



白酒巨头豪掷4亿砸向央视广告 提前烧旺明年战火



经过十几个小时的角逐,素有“中国经济晴雨表”之称的央视黄金资源广告招标会本周一落下了帷幕。白酒成为招标会最受关注的一类产品,五粮液、泸州老窖、郎酒等家家投入超过4亿“哄抢”明年的央视广告,其借助央视宣传平台,扩大全国市场知名度的用心不言而喻。可以预见,明年白酒巨头们在全国市场的争夺会更加激烈。

谈正民/整理

酒企提高明年投放预算

在央视黄金资源广告招标会上,白酒无疑是最为活跃的一支。在争夺新闻联播前报时广告组合时,茅台和五粮液这对欢喜冤家“死掐”二十几轮,将拍卖价格抬高了1.87倍。最终五粮液花费405亿拿下4个时段、为期8个月的广告投放权,成为白酒行业投放额最大的企业。

郎酒集团董事长汪俊林表示,郎酒集团明年在央视的广告投放额在4亿元以上,比2010年上升了30%。而泸州老窖包括33亿元的现场招标和8000多万元的前期战略同盟投入,与央视签约的广告额也超过了4亿元。据泸州老窖前

三季度的报表显示,今年前三季度其净利润为158亿,也就是说贡献了前三季度将近25%的利润拼明年的央视广告。央视广告经营中心副主任何海明表示,白酒行业正在进行全国性的市场整合,这些白酒企业对打造其品牌很看重,将来白酒品牌会更加集中也会更加强势。

广告之争提前烧旺明年战火

此次招标会的战绩被看作是白酒品牌对明年市场的第一轮较量。今年以来,随着茅台等高端白酒的疯狂涨价,五粮液和泸州老窖纷纷推出高端新品,几大高端白酒巨头在高端白酒领域展开了更为激烈的争夺。茅台和五粮液一直是白酒行业的欢喜冤家,近年来双方在销售额以及销售利润上一直是你追我

赶。而昔日行业的老三泸州老窖,在洋河今年整合了双沟后,从今年前三季度报表来看,销售额已被洋河拉开超过10个亿。虽然前三季度报表显示,双方的净利润是旗鼓相当,但面对发展势头强劲的洋河,泸州老窖必然要加码。据了解,今年泸州老窖推出年份酒后紧接着推出定价为1800元的超高端白酒“国窖

1573中国品味”,强势杀入千元白酒市场。分析人士认为,此次央视广告投放,与它要将“国窖1573”作为高端奢侈品来打造的意图直接相关。

郎酒方面也传出,借助品牌力量的加强和市场的不断拓展,2010年郎酒销售目标要达50亿元,到2015年销售力争达100亿元,与之匹配,在营销投入上也要冲刺。



中国驰名商标

金裕皖

【年份酒】



安徽省金裕皖酒业有限公司

安徽省界首市金裕皖工业园 电话: 0558—4888899

合肥: 0551—3446888

中国(和)(谐)(香)(型)缔造者

