

齐鲁酒水

主办: 山东省轻工业协会 齐鲁晚报

协办: 扳倒井 花冠酒业 泰山酒业 景芝酒业 景阳冈酒业 孔府家 天地缘 百脉泉酒业 古贝春 兰陵酒业 趵突泉酿酒有限公司

茅台 变阵

市场零售价应声而落



济南商超的茅台标签没换,但售价已经下调

打仗讲究兵法,列队讲究阵法。一向高高在上的国酒茅台,近日在济南注册了一家小型营销公司,却把整个茅台在山东的销售市场搞得狼烟四起。“他们直营公司卖1519元,我们这里卖1400元,看谁能干过谁?”茅台在山东一家较大的代理商如此说。

茅台此次在全国布局直营公司(直营店),其变阵的目标在哪里?给整个市场带来哪些变化?近日本报记者深入采访,试图揭开这层变阵面纱。

本报记者 李克新 王丛
实习记者 陈卓然

直营开业 价格应声而降

5月29日,茅台山东直营公司在济南低调开业,本报记者现场见证了整个过程,没有邀请嘉宾,没有邀请大客户,四个工作人员忙着收拾租来的房子,通过媒体对外宣布:我们开业了!

茅台在山东的零售市场有点乱!按照茅台公司公布的自营体系,为了实现规范价格与打击假酒两大重要战略,茅台将投入8.5亿,陆续在全国各地开设31家直营店。记者看到,开业当天,直营公司在济南推出了飞天茅台的零售价格:每瓶1519元。

记者注意到,就在直营公司在济南树立标杆价格的同时,济南各大商场飞天茅台的零售价格还坚挺在每瓶1998元。

这种坚挺看来是临时的,茅台直营公司开业不到一周,济南各渠道价格应声而跌。在山东银座,飞天茅台的标价虽然仍为原来的1998元,但店员主动告诉记者现在购买可以申请五个点的优惠,记者粗略一算这就相当于优惠了100元。无独有偶,在济南舜耕路上的一家大型酒水行,记者看到飞天茅台的标价已经降为1880元,较之前也有100余元的下降。看到记

者在专柜前驻足,销售人员热情地表示如果现在购买还可以送啤酒,购买的数量多还可以改送进口啤酒。

记者以一名消费者的名义,致电山东新星集团济南公司,要团购20箱飞天茅台,业务人员可能请示了相关负责人,在承诺送货上门后,将报价定在了飞天茅台每瓶1400元,五星茅台(53度)的报价每瓶1360元,比茅台直营公司的标杆价低了100多元。

“这在直营公司出现之前,是不可能的。”济南另外一家茅台经销商告诉记者。

一条路上 直营公司“傍熟”

山大路,因为山东大学而命名。此次茅台直营公司在济南开业,不知是为了加强点学术氛围,还是因为济南最大的茅台经销商也在这条路上。

山大路南端,济南地区最大的茅台经销商——鲁供经销公司,就委身在一座商务楼里,过路的市民,唯一能看到与茅台有关的信息,就是窗户上贴了一张大大的茅台酒不干胶宣传画。因为待得时间太久了,济南一些大单位买茅台,会直接冲着这个老牌子而来。

千里迢迢从贵州赶来的茅台直营公司,则选择了鲁供所处的山大路,只是向北三四站路的样子。可能是人生地不熟的缘故,茅台山

东的直营公司选在了山大路中段,济南科技市场区域内的一个商务楼里,因为一层是一家银行,要进入这栋商务楼,需要绕到大楼的后面,从一个小胡同钻进去,乘坐电梯上楼,才能到达直营公

司的新家。

一间不足30平方的商务楼,四个人的办公桌,加上一些茅台酒样品,就是直营公司的全部家当。“我们正在筹建直营店,初步选址在奥体中心那边,开车买酒方便。现在也

可以直接对消费者卖酒,20箱之内都可以保障供应,保真!”直营公司负责人说。

对于“傍熟”一说,这位负责人没有给予说法。

营销变阵 巩固江山是根本

假酒泛滥与价格混乱一直是茅台的两大弊病,备受社会舆论指责。

“你们报道的茅台在济南开直营公司,能保证酒是真的吗?”“我们要买茅台,你们说的地方在哪里?”连日来,本报接到了许多关于茅台直营公司的咨询电话。

茅台对于终端零售价格的掌控一直有心无力,曾经的限价令更是流于一纸空文,一位茅台经销商告诉记者:“如今想要开茅台专卖店已经不大可能,拥有茅台经销资格无异于拥有了一台印钞机。”据记者了解,连名不见经传的茅台葡萄酒经销价格私下转让都高达几百万,作为白酒兄弟的茅台专卖更是或为天价。

在开设直营店之前,茅

台方面表示为保护传统经销商利益,自营店开设在省会(首府)和直辖市的新区,并和专卖店相隔3公里以上;自营店的酒直接面对消费者,大客户团购时优先考虑传统渠道。

但直营店无疑是一条鲶鱼,在最受销售者关注的价格上,已经开始出现了应声而落的变化,这对传统经销商来说,可以换来的是赔了夫人又折兵:因为可以保真,一些团购客户跑到直营店去了;因为价格下跌,原来赚取的高利润被砍。

过着好好的日子,茅台为何“折腾”自己?山东省白酒品牌推进委员会秘书长一语道破天机:为了巩固茅台的国酒地位和老大的江山。因为假酒,因为奢侈品,因为高价格,茅台在民众心目中开始积怨,而自己对渠道掌控不力,又无法“平民愤”,这才有了直营公司的出现。用自己的队伍,来左右经销商,来控制市场发展趋势,既可以净化假酒市场,也可以控制价格涨幅,进一步巩固老大的江山和地位,这不失为一招妙棋。

酒谈

价格止涨? 这个不好说!

茅台通过直营公司,将市场价格拉下来,茅台价格就此止住涨势?答案是,这个不好说!

任何一个市场主体,追逐利润的目的不会改变,像茅台这样已经形成了行业龙头地位的企业,追逐垄断利润的目的,更不会改变。

就在大张旗鼓地全国开直营店的同时,虽然将零售价格拉下来了,但茅台出厂价却在不断上调。从去年每瓶600多元,到现在出厂价819元,涨幅超过35%。

出厂价已经上调了35%,虽然处于白酒淡季和受前期终端价格滑落影响,茅台第二季度逆势提价仍为大概率事件。

更有专家预测,茅台通过直营店形式介入零售市场,一方面起到了敲山震虎的作用,让经销商不至于赚取过高的利润;另一方面通过直接面对消费者,赚取中间利润,增加茅台整体盈利水平。一旦直营公司在市场占据主角,茅台有可能利用更牢固的垄断地位,再次挑起价格大旗,赚取更高的垄断利润。

“作为国内白酒的最高代表,茅台的企业产品形象和认知度是其他酒厂望尘莫及的,牢固的话语权与强势的定价权不改,茅台价格上涨仍是未来的主旋律,贵州茅台集团全年业绩增长51%的底气也来源于此。”业内专家如此说。

首届中国芝麻香型白酒技术创新“国井”论坛 将在扳倒井集团举行

首届中国芝麻香型白酒技术创新“国井”论坛将于6月22日在山东扳倒井集团举行。届时,山东扳倒井集团、中国食品发酵工业研究院、山东省食品发酵工业研究设计院、北京工商大学以及有关部门的领导和专家将出席此次会议。

2011年7月,山东扳倒井集团与中国食品发酵工业研究院、山东省食品发酵工业研究设计院等建立战略合作。三方联合共建了第一家中国芝麻香白酒研究院,中国芝麻香白酒研究基地,中国芝麻香白酒微生物联合实验室等,加强国家科技项目的攻关,并参与承担“十二五”大型国家科研攻关项目。9月,中国食品行业唯一的中国工程院院士孙宝国加盟扳倒井研发,芝麻香白酒研究,开始上升为国家科技发展战略。四家单位合作旨在加强芝麻香型白酒技术创新产、学、研协作,集成产业与科技资源,就芝麻香型白

酒微生物种群典型特征、功能性微生物代谢产物与标志性成分进行研究分析。促进生产工艺技术的改造和进步,打造中国芝麻香型白酒高端品牌,引领中国白酒产业的创新发展。

此次论坛,是四家单位联合共建“中国芝麻香白酒研究院”后,召开的第一次科技工作会议。通过近一年的工作,研究院在芝麻香型白酒典型和标志性风味物质分

析、芝麻香型白酒原酒成香物质分析、酿造微生物与风味物质生成机制和代谢关系的研究,特征风味物质与酒体稳定性的研究方面取得了大量创新成果。此次会议,将对确定下一步工作方向,调整创新产、学、研协作方式,更好发挥“中国芝麻香白酒研究院”的巨大作用产生重要的指导性意义,也必将进一步推动中国芝麻香型白酒产业加速发展。

(李永训)

泸州老窖特曲老酒 山东品鉴会举行

6月2日,名酒60年“一生情·一杯酒·泸州老窖特曲老酒山东品鉴发布会暨真心英雄汇成立”在山东大厦金色大厅隆重举行。省市政府领导、社会各界知名人士、新闻媒体记者、泸州老窖集团领导、山东各地市经销商500余人共襄盛会。

山东品鉴发布会上,泸州老窖集团总裁、股份有限公司董事、总经理、党委书记、中国酿酒大师张良先生发表精彩致辞,现场嘉宾共同见证2012年泸州老窖战略新品——特曲老酒的华丽亮相。为庆祝“中国名酒”60周年,泸州老窖特别推出以60年珍藏原酒调味,精选6年洞藏特曲基酒,倾注6位国家级白酒评委之力的泸州老窖特曲老酒,缔造醇厚优雅的民族味道。亚洲华语乐坛传奇巨星周华健先生倾情代言,9月26日泸州老窖将携手周华健在济南举办巨星演唱会,一同闪耀泉城济南。

活动现场隆重成立“山东真心英雄汇”,并得到了社会各界人士的大力支持与帮助,山东博远泸州老窖销售有限公司首批注资50万元,后续还将通过酒水义卖的形式加大投入,所募资金将全部用于社会公益事业。

“泸州老窖特曲老酒山东品鉴发布会暨真心英雄汇成立”活动圆满成功,也开启特曲老酒在山东销售的序幕,泸州老窖以厚积五千年,薄发六十载的慷慨气势,继续书写白酒传奇,缔造中国荣耀!

(许超)

酱香酒的爆发是市场经济发展的必然

2011年度,酱香型白酒综合销售收入首次超越450亿元规模,已经占到中国白酒比重的15%,酱香酒的增长速度达到了33%,远远高于清香型酒的14%和浓香型酒的17%。“酱香酒爆发”、“黔酒的高调崛起”等成为过去一年中国酒业的热词。

酱香酒的一路“飘红”,主要有两个因素。第一,酱香酒的健康属性得到了越来越多消费者的认可,使得酱香酒的市场迅速扩大;第二,酱香酒是稀缺型资源,它的稀缺性使得越来越多的投资者选择酱香酒,推动酱香酒的发展。

**酱香酒的健康属性
引导消费者选择**

随着市场的发展,人们逐渐认识到了酱香酒的健康属性。酱香型酒具有“三最四不”的特点,饮后不上头、不辣喉、不烧心、不口干。酱香酒中存在SOD和金属硫蛋白等物质。其中SOD是氧自由基专一清除

剂,其主要功能是清除体内多余的自由基,抗肿瘤、抗疲劳、抗病毒、抗衰老的作用明显。同时,酱香酒还能诱导肝脏产生金属硫蛋白,金属硫蛋白的功效比SOD强数十倍。

**酱香酒的稀缺性
引导投资者选择**

酱香酒对原材料、气候、水源、窖池、工艺、贮藏时间等有着近乎苛刻的要求,以优质高粱为原料,用小麦制高温大曲做糖化发酵剂,两次投料、高温堆积,采用条石筑的发酵窖,经九次蒸煮、八次发酵、七次取酒等特殊工艺酿造而成。也正是对酿造环境及工艺的极高要求,赋予了酱香白酒稀缺和难以复制的特性。

资本趋向资源。酱香酒的稀缺性,使得众多投资者将目光投向酱香酒领域,社会资本也不断涌入酱香酒市场。投资者拥有当今社会最强大的生产力——资本力。资本力与市场有效地结合在一起,就形成

资本力市场经济,资本力市场经济则具备了更加强大的发展力,更加有效地释放了酱香酒的发展潜力,推动着酱香酒的迅速发展。

以白金酒为例,2009年,白金酒作为茅台集团的又一核心品牌在人民大会堂宣布上市,迅速进入全国市场,受到广大消费者的青睐。上市至今,白金酒以其茅台品牌、国酒品质、白金品位、优雅口感、多元形态,迅速占领中国中高端酱香型白酒阵地。短短三年时间,白金酒已经在全国建立了十万家商业终端,建设了400多家白金酒礼行,实现了百分之百盈利,并在全国发展了超过50万白金酒高端VIP会员。

白金酒包括白酒系列,健康养生酒系列和葡萄酒系列。白酒系列包括中高端白酒系列,高端收藏系列和个性化定制系列。白酒系列产品实行专卖制,只在全国各地白金酒礼行专卖;白金健康养生酒系列,以优质酱

香型白酒为酒基,融入纯天然植物药材,轻方入酒,由茅台集团著名调酒大师王道远先生精心调制而成,着重调养,更益健康;白金干红葡萄酒系列由贵州茅台酒厂(集团)葡萄酒有限公司特别酿造。

在3月份成都举行的“好酱酒出贵州——中国酱酒(贵州)产区论坛”上,白金酒作为产自中国酱香酒核心产区——贵州省茅台镇茅台酒厂厂区的新全国化高端品牌,备受大会瞩目,成为大会探讨的成功案例。

白金酒的成功充分验证了酱香酒的迅猛发展。正是越来越多消费者对酱香酒的欢迎,刺激市场需求和社会资本对稀缺性资源的趋向,两者相互作用,推动了酱香酒的强势爆发。“无酱酒,不未来”已经成为业界的共识,不久的将来,我们必将见证一个包括白金酒在内的属于酱香酒的辉煌时代。

(王怡)

个股行情仅供参考
据此操作 风险自担