泰山啤酒构筑竞争壁垒

提供最优质的原浆啤酒服务消费者

啤酒业得山东者得天下,说明了山东啤酒市场的地位非同一般。几大巨头基本上主导了中国啤酒市场,但价格战却一直没有消失。啤酒巨头们不断在终端投入高额费用,通过买店、专营的方式排挤竞争对手,希望通过这种方式“一劳永逸”地解决竞争的问题。当以这种方式实现品牌垄断销售后,带来的后果是消费者的话语权很微薄,最终也必将提高酒店终端的利益。

当大众把目光聚焦于几大巨头之间的博弈时,泰山啤酒构筑竞争壁垒,在啤酒界竞争中选择了差异化之路,推出最优质的泰山原浆啤酒以大众价格投放市场,受到消费者的一致认可。

做为中小企业的泰山啤酒厂家,以产品、服务的差异化作为切入点,实行蓝海战略,通过价值创新来获取竞争优势,推出泰山原浆啤酒和黑麦啤酒特色产品,规避与其它品牌拼投入、抢终端的红海竞争,逐步建立竞争优势,构筑了三大壁垒:第一大壁垒是技术壁垒,特别是对中小型啤酒企业,泰山原浆啤酒花巨资引进德国生产工艺,同时不断进行工艺创新,攻克了原来只有冷藏储存、低温饮用的7天保鲜的原浆啤酒所带来的消费局限,新推出了常温30天保鲜的小原浆啤酒。同时,泰山原浆啤酒采用德国上面发酵工艺,不同于其它厂家酿造工艺。第二大壁垒是观念创新,大型啤酒企业不会跟随泰山啤酒的脚步,泰山啤酒走的是差异化路线-蓝海战略,企业的规模不对等,大型啤酒企业并没有在观念上给予重视。第三大壁垒是运营模式,泰山原浆所打造的运营模式对大型啤酒企业来说是一大挑战,为实现泰山原浆啤酒“极致新鲜”的承诺,泰山啤酒以迅捷的物流模式做保障,厂家直送各大酒店,确保让消费者第一时间品尝到极致新鲜、营养丰富的好啤酒。显然,这种围绕单一产品而进行的运营环节设计,在现有大型啤酒企业的既有体制和策略下是无法做到的。

行业内专家表示,泰山原浆啤酒以其新鲜、营养等高品质特色大大区别于市场上的普通啤酒,以大众价格投放市场,其中一个重要的原因就是不会跟随其它竞争对手采取买店、专营等手段,将节省下来的费用让利于消费者。

(杨春)

去天乐城看水世界

11日,天乐城水世界试营业,吸引了首批游客前来感受水世界的魅力。天乐城·水世界是目前亚洲规模最大,设施最先进,舒适度最佳的室内四季水上娱乐项目,将弥补泰安水上旅游项目的缺失。

王虎 摄

“一看二闻三摸四扯”辨别黑心棉

由于黑心棉通常被用于手编汽车坐垫最内层的填充物,且有些黑心棉经过处理后其颜色、质地与纯棉线相似,消费者辨别难度较大。

辨别黑心棉手编坐垫的方法:

一眼观:将坐垫圆线外层的纤维轻轻剥开,查看包芯的颜色。黑色棉线包芯的坐垫、灰色塑料材质包芯的坐垫不要购买。

二鼻闻:纯棉线燃烧时无刺鼻气味,无烟,烟灰呈白色,吹灭后自燃。再生棉加工时可能要经过漂白,闻时有淡淡的酸味,燃烧时则有明显的刺鼻气味,冒黑烟,烟灰呈黑团,吹灭后不自燃。

三手摸:纯棉线手感柔软有弹性,揉搓极少脱落纤维。再生棉手感比较粗糙且无弹性,揉搓大量脱落纤维。

四撕扯:一般而言,纯棉线结实不易拉扯断,再生棉较易扯断。手编坐垫需要干洗,优质坐垫干洗后不变色、不变形。劣质坐垫干洗后变形,由于再生棉掉色,坐垫变色。

(刘云)