



从“双品三香”，看区域龙头红太阳的高质量发展路径

当下,随着物质生活和消费水平的显著提升,人们对品质好酒和品牌名酒有了高端化、个性化、特色化的更高追求,也由此加剧了白酒行业的“马太效应”,白酒消费主流加速向名酒和区域龙头品牌集中。在此背景下,无论是全国品牌还是地产名酒,围绕头部市场竞争,展开了更为激烈的角逐。

作为鲁酒的代表企业,济宁白酒市场的品牌龙头,有着73年发展历程的红太阳酒业沉潜蓄势、厚积薄发,以“双品三香”为核心品牌战略和产品策略,在发扬传统优势的基础之上智慧创新,通过大单品打造、高端化引领和差异化竞争,不仅以强劲之势在众多白酒品牌中脱颖而出,满足了新时代消费者对高品质美好生活的需求,也为鲁酒成功探索出一条区域龙头高质量发展的新路径。

双品三香,底气何在?

双品三香,意如其名。其中,“双品”是指“红太阳+祥酒”的双品牌运作;“三香”是以五粮浓香红色经典、馥香型红1号、绵柔酱香祥酒三大系列产品为代表的三种香型。双品三香,既是红太阳酒业战略布局和运营策略的清晰体现,也代表着企业品牌打造和产品定位的精准方向。

先看“双品”:1993年正式打响市场的红太阳品牌,是红太阳酒业为弘扬红色文化、酿造品质好酒而创立的,历经三十年的岁月洗礼和市场考验,至今依然焕发着强大品牌活力,成为中国白酒行业为数不多能够畅销三十年的经典品牌;1984年成功推出的酱香祥酒,早在上个世纪90年代就已风靡一时,并荣获世界金奖,在全国市场有着极高的产品知名度和品牌影响力,今天的祥酒依然以北方酱酒引领者的身份,续写着“香飘神州”的品牌传奇。

再品“三香”:五粮浓香是红色经典系列产品的品质特色,也是红太阳酒业采用独创的北方五粮跑窖工艺,匠心打

造而成的具有北方典型特色的优质香型;作为红太阳智慧创新的次高端新品,馥香型红1号集酱香白酒的“幽雅细腻”、浓香白酒的“绵甜爽净”和芝香白酒的“丰满醇厚”于一体,成功开创了中国馥香型白酒的品类先河;祥酒所代表的绵柔酱香,是中国酱香白酒香型细分的开山之作,以更高品质的品质和更优雅的风格,为消费者奉献了一款真正与众不同的好酱酒。

事实上,“双品”战略实施和“三香”齐头并进,不仅让红太阳酒业以差异化的竞争,不断巩固市场领先地位,而且也全面拉升了产品在消费者心中的品质价值、品类价值和品牌价值。

更重要的是,“双品三香”的背后,彰显出的是企业深厚的文化底蕴、优秀的品牌基因、雄厚的酿造实力、专注的创新精神、强大的技术力量和坚实的品质保障,这是红太阳酒业基于73年匠心自酿而建立起来的强大自信,是企业最大的核心优势,更是“双品三香”的底气所在。



产品精准定位,市场强势引领

不止是底气和实力的强大支撑,还有市场和地位的强势引领。

在全面实现小康社会的新时代,在消费水平持续升级的背景下,红太阳酒业坚定不移的以“双品三香”发展理念为引领来培育品牌、打造产品,在全面满足消费者对白酒品质化、个性化、高端化需求的同时,也成功实现了双品牌旗帜下,三大香型产品的市场目标和战略使命。

五粮浓香型红色经典系列以“1949”、“1921”、“1893”等为主打产品,聚焦百元价格带,在满足大众品质消费升级的基础

之上,完成对济宁中高端白酒市场的全方位占领,成为了备受大众欢迎的国民好酒,并建立了深厚的群众基础。

被誉为中国白酒酿造馥合工艺高端创新产品的馥香型红1号,以卓越的品质、典型的风格和高雅的气质,开创了济宁地产名酒的第一特色香型,上市仅两年时间就快速打响市场,在次高端白酒赛道上后发先至,一度成为济宁地产高端白酒消费的首选之品。

见证了中国酱酒发展的绵柔酱香祥酒,以金奖系列和中国祥系列为两大核心产品,分别主打高端和次高端市场,不

仅成功引领起济宁酱酒消费的主流,而且还在山东市场掀起了一股“祥酒热”,成为经销商抢抓酱香机遇的“王牌产品”。

以品质的高端引领性和品类的不可复制性实现市场的精准占位,以红色文化和祥瑞文化的双重赋能实现品牌的高度引领,以双品牌和三大香型为核心打造更全面、更合理、更具竞争力的产品体系,更大地覆盖市场,更好地服务消费者。这些优势,一举奠定了红太阳酒业在行业和区域市场的领先地位,也开辟了一条其他酒企难以复制的成功路径。

从济宁到山东,营销布局再升级

多年来,凭借着精益求精的产品品质和坚如磐石的战略定力,红太阳酒业在济宁深度扎根,并稳步推进市场和渠道的精耕布局,牢牢坐稳了济宁白酒市场的头把交椅。尤其是在“双品三香”发展战略的方向指引下,红太阳酒业不仅形成了“品牌+品类+品质”的三层壁垒,构建起攻守兼备的产品矩阵,而且还为市场营销的全面升级和快速拓展打造了新引擎,为区域龙头在引领济宁的基础之上积极布局全省增添了新动力。

在今年的7月18日,红太阳酒业济南营销中心正式成立,这是红太阳酒业以省会城市为

中心,打造大山东市场,开展全省化布局的关键一步,也标志着红太阳正式进入了全省化运营的新阶段,以更高站位、更宽视野、更大格局和更实举措,从区域龙头向省酒龙头的目标大步迈进。

特别值得一提的是,济南营销中心的落地只是红太阳酒业营销布局升级的第一步,随着市场拓展的持续发力和有序推进,红太阳菏泽营销中心和枣庄营销中心也即将正式成立,这既是红太阳酒业在“双品三香”的有力支撑下,在“立足济宁、面向全省、张弛有度、重点突出”的战略规划下,大手笔

落子开创营销新局面的重大之举,也必将极大提振核心经销商和渠道联盟体等合作伙伴的信心。

从老牌祥酒到经典红太阳的品牌双优,从五粮浓香、绵柔酱香到馥香型白酒的开创,从县域酒企到市酒龙头,再向省酒迈进,红太阳的冉冉升起,照亮的是一条坚守、奋进、开拓、创新的崛起之路,依靠的是“双品三香”战略的精心构筑和实施推进,不仅为红太阳酒业的高质量发展、高端化发展提供了核心动力,也为鲁酒成功打造了一个区域龙头突围新路径的经典案例。

