



酒企酒商争入局,直播电商迷人眼

“嫡出”扬名“庶出”逐利,线上买酒需谨慎

西凤御窖、茅韵、泸州传奇……百十元的价格就能买到整箱6瓶的白酒,“庶出”的开发产品价格低廉备受直播间青睐,在市场需求面前,成本价几块、十几块的以食用酒精撑起的开发酒,成为直播电商的爆品。而在业内人士看来,短线的酒水类直播追求低价和流量,导致酒水酒质差、售后服务跟不上,会连带使其所傍大牌的品牌、美誉度受损,长远来看对于酒水行业无疑是一种伤害。

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 孔令茹 实习生 李佳彤

高端白酒布局线上 看重品牌曝光度

增速迅猛的直播市场无疑是一块诱人的蛋糕,吸引越来越多的酒企入局,国内高端白酒五粮液、泸州老窖、国窖1573等酒企均在其淘宝官方旗舰店进行每日直播。其中国窖1573天猫旗舰店自2020年9月开始在店铺启动直播间售货,从最开始的每天1场直播逐渐过渡到一天2场、3场直播,虽然最高观看量为2万左右,但从更新时间不难看出酒企也在努力布局线上销售。

为表达直播诚意,甚至有酒企“一把手”直接进入自家直播间争做“酒水带货王”。2020年“618”期间,1919董事长杨陵江淘宝直播首秀,直播间观看人数超过241万,汾酒董事长李秋喜也走进直播间带货。可以说,电商直播已成为酒企“标配”,传统销售渠道与电商直播的相互融合,更像是酒企的一场经营持久战。

但品牌酒水线上、线下价格差距并不明显,499元的一款酒水产品直播间优惠时到手价约为459元,对消费者来说欠缺了一些吸引力。但对于酒企来说,直播承担最重要的作用是增加品牌曝光度、融入直播时代的一种尝试,在销量方面现阶段主要作为线下销售的一种补充。

与品牌方路线完全不同的,短视频平台不乏渠道商、贸易商,他们单纯以短线卖酒盈利为主,选择的则是价格弹性较大的非主流产品,可以通过较大的

价格折扣引起消费者冲动性购买,这类酒水中就包括傍大牌的“庶出”酒水。

高开低走、限时抢购 直播间内套路不少

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者进入到一家所在地显示为“杭州”的一家酒行直播间,主播正在售卖一款“泸州传奇”的酒水,产品规格为每箱4瓶(475ml/瓶)、52度的白酒,主播在直播时扫码价格显示为1680元,在某购物平台的售卖价格是668元,但直播间限时拍下,则是138元。

直播间内这种价格高开低走、限时抢购的营销策略,使得不少观众在直播间直接付款下单,而下单时由于主播在口播中执行进行10秒内“限时上架”,让消费者来不及仔细研究酒水品牌、酿造方式等细节,只能跟着主播思路一步步进入下一步的操作。

而在另一家类似于酒水优选的直播间内,则在售卖汾酒集团子公司生产的一款“原浆酒”,包装精美、价格低廉,直播间拍下大概是60元左右一瓶。虽然直播间内下单的人也不少,但有一位围观人士在直播间的公屏上打出“汾酒加集团,不是正牌酒”的评论。

济南一位喜爱收藏白酒的消费者韩先生说,在酒圈里,汾酒集团的这些酒被酒友们分为股份酒和集团酒。“股份酒,是指山西杏花村汾酒厂股份有限公司生产的汾酒,而集团开发酒则是由山西杏花村汾酒集团有限责任公司其他子公司生产的酒水。”韩先生说,用比较通俗的话来说,一个是“嫡出”,其他的则是“庶出”。

酒圈里有一个买酒识酒的



知名品牌酒水正在直播销售。

顺口溜:“西凤没有酒,必须躲着走;泸州没老窖,马上往回绕;习酒写简体,让人瞧不起;剑南不带春,别问真不真;茅台多个镇,买时需谨慎……”顺口溜中提到的品牌,也大多是直播带货及电商选择酒水卖品时青睐的酒水品牌。西凤御窖、茅韵、泸州传奇……这类酒水大多会取一个和原品牌很像的名字,让消费者购买时分不清楚。

“镇酒”“开发酒” 扎堆电商平台

在从事多年酒水生意的经销商看来,他们一般把酒类垂直电商所销售的酒水概括为“开发酒”。何为开发酒?就是某款酒水产品由酒水开发商全盘操作,委托酒厂负责生产酒水和灌装、包装、定价、销售,但市场监管及运营由开发商进行全盘操控。

在网络上搜索“定制酒”、“开发酒”等相关关键词,就能看到多个酒水产地的定制酒厂家,其中很多属于“镇酒”,比

如安徽古井镇、贵州茅台镇等地生产的酒水。有厂家在业务介绍中写道:“酱香型白酒生产酿造,集团企业定制酒,OEM贴牌代工,产品研发,茅台镇原浆酒封坛,电子商务一件代发,免费寄样酒。”

而这一现象,在各大电商平台也有明显的体现。齐鲁晚报·齐鲁壹点记者搜索发现,一电商平台一款名为“茅台镇贵宾酒”的白酒整箱6瓶到手价为129元,香型标注为53度“酱香”,页面显示已经拼单成功1.1万件,这说明此类酒水还是有着很高的市场需求。

网友“天XX棉”在社交平台发帖称,他在网上花199元买了4瓶白金醇的白酒,到货后发现酒水外包装很普通,“与一般市场20元左右的酒一个档次,外箱和酒瓶盒也没有防伪标签。”在同一家短视频平台的网店购买该款酒水的网友纷纷跟帖,“买了发现假货,联系客服发现被拉黑了”,还有网友评价说“喝了头疼,以后不能买了”。

济南地区一位不愿意透露姓名的酒行负责人告诉记者,傍大牌的开发酒因为价格低廉、包装华丽,如其广告词所说“有面上档次”,所以在三四线城市还是有一定市场,在工程行业还有着“抵偿”的功能。“一些工程队的负责人会大批量购买,用作节日福利的发放,还有的是抵账款以现金+酒水的方式进行结算,酒水就会选择这类开发酒,也就相当于少结算了现金。”

99元一箱的酒 1瓶成本可能也就5元

直播带货销售的这类酒水大多还有一个共性,那就是属于“电商专供”酒,无法在其他平台进行比价,这也是商家敢于反复强调“假一赔十”“全网最低价”的底气之所在。比如直播电商售卖的一款“茅韵V80”,记者在其直播时可以看到这款酒的介绍,但在某宝、某东等其他购物平台均找不到相同名字的酒水

类型。

“电商专供”的套路在家电、日用纸品等其他品类的产品中已是常事,随着越来越多业内人士在短视频平台进行揭秘,企业“差别供货”也成为公开的秘密。一位酒类垂直电商主播在其直播间曾这样解释“专供”:企业为区分线上产品和线下产品,特别生产包装类似的两种酒水产品,在质量、口感上是没有差别的,线上的产品没有店铺费用,在性价比方面更胜一筹。

济南兰尊商贸销售有限公司总经理葛宗朝表示,电商直播能决定成交与否最重要的原因,还是价格优势,大牌支撑、电商专供、超低价格。葛宗朝算了一笔账,99元一箱6瓶的白酒,毛利大概在4成-5成,也就是说成本在50元左右,包括酒瓶、酒箱、物流、人工费,这些费用每箱要在15元左右,剩下的30多元就是酒水的价格,每瓶合算下来是5块钱一瓶。

“老话常说的‘3斤粮1斤酒’,粮食按照2块一斤算的话,一斤酒的粮食成本就6块钱了。”葛宗朝从事酒水生意9年,成本价5块钱左右一瓶的酒,肯定不是粮食酒,基本就是水、食用酒精、食用香精的勾兑产品。

“品牌酒的利润控制在5%-10%,而开发酒的利润可以达到40%-50%,但是这种生意不长久。”葛宗朝说,长期在某个行业做生意,会更注重在本地行业内的口碑,而酒水垂类直播电商,则是短线生意,是以价格争输赢、争流量,所以线上直播好多会定期更换酒水品牌、主播等,但长期如此,对于酒水行业来说是一种伤害。

在齐鲁晚报·齐鲁壹点记者采访中,有酒水行业从业者表示,虽然傍大牌的开发酒在线上、线下都占有一些市场份额,但直播行业要以低价取胜,这就导致酒类垂直电商选品时过于追求利润、压缩成本,酒水酒质差、售后服务跟不上,也会导致所傍大牌的品牌、美誉度受损。

第84届山东省糖酒会将在淄博召开

4月18日相约淄博会展中心

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 张岷

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者从2021年(第84届)山东省糖酒商品交易会预备会上了解到,第84届山东省糖酒会将于4月18日在淄博会展中心举办,这也是山东省春季糖酒会连续第9次在淄博市召开。据悉,本次会议的主会场将会转移至新落成的淄博会展中心。

本届交易会规划展出面积5万余平米,其中室内面积2.5万平米,室外面积2.5万多平米,设置特装展位160多个,标准展位700多个,桌凳展位700余套,灌装展位若干个,总体规模与上届会议基本持平。会议参展范围包括酒类、食品、饮料、乳品、调味品、灌装、包装、日化等行业,除山东省大部分相关厂商外,预计

全国其他20多个省市的工商企业也将参加山东省糖酒会。

交易会的户外广告以会展中心广场、以及紧邻会展中心的联通路和齐盛路为主发布,宣传形式以过街彩门、沿路广告牌、气拱门、模具、气球等为主,来烘托、渲染会议气氛。据了解,特装展位4月10日开始搭建,4月15日搭建完毕。4月16日布展,4月17日预展,4月18日开幕,4月19日撤展。

截至目前,山东省糖酒会已经连续举办了83届。近几年来,随着形势的不断发展,广大企业对山东省糖酒会也提出了更高的要求,为满足参展企业、参会代表对会议不断增长的各种需求,本届会议将在场地规划、会议程序、内容活动、宣传推介等几方面进行改革创新,更好地为

企业服务:首先是搭建更多的宣传、推介平台和途径,加大对参会企业宣传的力度和广度。在这方面第一个继续完善优化山东省线上糖酒会程序,开设线上山东糖酒会,免费为参展企业提供增值服务。第二个是计划增设84届糖酒会特装企业群、酒类标准展位群、食品饮料标展群等几个微信群,细分行业,加强与参展商的沟通与交流。

加强与广大行业内外新闻媒体的合作,同时充分利用新媒体、自媒体,做好会前、会中、会后全方位的宣传报道,营造会议气氛,扩大会议影响力。做好组织和服务工作,努力提高办会质量。强化安全管理,针对新会展中心特殊的构造,重点做好消防、人员和车辆进出场馆的监督、检查工作,同

时根据疫情常态化防控要求,提前制定防疫预案和措施,确保会议万无一失。

为充分展示鲁酒近年来取得的成绩,加快高端鲁酒战略纵深发展,有效地推动产品结构升级,在第84届山东省糖酒商品交易会期间,将继续举办第三届高端鲁酒展,集中展示鲁酒高端产品,以进一步提高鲁酒品牌美誉度,促进高端鲁酒可持续健康发展。

山东作为全国重要的酒类生产和消费市场,受到越来越多省内外酒类生产企业的重视,市场竞争也日益激烈。山东省广大鲁酒经销商作为生产企业和消费者之间的重要一环,为促进酒类流通、消费发挥了主要作用。为维护我省酒类市场秩序,树立标杆榜样,

正确引导酒类消费,届时将开展山东省最具影响力的鲁酒品牌经销商评选活动。

山东省糖酒会在2013年再次落户淄博以来,已连续成功举办了8届。8年中既经历了持续时间较长的行业调整期,也遭遇了新冠疫情,使会议受到不同程度的影响和冲击。但作为承办单位的历届张店区委、区政府,始终对山东省糖酒会给予高度重视,给予会议大力支持和全力配合,为会议保驾护航,确保每一届会议都安全、顺利、成功举办。山东省糖酒协会将以更高的服务水平和服务质量,为广大参会企业、代表创造提供更加舒适、优良、宽松的环境,糖酒会再上新台阶,为发展山东经济再做新贡献。