

SOD 酒营销诸葛会举行

文/本报记者 唐晴 图/张林海

品牌建设一定要注入文化的内涵。

SOD 产品要加强对接旅游、餐饮市场。

SOD 酒价位可多样性，出一些适合大众消费的产品。

群贤汇聚，情系 SOD 酒。7月22日上午，张家界 SOD 酒营销交流座谈会举行，来自我市文化与旅游相关的专家、学者、行业精英们相聚一堂，畅所欲言，传经送宝，进一步推动 SOD 酒品牌营销方向，共商共谋发展大计。

活动中，金克剑、张世乐等专家学者们深入公司实地走访，通过查看商品、收看宣传短片，详细了解了企业发展规划、产品技术创新等情况。SOD 酒相关负责人对产品定位、品牌建设及未来发展规划进行了详细介绍。

据悉，张家界王者天下生物科技有限公司成立于2020年12月25日，系张家界市委市政府2020年重点招商引资项目，由张家界市农业投资有限公司、张家界市农旅集团有限公司和深圳王者天下生物科技有限公司三家公司组成的国资控股企业。

公司依托中国科学院专家团队，从事世界前沿技术的 SOD 生物科技健康产品研发，通过提取张家界特产莓茶中高活性 SOD 酶，生产和销售 SOD 酶衍生生物科技健康产品，推动张家

界百亿莓茶产业发展，助力张家界农业科技产业战略，打造张家界城市名片健康产品品牌。

同时，公司主营产品为张家界 SOD 酱香白酒，张家界 SOD 浓香白酒，SOD 莓茶参糖，SOD 复合小分子多肽等，产品投放市场后，获得高度广泛认可，其中张家界 SOD 酒被市委市政府作为政府一瓶酒战略产业进行推进。2018年，公司 SOD 产品荣获巴拿马万国博览会金奖。

听意见、集建议、叙情谊、谋发展。在由本报与3家公司联合举办的座谈会上，发言采取互动的方式，既生动活泼，又抓住主题深入研讨，专家们结合日益蓬勃发展的张家界经济与旅游业，就企业在优化结构、创新营销、提高品质等方面进行了深入的交流和探讨，提出了大量具有实质性、针对性、建设性的意见。

听取专家发言后，该公司董事长吴建民对专家们的积极建言献策表达了谢意。吴建民说，通过此次座谈会，共同探讨 SOD 酒营销发展，建起了沟通的桥梁，为 SOD 酒带来更多的惊喜和崭新的力量，未来，公司将抓住机遇，对市场精准评估，进一步以文化建设打造营销共振，全力挖掘增长潜力，积极推动 SOD 酒产品更好落地市场，SOD 酒业将以全新的姿态、更富能量的气场奔跑，带来新的发展格局。

国家注册高级策划师、作家、历史研究专家 金克剑

刚刚听了产品的介绍令人眼前一亮，当今社会人们对于健康越来越重视，SOD 酒是对健康很有益处的，它的定位非常符合现代人的需求。还有非常值得肯定的是，产品采用张家界优质莓茶萃取高活性 SOD 酶，和张家界莓茶结合起来，这一举措带动了乡村振兴。目前是定价的问题，现在的定价对于普通的市民和游客偏高，我们是否可以再考虑下定价问题和对于市场消费的划分。

张家界市文化旅游智库研究院理事长，市人大代表、北京联合大学旅游学院特邀研究员 流云

首先产品定位的理念要清晰，听了刚刚的介绍，我发现生态、健康是这个酒的代名词，我们要抓住这个关键词来对酒进行定位，要让大家知道，它是不一般的酒，是一种具有独特品质的酒；其次在营销上面来讲，要将市场作为着力点，而如何进入张家界市场就要对接旅游市场。要抓住做旅游的人，让他们成为你的营销员，例如旅行社的那些外联人员和导游，有句行话叫：江山美不美就看导游一张嘴。最后还要让张家界一些本土的有文化、有影响力的人，实施线上线下精准营销。

张家界市鑫泽国旅总经理、张家界市桑树儿生态农业开发有限公司总经理、张家界市西凤酒总代理 朱德勇

结合张家界过去一些成功的酒业举例来看，我认为首先需要对接张家界旅游市场，利用旅游的窗口来做好招商和营销战略规划；其次，要建厂，拥有自己的工厂才有自己的根基，并且工厂也是对接旅游的好平台，很多游客有时候也提出想去工厂观光，这就存在一个市场需求。

张家界市餐饮协会会长、湖南省餐饮行业协会副会长 张世乐

目前营销策略很多，我认为要进入一个体系和系统，比如要全面进入湖南的餐饮界，本土的餐饮界。通过餐饮界做餐饮的人每天都要喝这个酒，他们是接触每个顾客的人，这类人群都知道这个酒好，这个酒自然而然就会被推广。

吉首大学旅游与管理工程学院教工党支部书记、院长助理、硕士生导师，管理学博士，湖南省青年骨干教师、湖南省高校教工党支部书记 双带头人 标兵、张家界市旅游学会秘书长 蔡建刚

我认为企业最伟大的成功在于创造市场、创造需求，而不是迎合需求、提供产品。对于 SOD 酒来讲，一定要做好本地市场，不能将消费者仅限于某一个小群体，而应该打开普通民众的市场，将产品线做得更加多元化，既有高端线、也有低端线，细分消费者群体。最后我想说可以在包装文化上下足功夫，让包装既有故事可讲，又有一定的文化内涵。

湖南省技术能手、湖南省百优工匠、童鹏飞大师工作室领办人、中华金厨奖得主、中国烹饪大师、中国湘菜大师、张家界市胜地工匠、张家界市十大名厨 童鹏飞

我认为产品现在最重要的是如何面对市场，何时接轨，第一保障自身的品质，第二是做好酒的背景文化的宣传，要有功效宣传，让消费者切实感受到酒的好。

嘉宾观点整理/本报记者 宋美慧