过节,涨价已经不是可能的事情了,但零售市场价格已经稳定在1500元左右,降价幅度并不像很多人推测的那样一落千丈。

**高端白酒可以砍价了**  
记者在省城走访各大超市商场、白酒经销商中发

现,高端白酒中,茅台,五粮液等高端品牌价格出现松动。

在大润发超市的酒水专柜中,记者看到53度飞天茅台的零售价为每瓶1998元。销售员告诉记者这款产品不参加促销,价格也很稳定,当记者表示需要六瓶时,销售员则表示团购价不能低于每瓶1498元。

2012年12月,茅台、五粮液先后出台的“限价令”

让高端白酒再次处在风口浪尖中。随后,不到一个月,茅台和五粮液被迫撤除了“限价令”,高端白酒的价格出现了一定幅度的跳水。

同日,在省城一家酒水经销商店铺中,店铺老板告诉记者,现在53度飞天茅台的零售价格是每瓶1699元。当记者表示想买几瓶时,店铺老板表示,“如果买得多,可以按团购价每瓶1519元计算。”

“终端价1519/瓶,这是底线,再怎么样都不能低于这个价格。”茅台集团董事长袁仁国在年度经销商大会上表示,这个价格是考量了多方面的因素。

**终结十年逢节必涨**  
在刚刚过去的2012年,中国白酒行业受到了塑化剂、禁酒令、“史上最严”新交规等多方面的影响,同时受到影响的还有价格。按照惯例,只要到了春节,以茅

台为代表的高端白酒必然涨价。有人回忆,去年这个时候,在市场上拿茅台酒,每瓶至少2100元,并且没有多少货。

据知情人士介绍,茅台酒的价格已经比前几个月下降了300多元,52度的五粮液价格也下降了200-400元不等。这是持续了十年之后,茅台酒首次出现春节前降价行为,终结了十年来逢节必涨怪圈。(本记)

## 万德酒业 通过省级企业技术中心认定

近日,从省经信委传来喜讯,山东万德酒业集团有限公司科研技术中心达到省级标准,被正式授予“省级企业技术中心”称号。

该公司始建于1957年,作为全国首批取得白酒生产许可证的企业之一,现为山东省高新技术企业,山东省白酒行业十大品牌企业。多年来,公司不断加大科研投入,先后建成现代化科研技术中心大楼,购置了自动化气相色谱分析、质谱仪等高科技设备,为打造高品质的产品提供了重要保障,以此成功举办了2012年山东省白酒质量品鉴会。

在人才培养上,采用“走出去”、“请进来”等多种方式,先后与山东轻工业学院、山东农业大学、滨州学院等高等院校建立了校企合作、实践教学及产、学、研相结合的长期合作关系。公司现有省级以上评酒师、酿酒师职称的多达10余人,高级操作工20余人,省首席技师3人,为科技工作的持续推进创造了条件,为企业“以质取胜,科技创新”的企业理念奠定了坚实的基础。(李宏身)

## 贵州五星战略重地瞄准山东

1月24日,贵州五星酒业集团在济举办品鉴会,宣布在全国性战略部署完成的情况下,未来将把山东板块作为茅台镇镇酒的战略重点市场。在品鉴会现场,由6名品酒师组成的专家组对茅台镇镇酒进行现场品鉴,贵

州五星集团与济南市餐饮协会签订合作协议。

贵州五星酒业集团茅台镇五星酒厂是一家专业从事酱香白酒生产、开发、销售的酒类专营企业,是中国酒都十强民营白酒企业,旗下拥有五间基酒厂,传统发酵窖池

600多个,年生产优质酱香基酒5000多吨,储酒能力1万多吨,配有5条现代化的灌装和包装生产线;拥有现代化的勾兑、过滤设备和一流的产品检验、化验设备;全厂占地面积215.58亩,是茅台镇历史悠久的酒厂之一。

2012年,五星集团和山东济南朴风堂贸易公司强强联合,结成战略合作伙伴,五星酒业正式进军山东市场。从2013年起,五星集团将把山东板块作为未来茅台镇镇酒的战略重点市场。

在品鉴会上,孔府宴

酒业有限公司副总经理、国家一级品酒师杨秀丽等6名品酒师,对茅台镇镇酒做了一次现场品鉴。专家组认为,茅台镇镇酒“微黄、清亮、透明,酱香突出,优雅细腻,醇甜丰满,回味悠长,空杯留香,风格典型。”

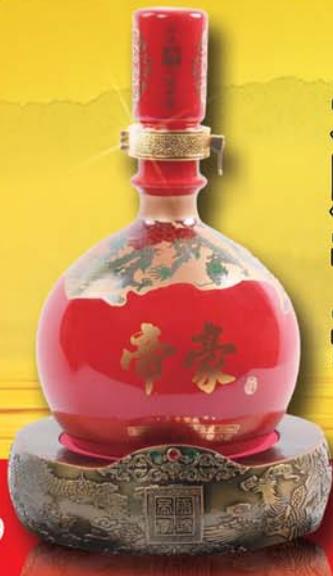


中国驰名商标

中国最大的地下酒海

# 中国首创 水窖地藏

天赐帝豪



山东帝豪酒业有限公司 地址: 山东省枣庄市经济开发区汇泉路南 电话: 0632-3265999