

市场“一酒难求” 茅台全力生产备战春节市场

随着春节的临近,白酒市场迎来传统意义上的销售旺季,作为白酒“风向标”的贵州茅台,价格也开始上涨,甚至出现了“一酒难求”的局面。贵州茅台一位高层日前表示,由于茅台酒市场需求旺盛,公司正全力生产供应市场。

■酒周刊记者 徐飞

茅台仓库有人排队提酒

1月17日晚间,仁怀当地不少市民的微信朋友圈里出现了这样一段视频,描述了有不少人在茅台酒厂仓库排队提酒的情景,配图文字这样说道:“现在是2017年1月17日晚上十点,茅台酒厂老仓库排队提酒已开始,他们需要等到18日早上8点半才能提酒!似乎比往年购买热情都高。”有网友回复说,早点买就好了,现在才来买,排队都不一定有货。

还有的网友甚至表示,买瓶茅台酒咋就这么辛苦呢!

当地一王姓市民告诉记者,这种状况说明了茅台酒销售火爆。

针对网上的传言,茅台集团主动进行了公开回应。据茅台集团公司透露,对于春节前的生产工作安排,公司一直开足马力生产,全力保障市场需求,目前生产供应安排有序,2017年坚决不提高茅台酒出厂价格。

茅台酒市场价格上涨

在仁怀,抢购茅台尚且如此火

爆,遵义城区又是怎样的情形呢!酒周刊记者走访了城区多家烟酒专卖店、超市,发现茅台酒的销售同样火爆。

在桃源路一家超市,记者看到,茅台酒价格在1288元/瓶,并且货源还不多。而在老城一家超市,茅台酒价格每瓶1280元,同样货源紧张。

即便是酒类专卖店,也照样缺货。在城区一家专卖店,工作人员告诉记者,目前已无货可卖,每天都有不少顾客来询问,但都只能失望而归。

实际上,2016年以来,茅台酒价格就已出现上涨趋势。据了解,去年7月份之前,茅台酒的价格一直稳定,零售价在850元左右,从7月份开始往上走,到9月份便已上扬至千元,而随着春节的到来,价格更是上涨不少。

对于这一现象,茅台酒股份有限公司副总经理,茅台酒销售有限公司董事长、党委书记王崇琳在接受有关媒体采访时表示,这是随着民间消费者消费升级和消费者结构转型,茅台酒的需求进一步扩大的结果。表现在两方面:一是茅台酒转型较好,让一般家庭消费得起。二是随着



工人们加班生产茅台酒,以满足市场供应需求

生活水平提高,消费者愿意选择质量安全可靠有保障的品牌。

加班加点生产保供应

1月20日,记者跟随参加重走四渡赤水路的中外嘉宾,参观了茅台集团包装车间,只见现场工人正在贴标、装盒、捆箱,一派繁忙景象。

据现场管理人员介绍,生产一瓶茅台酒,要经过洗瓶、灌装、捆箱、入库等十几道工序。而每一瓶茅台酒,还要经过有机食品管理、有机产品标准等六大质量管理体系的管控,才算是合格品。目前,包装车间全体员工开足马力,加班加点生产,以满足市场供应。

据了解,2017年度茅台酒的计划销量为2.6万吨左右,系列酒2.4

万吨左右。茅台高层透露,茅台备战春节市场,全力生产、不囤货、不提高茅台酒出厂价。

据悉,茅台今年将进一步在“稳”上下功夫,保持茅台酒销售大好局面,以企业有效益、经销商有利润、老百姓能接受为主导,兼顾三方利益,把控好市场价格,维护好市场秩序。

重视互联网大数据营销的“酒老板” 专访古坛酒业董事长熊宏飞

为卖酒 干过杂工

近日,他在市酒业协会、仁怀市酒业协会举办的年会上,获得了中国酱香酒优秀企业家、首届酱香酒产业“红高粱”奖个人奖;营销创新奖。借此机会,记者对他进行了专访。

熊宏飞1971年出生在茅台镇,是一个从小耳濡目染酱香酒酿造过程,闻着酒香长大的商人。14岁初中毕业后,他到一家酒厂上班,后来又在茅台酒厂的一个车间干了三年。之后,由于个人原因,他离开了茅台酒厂。

1996年,他转战销售领域。刚开始接触销售工作,他也是在一路摸索中才打开了局面,为此,吃了不少苦头。那时,为了在辽宁一个很火爆的烟酒批发市场打开销路,他免费为别人当小工。他说:“为了让一个批发店卖自己推销的酒,我免费给别人当搬运工,干杂活。”

渐渐地,诚实勤劳的他赢得了店主信任,销售的酒顺利进入了该市场。这之后,他赚到了人生的第一桶金。他回忆道:“五星茅台特别好卖,我刚把酒拉到市场上,车门一开,就被其他经销商抢光了。”

干销售工作的同时,他也对酱

香酒的生产工艺进行了研究,并成为了高级勾调师。随着销售业务增多,销售网络逐渐建立了起来,他也开始筹划建立一家集酱香型白酒生产销售于一体的企业。

1999年,他在石家庄参加一场糖酒会时,偶然的机会,和几个东北的经销商朋友聊天,谈到湖北有一款“泥坑酒”特别好卖。大家还打趣,这款酒名字不好听,在东北话里又叫“埋汰酒”,还不如改名叫古坛酒好。

说者无心,听者有意。熊宏飞越想越觉得这个名字寓意好,为此整整想了一晚上没睡着觉。参加完糖酒会后,他直接赶往北京,在商标总局把古坛二字注册成了认证商标。

当时,注册商标时还有一个小插曲。原来,安徽有一家酒业公司也是注册的古坛,如果这家公司提请复议,这个商标就注册不下来。熊宏飞说:“我也为此担心了很久。”尽管如此,后来还是成功地注册了古坛商标,他也在茅台镇创办了古坛老窖酒厂。

假如你听到一个酒厂,在白酒单品年出货量超过800万瓶时,你会相信吗?是的,绝大多数人肯定不相信,但这却是事实。带领团队创造这个记录的就是茅台镇古坛老窖酒厂董事长熊宏飞。



“互联网+大数据营销”助力 年销售酒800多万瓶

经过10余年的发展,古坛酒厂出产的酱香系列酒产品不断得到市场认可,销售渠道也逐年增多,销售额不断得到刷新。熊宏飞的酒事业越做越大,在深圳、成都都注册了公司。

2015年,在他的带领下,古坛酒业销售公司运用其创立《互联网+大数据营销》模式,创造当年酒类单品出货量800万瓶的销售量,成为运用互联网+酒类营销的典型案例。他说:“在互联网时代,每个行业都面临着互联网+、转型,酒类行业也是如此,我们通过线上赠送有品质的酒,再带动消费者消费酒,运用这样的方法取得了成功。”

在短短两个小时的采访中,熊宏飞给记者最深的感受就是:这是一个非常热爱

互联网科技的老板,对互联网运用的模式原理信手拈来,如数家珍。他说:古坛酒业就是运用递增的大数据营销,建立了直销平台,省去了经销商环节,把最大的利益返还给消费者。

互联网+大数据营销的成功,让他对如何建立企业有了更深层次的认识。“企业做大了,我们要做文化,卖酒也要卖精神卖文化。”他说。

如今,他瞄准了酒旅文化,下一步,他将在茅台镇打造一个世界上最大的酒坛,并申报吉尼斯世界纪录。“我还要建立茅台镇独一无二的天然溶洞窖藏酱香酒的旅游景点,做好古坛酒业的酱香酒文化。”

(酒周刊记者 杨先康)