



# 加盟祥康·黔景 收获发展红利

产能是品质的核心砝码 营销是酒旅融合的重要推动力

美丽的赤水河，越崇山，穿峻岭，自西奔来，孕育出醉人琼浆。  
漫步古朴的贵州省遵义市仁怀茅台镇，向居民询问当地哪家厂规模大，祥康酒业榜上有名。  
当地居民的认可，是祥康酒业优势所在。

## 实力是硬指标

祥康酒业投资茅台古镇，入局酱酒赛道，是一种情怀、一种视野、一种格局。

祥康酒业位于茅台镇7.5平方公里核心产区，投资100余亿元，建设标准化生产车间28栋、窖池1366口，占地2000余亩，年产茅派大曲坤沙酒1.2万吨，按照“不到年份不卖酒”的品质保障，储存4.6万吨坤沙基酒，是茅台镇为数不多的年产酱酒过万吨的企业之一。

千里赤水琼浆梦，十年醇酒举世

惊。百亿投资，厂凌河旁。千口窖池，十年陈酿。万吨琼浆，玉液飘香。

目前，祥康酒业正在筹备启动建设二期规划项目，包括五星级酒店、酒文化及红色文化旅游综合馆、酱香酒文化展览馆、全国品酒调酒大师工作室和酱香酒商学院，总占地面积超过200亩，建筑面积达25万平方米。

数据是祥康酒业坚守“实力才是硬指标”的生动诠释，是茅台镇民营酒企翘楚的形象展现。

## 品质是硬资本

有一种匠心，历经时光传承，始终如一。

有一种意志，历经十年磨砺，锋刃锐利。

祥康人牢记“酱酒是时间陈酿的价值”，秉承传统的“12987”纯粮酿造工艺，坚守“没有老酒，哪来好酒”的信念，坚持十年时间“只酿酒，不卖酒”，让滴滴琼浆都是时间沉淀的精华，淬炼酒中上品。

造坤沙酱酒，成匠心之酿，得经典酱香。

——独特的产区。祥康酒厂地处“中国酒镇”茅台镇赤水河畔，离茅台厂址仅700米。得天独厚的水源，温润宜人的气候，西晒较长的日照，净化水质的红壤，微生物群的聚集，成就了祥

康酱酒独特的酱香口感。

——原料的保证。自然生态优越的原料产地是祥康酱酒的“第一生产车间”。从红珍珠989红缨子高粱，到生态种植的6万亩红缨子高粱基地，确保了高品质的主要原料。

——专家的品控。组建起12人的高水平酿酒师、品评师团队，严格把控、精益求精，酿造香醇甘露。

——时间的价值。5年是酱酒基本年份，10年才算得上好酒。十年来，祥康存储了4万余吨年份好酒，为高品质好酒市场注入了活力因子。

这是祥康酒业坚守“品质才是硬资本”的生动说明，是祥康酒业强品质的佐证。



红珍珠989红缨子高粱

## 共赢是硬道理

吉祥安康是人民对生活的良好向往和追求，祥康酒业以“祥康”二字作品牌，体现了以人为本、服务社会的博大情怀。

祥康人将“福、禄、寿、喜”文化元素融入滴滴美酒中，形成“万家福伴万家康，万家祥康”的文化表达，构建酒业的“祥康符号”。

祥康人以敢为人先的精神，提升酱酒境界，创建酱酒企业独树一帜的平台，用平台化战略思维，推动产业

发展。

祥康人以与时俱进的智慧，构建大数据营销推广体系，推动产品与消费者紧密结合。

祥康人以天下大同的理念，共建“您中有我，我中有您”的商业体系，从共享共赢着手，建立利益联结机制。

祥康人以永不停歇的脚步，通过“酱酒+”一极多强的驱动战略，用价值数百亿的祥康好酒，让四海宾朋同享祥康味道。



祥康·九仙魁

祥康·祝您祥康

## 酒旅融合发展的路径

轻型创富，为志同道合之士提供创富渠道。

突破酒业卖货思维，做到“厂商共建、共荣、共享”。

品质为王，让消费者爱上祥康酒业产品。

坚守“让消费者喝上纯正坤沙好酒”的核心理念，确保每一瓶酒都是酱香型好酒，符合不同消费者的需要，让渠道合作商有产品溢价。

产品订制，让个性化产品适应市场。

针对商会、企业、婚庆等23个类别，与包材厂全面深化合作，打造“好酒好生活、订制在祥康”系列订制体系。

文创开发，让产品符号成为新亮点。

跨界文化、体育等，联合推出祥康特制高端系列酒，供向特定人群。

畅游贵州，让消费者体验多彩贵州神韵。

消费祥康酒业产品得积分，免费游多彩贵州。购祥康黔景酒免费体验多彩贵州，给消费者实实在在的回馈。

酒旅融合，让酱酒升值空间扩大。

组织全国游客到集团参观考察，推出“封坛祥康酱酒，财富价值扩张”等系列活动。



世界自然遗产——赤水丹霞奇观佛光岩

## 抓住酱酒商机 酒旅融合正当时

——贵州祥康泽福酒业有限公司、贵州黔景国际旅行社有限公司  
董事长曾广超谈酒旅融合

如今，“酒+旅游”已经成为贵州乃至全国酒业的重要发展途径。酒旅融合作为酒业发展的新方向，正逐渐成为酒企为消费者提供与创造“美好生活”的新方式。

酒旅融合下如何创新发展？如何让渠道合作商实现高效运营？针对这些问题，贵州祥康泽福酒业有限公司、贵州黔景国际旅行社有限公司董事长曾广超进行了解答。

### 创新融合是精准选择的必然路径

“当前许多酒企，都看准‘诗和远方’加入酒的营销体系中。”曾广超认为，祥康酒业集团处于茅台镇核心产区，从集团的产能规模、酿酒工艺上看，都十分具有体验性和观赏性。

“酒旅融合，我们融合茅台镇酿酒工艺与多彩贵州精品旅游。”曾广超介绍，为了做精做实酒旅融合这篇大文章，结合多彩贵州特色旅游资源，祥康推出了“‘村超’‘村BA’体旅融合之旅，神奇山水、生态自然之旅，醉美酱香、多彩文化之旅，世遗风景、清爽自然之旅，中国天眼、国之重器之旅”等精品线路，还推出了“购祥康好酒、免费游贵州”“购祥康好酒，积分游贵州”多项优惠政策。

### 综合运营是快速发展的核心要件

如何加入祥康酒业酒旅融合新赛道？曾广超认为：“要成为有一定规模、一定品牌效应的酒企渠道合作商，加入的门槛是比较高。”

“祥康酒业在酒旅融合上，始终坚守‘他有我精，他无我有’的商业思想，打造‘平台出品牌+公司出产品+客商出资源+酒旅出成果’一体化的新型商业模式。”曾广超说，祥康酒业酒旅融合重点是成立省级公司、县级分公司，打造酒旅融合创新发展综合运营平台，让每一位合作者、加盟者在体系维度中有所为，绽放人生价值。

### 降低风险是对渠道合作的实际保护

曾广超介绍，从祥康酒业的产品品质上讲，企业只向消费者售纯粹坤沙酒；从商业体系上讲，企业历时5个多月的调研，推出了18套酒旅融合商业解决方案，每一套解决方案都给消费者、分公司留出足够的优惠，总部保持微利运行。

曾广超说，目前，祥康酒业正重构运营逻辑、构建新媒体运营矩阵，以新体验、新传播、新玩法，实现品牌宣传大众化、酒旅融合纵深化。

曾广超介绍，祥康酒业推出了10套多维的利润分配方案，推出了6项维商护商政策，保护好省、县“两级”公司利润。

