

陶香美酒誉中原，河南刮起“彩陶风”

全媒体记者 邹朝晖 本报记者 吕文杰

快速奔跑的仰韶

随着元旦、春节“双节”临近，大多数名酒巨头都早早吹响了抢占市场的号角。作为“豫酒领军品牌”的仰韶酒业也不例外，为了打一场漂亮攻坚战，几个月前，就进入了“粮草备战”阶段。

最近，记者走访了仰韶酒业。在位于渑池的仰韶酒业生产厂区，记者发现，不管是老厂区，还是新厂区，都进入一年中最忙的时期，酿酒车间、灌装车间、包装车间等，都处于高负荷运转状态。记者在厂内看到，等待装货的物流车队排得更长了——他们的任务是，向终端渠道运送“弹药”等后勤补给。

与此同时，位于仰韶酒业下游的渠道商、批发商、烟酒店，同样都在调兵遣将，进货、送货，加速备战，忙得不亦乐乎！

记者从仰韶酒业获悉，仰韶酒业已实现了在河南市场的布局。其中，仰韶酒业营销中心被放到了具有战略地位的郑州市。另外，华东区和西北区营销中心，肩负着局部市场攻城拔寨的重任。“截至目前，仰韶酒业已在河南省内18个地市设立了分公司，在全省的100余个县区设立了办事处，基本完成了‘营销中心、地市中心、县店办事处’的三级立体布局。”仰韶酒业营销中心负责人对记者说。

为了打好元旦、春节“双节”攻坚战，仰韶酒业在全省范围内谋划了一个宏大的抢攻规划。“自12月24日，从郑州战区开始，南阳、许昌、漯河、洛阳，一直到2020年1月19日信阳战区结束，跨度20多天的30多场声势浩大的‘爱家乡，卖豫酒’订货会将陆续在各个战区展开。另有30余场彩陶坊天时节品鉴会、50余场渠道推广会交替进行。”仰韶酒业品牌中心负责人告诉记者。

仰韶酒业的快速奔跑，自然令整个行业瞩目。如今，这股“彩陶

风”，刮出了河南，影响到陕西、山东、河北等周边市场，甚至在中国酒圈也引起了震动。

越刮越盛的“彩陶风”

仰韶酒业有什么“造风术”，让这场风潮越吹越广，越吹越猛呢？

首先，借郑州地铁这个优势资源平台，仰韶酒业率先冠名了3条线路，让彩陶坊的靓丽身影，日夜穿梭在地铁里。全省有一亿人口，没坐过地铁的还有很多，但只要到了郑州，都会去体验一下风驰电掣的地铁。同时，仰韶酒业每年都会精心策划“彩陶坊专列旅行”。据记者了解，仅2019年仰韶酒业就组织了6趟专列，让近万名仰韶酒业的客户既品到了彩陶坊美酒，又获得了愉悦的旅行体验。更重要的是，“彩陶坊专列旅行”让广大客户在情感上与仰韶酒业建立了有温度的联系。

其次，在河南的次高端市场上，仰韶酒业也有很强的话语权。仰韶酒业的“三会三宴”策略，精准抢占了河南几乎所有的政经热点、焦点。除了黄帝故里拜祖大典、第十一届全国民族运动会、全球跨境电商电子商务大会、河南国际投洽会外，还有洛阳牡丹文化节、郑州国际航展、大河财富中国论坛等，凡是有高端活动的场所，就能看到彩陶坊的身影，它俨然成为酒圈里的“网红”。

其三，作为食品行业，体验式营销也是深耕市场的一把利器。好喝不好喝，品过了才会知道，为了用好这把利器，仰韶酒业精心策划，为广大消费者举办了“百城万店·百万品鉴”活动。近几年，仰韶酒业利用每年7月到10月的3个月时间，在郑州、洛阳、许昌、安阳等18个地市，借助一大批知名酒店、酒楼，通过抓眼球的“陶香白酒盲品赛”，在为消费者带来了饮酒体验的同时，还成功让彩陶坊与广大消费者建立了情感上的连接。

其四，更值得关注的是，为了

豫酒振兴，百舸争流。河南仰韶酒业有限公司(以下简称“仰韶酒业”)显得尤为耀眼，其在激烈竞争的中原市场，迅速掀起了一阵“彩陶风”，尤其是自匠心之作——彩陶坊天时节日月星上市以来，这股让业界瞩目的风潮，越刮越猛、越刮越盛。



彩陶坊天时节日月星产品

“减少酒驾，助力平安河南”，仰韶酒业斥巨资投身“你喝酒，我代驾”的公益活动。通过有温度的社会公益活动，他们在安全诉求上与消费者产生了共鸣，让消费者一喝酒就立即想起彩陶坊。“对喝酒者做到了细致入微的情感关怀，并借此使‘到河南，喝陶香’从一句宣传语，迅速变成了‘喝陶香，有代驾’的生活新风尚。”一位业内人士告诉记者。

最后，仰韶酒业还通过公益助学、扫码赢红包、豫酒中原行等有温度的活动，对彩陶坊的品牌推广、市场深耕，起到了巨大的引流作用，在一定程度上为这股“彩陶风”增添了动力。

综上，仰韶酒业卓有成效的创意营销，带来了彩陶坊在市场上的惊艳表现。自2008年“彩陶坊”上市之后，创造了一个个增长纪录，成就了酒圈里的“彩陶坊现象”。即便如此，仰韶酒业仍怀揣做大做强产业的理想，在创新的路上飞奔。

2018年8月，由彩陶坊天时节“裂变”成的彩陶坊天时节日月星正式

惊艳上市。记者从仰韶酒业了解到，2019年初，仰韶酒业就迅速完成了“天时节日月星”在省副食、盛林商贸、金辉云酒以及省内百强企业等酒商、大客户的重点布局，目前销售成果格外喜人，为下一步全方位渠道运作，打下了坚实的基础。

此外，让业界更期待的是，仰韶酒业将于2019年12月30日正式推出匠心打造的彩陶坊地利洞藏系列D6、D9。这是继“彩陶坊天时节地利人和系列”“天时节日月星”后又一匠心之作。

接下来，彩陶坊天时节地利人和系列、彩陶坊天时节日月星系列、彩陶坊地利洞藏系列，将形成一个耀眼的彩陶坊家族，借助显著产品力的阵营，2020年将是仰韶酒业的爆发之年！

“匠心基因”铸精品

但凡接触过彩陶坊的人，大都有这样的共识：除了品质过硬外，

彩陶坊还是一件让人叹为观止的艺术品。比如，彩陶坊系列的研发创意，来自仰韶文化遗址出土的鱼纹葫芦瓶；最新“裂变”的天时节日月星的研发创意，则来自小口尖底瓶。若没有强大的匠心文化基因，是不可能创意出有如此生命力的产品的。

谈到仰韶酒业的匠心基因，就不能不提仰韶酒业董事长侯建光。只要关注过仰韶酒业的，就不难发现，侯建光一直把“一生只为酿一瓶好酒”当作自己的价值观。如今，侯建光不仅是中国白酒工艺大师，更难能可贵的是，他还是全国唯一跻身国家白酒评委的董事长，有最懂酒董事长的美誉。

在荣誉、成就集于一身的情况下，侯建光依旧不忘初心，俯下身来坚守在第一线，刻苦钻研酿酒技术、不断提升技能水平，择一事，终一生，走好酿酒生涯第一步。“只要有时间，我就会走进曲房，小心翻看陶屋里安睡的酒曲；只要有时间，我就会到酿造车间，与工人们探讨糟醅的阶段发酵情况；只要有时间，我就会到河南省白酒博士后研发基地，就陶融香型白酒的功能微生物活动情况，与科研团队进行分析探讨。”侯建光对记者表示。

作为食品的白酒来说，安全、品质是消费者最核心的诉求。为此，仰韶酒业制订了品质提升规划。比如，针对决定产品质量的酶的差异这一核心，他们利用与江南大学共同成立的陶融香型白酒研究院、河南省首个白酒博士后研发基地、全省唯一的微生物实验室等平台，对微生物代谢、风味物质组成等，进行深入研究。

与此同时，仰韶酒业在加速开展区域微生物环境特征和代谢生物、酒体微量成分、食品安全等三方面研究的同时，还把好看、好闻，更要好喝、好受等要求，作为仰韶酒研发的目标。

最后，仰韶酒业还坚持对白酒香型的五个要素进行差异化的科研攻关研究——仰韶地域环境微生物

差异化的研究、陶融香型白酒制曲工艺的研究、不同原料对酒体风格差异化影响的研究、发酵设备对基酒风格影响的研究、陶香型白酒多香型工艺融合度提升项目的研究。

事实上，正是精益求精的匠心基因，才造就了今天有“品质标杆，豫酒典范”美誉的仰韶彩陶坊酒。当然，除了有好的产品外，仰韶酒业想获得持续的高速增长，天时、地利、人和，同样不可或缺。

好产品+天时+地利+人和=彩陶坊速度

谈起仰韶酒业发展的天时，不能不提2017年。

首先是在这一年里，河南省委、省政府第一次提出了豫酒振兴战略。紧接着，9月19日，河南省政府顺势推出了《河南省酒业转型发展行动计划（2017年~2020年）》，全面吹响了豫酒振兴的号角。作为豫酒领军品牌的仰韶酒业，此时迎来了千载难逢的战略机遇期。

其次，除了有豫酒振兴的天时外，还有传统酒业消费大省的地利之便。这也是仰韶酒业悄然崛起的必要条件。据公开资料显示，河南酒业市场容量近600亿元，豫酒占了不到五分之一。对仰韶酒业来说，接下来以地利之优势在深耕根据地市场上，具有巨大的潜力。

除了有好产品、天时、地利外，还要有具备匠心基因的研发团队、能征善战的营销团队等，才能让企业拥有非凡的战斗力，这便是仰韶酒业的人和；加上仰韶酒业2018年制定的“人才兴企”战略，定会让仰韶酒业在市场深耕中如虎添翼。

有了好产品，再加上天时、地利、人和等的助力，坚守深耕根据地战略的仰韶酒业，自然会让“彩陶风”刮得更猛烈、更广阔、更持久，甚至刮出河南市场，刮向全国市场，演绎一场现代版的中国酒圈里的传奇！②11

创建全国文明城市 公益广告

我参与/我奉献/我快乐

文明是城市之魂
美德是立身之本

南阳日报 创意设计 刘影