



近年来,随着白酒行业从深度调整逐步走向复苏回暖,这一传统行业再度成为各方势力布局的重要方向。在一众名酒一统天下的行业格局中,一个新生品牌想要突破重围,成功抢占市场份额,并不是一件容易的事。

而金六福·一坛好酒,则将这件不容易的事做出了让人眼前一亮的成绩。

2017年,一坛好酒以一场科技范十足的发布会隆重上市,短短两年时间,取得了业绩从零到亿元,终端复购年10倍+的好成绩,在巨头林立的中国白酒市场,成为行业人士交口称赞的超级白酒。

一坛好酒:超级白酒大揭秘

超级产品: 496老酒配方 老酒更多

金六福·一坛好酒背靠金东集团,集团旗下有12家白酒厂,囊括浓、清、酱、米、凤、特等七大香型,拥有9件中国驰名商标、4件中华老字号、20位国家级酿酒师。依托这些资源,金东集团成立中国白酒创新研究中心,研发团队经过三年研发,千次测试,终于研发出全球仅三人掌握的“一坛好酒”复合香型加密配方。

而一坛好酒的产地四川邛崃,位于中国黄金酿酒带——北纬30°。邛崃三面环山,拥有得天独厚的崖谷小气候,西北风受高山阻断对产区影响很小,东南风受横断山抬升作用,在东麓形成充沛降雨,崖谷内温暖、湿润,空气流动缓慢,酿酒微生物富集、不断繁衍优化,犹如一个天然酿酒窖池。

横断山脉海拔4000米以上的冰川融水,历经亿万年的砂砾矿化渗入谷底,形成了亚洲丰富的横断山脉矿泉系,钾、锶含量世界领先,为一坛好酒提供了优质水源。

此外,一坛好酒在全国范围内精选优质原料。川西坝子粮、东北糯高粱,以及山东、河南一代的优质小麦,将不同风土融入酒体,酿造兼具“酱香之优雅,浓香之绵甜,清香之纯净”的兼香型老酒。

一坛好酒独特口感的精髓,在于严格遵照496老酒配方:四年基础老酒、九年调味老酒、6个月以上瓶储,独特的陶坛、麻布袋包装,简约环保,透气性好,赋予酒体无法替代的醇厚老熟特点。40.8°全球适酒度,成就了一坛好酒不上头、不口干、醉酒时间短的舒适体验。

超级理念: 质优价宜 寻找酒业黑洞

名酒集体涨价,中小酒企开始撤场。巨头把控下的中国白酒市场,一半是火焰,一半是海水。

而早已成功跨越酒类行业多重身份的超级大商吴向东选择再次出手,打造“一坛好酒”。不仅是因为这坛好酒承载了他20年酒商的极致梦想:用心做一坛好酒,致敬真正懂酒爱酒的人。



更是他坚定的商业判断:中国酒类消费是多元化的,多种属性的超级品牌是一定存在的。名酒带着高端产品高歌猛进,必然会留给一坛好酒成长为“黑洞”的巨大空间。

中国白酒近年消费呈现“哑铃状”的走势,一小部分非富即贵的高端人士坚定地只喝茅台、五粮液等名酒,而大部分中产、白领、蓝领则更加倾向理性消费,价值和品质回归,让他们更青

睐高性价比的产品。吴向东深知“二八定律”,他知道,在中国80%都是普通大众,这些人不可能人人消费得起茅台、五粮液,但中国“无酒不成席”的餐桌文化又让这一部分人离不开酒。显然,做大多数人的生意,是一个容量更大的市场!

早在品牌创立之时,吴向东便预言白酒消费的“双雄时代”即将到来,即“质优价高”的名酒和“质优价宜”的知

名白酒齐头并进。一坛好酒的未来定位,就是成为“质优价宜”白酒的市场领军者。他坚信这就是一坛好酒突围成长的“黑洞”所在。所以,在价格卡位上,一坛好酒定位在200—300元的价格区间,这是一部分懂酒爱酒人愿意掏,也掏得起的一个价格定位。

超级营销: 强IP化运作 打造超级单品

一坛好酒的成功突围,不单单源于对产品品质的严苛要求和理念新颖,更源于营销活动上的不断创新和持续传播。

自诞生以来,一坛好酒就非常注重品牌营销工作。

从最初震惊行业的五场大型时尚高端发布会,到立足互联网、面向全国酒友的如“一坛好酒”招商H5“全球陶绘大赛”、“退伍老兵赠酒”等十多场大型赠酒活动;

从《猎场》《前任3,再见前任》等十余部大IP影视作品植入,到与永达、分众达成深度合作,掀起席卷全国的户外高速、高铁、电梯广告;

从与五芳斋、特仑苏玩转品牌线上联合发声,到红坛与劳斯莱斯完美结合,打造惊赞全城的红色婚礼;

以及独家冠名全球首创大型场景式读书节目《一本好书》;人屏互动长沙秋糖酷炫品鉴会;全国24个省市参与的“看脸”决赛——美酒俏佳人摄影大赛……一坛好酒通过持续不断的创意活动传播,吸引了大量粉丝,挖掘了部分目标消费群体。

上市即被哄抢而空的航母限量版、斩获2018中国设计红星奖的戌狗生肖纪念版、为民族情怀而生的56个民族版、彰显大国荣耀的改革开放40周年纪念版……一坛好酒“2+N”的产品模式为传统白酒行业打开了新思路,更为自己的超级品牌之路打下了坚实基础!

从爆款单品到超级品牌,金六福·一坛好酒以真诚的态度去满足新生代白酒消费群的需求,通过创新产品和营销凸显了这个传统行业强大的创新潜力,同时也在巨头林立的白酒行业走出了一片新天地,用两年的时间将自身打造成超级白酒,为行业的发展带来新的思路,注入新鲜血液。