

微观河南白酒春节市场 消费升温年味浓 国台酒动销稳健增长

临近春节，位于郑州市商鼎路与东风南路交叉路口的河南盛林商贸有限公司一派忙碌景象，人影杂沓，电话声此起彼伏。该公司负责人涂建胜正在协调如何尽快将国台酒送到客户手中。

“春节马上到了，正是用酒的高峰期，很多客户都在催我们发货。”据涂建胜介绍，目前，该公司备的国台酒已基本被预订完。

河南是白酒消费大省，历来是各家酒企兵家“必争之地”。国台酒业也将河南列为战略市场。

根据国台2024年全国经销商大会透露，在刚刚过去的2023年，国台酒销售额稳中有进。其中，国台核心大单品开瓶率猛增，动销喜人。国台酒销售量同比增长54%，动销增长49%；国台十五年销售量同比增长18%，动销增长9%。

事实上，不仅是在河南，在广东、山东、江西等地，不少经销商表示，目前，库存国台酒已基本售罄，其中，国台国台、国台十五年以及国台龙酒几款产品销量较高。

“这些年，可以明显感受到，国台在河南的品牌势能持续提升，市场份额也在逐步扩大，我很看好国台以后的发展。”涂建胜说。



国台酒走俏春节市场

濮阳市常思商贸有限公司是一家专营国台酒的地级经销商。除了传统销售渠道之外，该公司重点和酒店展开合作，向结婚新人以及一些其他的宴席团体推介国台酒。2023年，该公司开展国台酒宴席860场，超过10万人品尝了国台美酒。通过这样的方式，越来越多的消费者认识国台、了解国台，并且喜欢上国台，逐渐形成“喜宴选国台，好运自然来”的良性循环。

“现在，我的很多客户都是来复购的，大家对国台很认可。”据该公司负责人卓同利介绍，2023年，公司完成销售额2000多万元，提前2个月完成了全年销售任务。

卓同利表示，国台国台酒、国台十五年、国台龙酒在春节市场得到了不少消费者青睐。其中，作为国台千元价位段的拳头产品，国台十五年更是得到不少公司、企业的认可，“比如，年底宴请、商务聚会，会有很多公司选择国台十五年。”

年份酒的价值在于珍贵性。在目前的白酒市场上，来自茅台镇中国酱酒核心产区的国台十五年尤其珍贵。过硬的品质、特有的珍贵性使其成为诸多高端商务场所的选择。

例如2023年，全国各

地举办的国台十五年·尊品盛宴，让酒类消费场景被赋予个性化、美学体验和文化意蕴的新创意，不仅满足了不同人群消费升级的需要，更成为多方精英人群荟萃场。

国台酒源自中国酱酒核心产区，始终坚持产地正宗、原料正宗、工艺正宗和品质正宗，茅台镇独特的水源、土壤、空气、气候、酿酒微生物、原料和工艺共同缔造国台酒的正宗酱香。

在坚持“四大正宗”的基础上，国台更是通过反复的勾调对比，打造酒体的好口感。国台十五年就是由中国酱酒勾调大师徐强领衔，多位国家白酒评委组建勾调团队，优选基酒，选用更多年份老酒，精心勾调，年份更长、老酒更香，保证每一瓶国台十五年都是正宗地道的高年份酱酒。

来自河南郑州的国台经销商杨女士称，在同等价位段，国台十五年拥有很多忠实的客户，其根本原因就在于国台酒的品质和口感。

据了解，到目前为止，国台十五年·尊品盛宴已在广州、上海、济南、青岛、西安、重庆、武汉、郑州、佛山、深圳、贵阳、杭州等地累计举办近百场，让千万人领略茅台镇核心产区高端酱酒的魅力。



品质筑基 品牌势能持续提升

随着白酒市场回归理性，酱酒品类越来越向核心产区、优势品牌集中，国台的优势将越来越凸显，品牌、品质和对长期主义的坚持，越来越成为在竞争中脱颖而出的关键。

在品质保障方面，2023年，国台酒业的一大动作是发布了《国台智能酿造标准体系》，这也是目前行业首套酱酒智能酿造工艺标准。国台将知识和经验转化为数字化、标准化与规范化，不仅能够实现更加精准的传承，也是对白酒行业智能化转型升级的助力。

从传统酿造到智能酿造，从天人共酿到天人智酿。通过智能酿造与传统酿造的长期跟踪对比研究，证明智能酿造可以生产出同传统酿造一样的好酒，而且质量更恒定、批次更一致、风格更稳定。这也是国台持续推进智能酿造的初心所在。2023年，国台酒业获评国家智能制造示范工厂，入选工信部等五部门联合公布的“2023年度智能制造示范工厂揭榜单位名单”。据了解，这是贵州省率先入选的白酒企业。

在品牌打造方面，国台紧紧围绕经销商、消费者吃住行、学游购的重点场所、场景，深度进行品牌推广和沉浸体验。国台是中国高尔夫球协会、亚布力论坛战略合作伙伴，强强联合，助力国台品牌影响力的提升。2023年，国台开展各类宴席6万场、96.5万桌，影响消费者960多万人，在多个区域成为中高端宴席用酒前列品牌；策划举办了广东佛山叠滘龙舟赛、福建博饼赛、广东“促消费·共振兴”、粤港澳大湾区“美酒美食生活”等系列活动，新媒体传播总曝光量超14亿次。持续开展国台国台酒·通达盛宴、国台十五年·尊品盛宴、国台龙酒·至尊龙宴，下大力气、花真功夫，真金白银培育市场。

与此同时，国台品牌的影响力快速提升。2023年9月，“华樽杯”评测结果出炉，国台品牌价值再创新高，以2062.68亿元稳居中国白酒行业第10名、贵州省白酒第3名。

2024年，国台提出要围绕打造中国新名酒的目标，抓好“酿好酒、酒好喝、喝好酒”三件大事，突出强商扩网、聚焦深耕、消费培

育、精准提效、共创共享，不求速度多快，但要基础更牢、质量更好。

酒业资深评论人肖竹青认为，酱酒进入2.0赛道，酒企要想在存量市场中保持竞争力，需要建立全国的销售服务体系、培养消费者心理价位预期，提高公众价值感知。而国台在多年的消费者教育中，通过口碑传播和消费体验分享，持续巩固在消费者心中的心智资源定位。

经销商卓同利称，2024年是龙腾虎跃之年，常思商贸将从做好春节市场入手，开好局、起好步，做好全年的工作部署。与客户建立良好的合作关系，提供优质的售后服务，不断调整和进步销售策略，持续扩大国台品牌认知度和影响力，筛选目标人群，继续做大做强终端市场。

经销商涂建胜表示，将会持续立足河南，把市场做精做细做透。线上线下布局河南市场，同时，利用自己的供应链体系，布局河南乡镇市场。此外，还将走进企业，开展更多跨界合作。

王见宾 朱习之



人民对美好生活的向往 就是我们的奋斗目标



公益广告

中共郑州市委宣传部 郑州市文明办