

齐鲁酒水

主办: 山东省轻工业协会 齐鲁晚报

协办: 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 扳倒井

名酒只涨不跌神话破灭 限产保价真的能保市场

名酒淡季演的哪门子戏

见习记者 陈卓然

以茅台、五粮液为代表的中国名酒,在过去黄金十年里,走出了一波只涨不跌的牛市行情。但随着经济大势的趋稳,高处不胜寒的名酒,从今年春节后走了一波“倒春寒”行情,价格急速下跌,降幅超过20%。无独有偶,泸州老窖减少国窖1573经销商销售任务的消息,在行业内也不胫而走。名酒淡季降价,已经让整个行业“喷嚏连连”。

限产保价,实为刺激销售

据悉,泸州老窖此次主动下调经销商任务是不得已而为之。面对53度飞天茅台从春节前2289元的高位回调到目前1519元,五粮液1618批发价甚至降到千元以内,同处近似价位的国窖1573,随即发布了缩减1500吨生产规模信息,多少超出市场预期。受此影响,泸州老窖当天股价创出年内最大跌幅。

相比股市的激烈反应,经销商倒是淡然许多,一位经销商告

诉记者:“国窖1573限产保价是在意料之中,目前终端市场销售不理想,缩减产量有利于稳定价格预期,且能减少经销商资金压力。”

“限产保价一直是白酒品牌惯用的测试市场需求的方法之一,六七月是白酒消费的淡季,不仅仅是国窖1573,其他品牌也都如此,低价换量是厂商的明智选择。”山东省白酒品牌推进委员会一位负责人向记者分析道。

品牌出新,难掩市场疲态

同样的时间段,两年前,泸州老窖将降低产能归结为培育高端的“中国品味”和“世界品味”不同。而此次,厂家没有给出任何理由,甚至连“调结构,转方式”这样的官方语言,都没有用上。

两年前,在北京钓鱼台举行“国窖1573·中国品味”新闻发布会时,泸州老窖集团信誓旦旦的表示是为了提高高档白酒的品牌价值,通过缩减市场投放量来提高竞争力。但时至今日,该款产品在



流通市场表现乏善可陈。

记者又以消费者的身份联系了济南较大的几家酒行,当听到购买的是这两款酒时,店家均表示没货。“国窖1573·世界品味这个价钱都可以买五粮液的年份酒了,我们这就没进过这款酒,也很少有人点名要。”一名店员向记者如是说。

在更具价格先导和价值发现

功能的上海国际酒业交易中心收藏酒交易平台上,国窖1573·中国品味(2011珍藏版)6月25日的平均成交价为2030元,较商超2856的售价折价近30%,就算如此低的价格成交量也十分低迷,公开资料显示,自2011年12月19日挂牌上市以来,提货量仅为可怜的166瓶,可见买家对未来的价格预期还是颇为谨慎,市场以空头为主。

头条链接

名酒限产,鲁酒得利

鹤蚌相争,谁得利?名酒限产,降价行为,会对市场产生什么效果?鲁酒专家认为,鲁酒得利。

限产保价和降价促销,都是一种市场行为。前者可以看做饥饿营销的变形版,后者则是占领市场最常用的销售行为。

白酒消费淡季,名酒厂家各使“怪招”。名酒演戏,留下的市场空间哪去了?就在营销淡季,国井扳倒井在北京开设了第一个专卖店,成功进军北京市场。古贝春同样在五月份开出了广州、包头两大省外专卖店。

在家做内功的景芝酒业,省内历史上最大的白酒生产基地,今天秋天旺季可以投入使用。百脉泉新厂区正式奠基,花冠收购曹州老窖金秋投产,趵突泉新项目万事俱备,天地缘打造鲁酒清香基地……

无论是市场,还是产能,鲁酒都在奋起直追。追赶的目标是什么?自然是茅台、五粮液。

渠道为王——白金养生酒的制胜之道

由中国酿酒工业协会与《中国酒业》杂志社主办的“第三届中国酒业高峰论坛”于2012年3月11日上午在北京九华山庄隆重召开。本届高峰论坛紧紧围绕“资本弄潮·煮酒论英雄”的主题,以全新独特视角,纵论经济形势,诠释酒业热点。作为唯一一家荣获“中国酒业2011年度渠道影响力奖”的济南盛水商贸有限公司成为盛会焦点。

聚焦济南 整合渠道 打造金牌网络

2009年白金酒上市以来,济南盛水商贸有限公司一直倾心关注着茅台集团白金酒的发展,并为其成功付出了自己的努力。建立合作关系以后,在白金酒“聚焦区域 整合渠道”思想方针的指导下,盛水商贸有限公司重新招聘业务精英,组建白金酒专项项目组,聚焦济南市场,着手于渠道整合,尤其注重客户关系的培养,开展全员客情工作。无论是促销员、业务代表、客户经理,还是老板本人都亲自奔赴一线,努力做好网络建设。最终,他们凭借白金酒的品牌优势以及长期以来与各大卖场的业务往来优势,服

务优势等,在最短时间内完成了全部商超的进店工作。最终打造了包括华北大润发(29家)、银座系统(17家)、统一系统(165家)、华联系统(17家)、家乐福1家、沃尔玛(2家)、贵和商厦(1家)、人民商场(1家)、大观园(1家)的金牌网络。同时,他们还凭借十几年来专业性商超运作经验,与终端客户建立了良好的关系,让更多的中高端消费者喝上了茅台集团的白金美酒,让白金酒品牌深入济南消费者心中。

渠道为王 白金养生酒的制胜之道

从2009年春节至今,盛水商贸有限公司始终把白金酒网络建设作为公司第一要务来抓,坚持“不抛弃、不放弃”的信念,以最短的时间覆盖了济南商超系统所有门店。并且白金酒专项工作中,狠抓单店销量。把握“重点门店重点投入”原则,树立了泉广银座、历城大润发等一大批形象好、销量好的优质门店代表,并对不同级别的优秀销售人员实行了不同的奖励政策,极大地提升了白金酒的销售量,提高了促销员的积极性,加强了团队的凝聚力。通

过济南盛水商贸有限公司所有员工的集体努力,2011年白金酒销售业绩不菲,创造了历史新高。不但与各卖场间形成了互惠、最终还实现了双赢。究其原因,盛水商贸有限公司王总是说道:在白金酒营销模式的正确指导下,从一开始我们就明确了企业的宗旨“成就卓越品牌·打造金牌网络”,这就是我们做白金养生酒的制胜之道。

他解释说:“卓越品牌的关键在于要帮助自己所经营的酒水品牌成为济南商超的流行品牌,同时还要打造盛水商贸的企业品牌和渠道品牌。而金牌网络就是要完全掌握济南所有商超系统门店,而且还要有很强的可控性和排他性。这一点,我们无疑做到了。”

总结做白金养生酒的制胜之道时,王总说:白金酒业是有面子、值得为之付出一生的事业,只要我们把品牌做大做强了,利润自然会回报我们的。目前不是计较利润多少的时候,斤斤计较,成不了大器。只有深挖渠道,积极建设网络,以渠道为王,才是白金养生酒的制胜之道。(王怡)

第六届烟台国际葡萄酒博览会开幕

27日,第六届烟台国际葡萄酒博览会在烟台国际博览中心隆重开幕。会议为期三天,来自世界各地的参展葡萄酒商、咨询机构和葡萄酒爱好者共同相聚烟台参加此次盛会。

中国食品发酵研究院副院长熊正河在现场接受记者采访时表示,烟台葡萄酒博览会已经发展成为国内最大的专业性葡萄酒展会之一,她指出,此次展会上一大亮点是“融入了更多的中国元素,相信也会对中国乃至世界葡萄酒行业的发展有所引导。”

本届博览会上的亮点,

除了葡萄酒,当属各类新奇特的机械设备。

虽然首次亮相,机械设备展就单独设馆,属于葡萄酒博览会中的“展中展”,展览总面积1500平方米以上。其中,国际展区600平方米,国内展区900平方米。展商包括法国布赫·瓦斯特林、特奎若玛等多家行业巨头。国内的烟台博迈机械有限公司、蓬莱沃琳橡木桶有限公司等企业也已经预订展位。

据了解,本届博览会共设立了海外品牌葡萄酒、国内品牌葡萄酒、葡萄酒相关产品、

葡萄酒文化、葡萄酒产业旅游、葡萄酒设备技术、专业媒体等7个专业展区。展位数量刷新了历史纪录:参展展位共664个。其中,国内展位数492个,海外展位数172个,分别比去年增长23.6%和172%。在参展企业中,纯酒类企业300多个。展会中,极具观赏性、科普性的设备技术展,占了155个展位,其中国外展位72个。

500家参展企业,实力和规模都不一般。拿葡萄酒方面来说,海外品牌企业就有100家,国内品牌409家,数量远超往届。 记者 王丛 陈卓然

景阳冈酒搭乘邮政快车

近日,2012景阳冈中邮系列产品推广暨全省邮政分销业务日用消费品社会代理渠道建设推进会,在阳谷县举行。景阳冈酒业推出九款专供产品,由山东邮政分销业务局直接配送到千家万户。

据景阳冈酒业副总经理刘进文介绍,景阳冈与中邮公司签署了分销产品协议。公司为中邮系统打造了适合送货上门的九款系列产品,消费者通过11185和中国邮政系统门店,均可以订购景阳冈系列产品。白酒企业与中国邮政分销业务全面合作模式,走在了全国前列。(崔文)

中国钟表大师 三分之一来自山东

中国首批12位国家级钟表大师近日浮出水面,山东钟表凭借近50年的行业地位,有四位大师名列其中,成为拥有国家级大师最多的省份。来自北极星钟表厂的中国机械钟机芯制作大师王守华、中国机械钟机芯设计大师于洪运、来自威海新东方钟表厂的中国机械钟机芯设计大师傅延海,以及来自聊城的李晨光。(陈卓然)

中国食品行业唯一工程院院士孙宝国,在首届中国芝麻香型白酒技术创新“国井”论坛上发表主题演讲指出:

国井领军中国芝麻香发展趋势

6月22日,首届中国芝麻香型白酒技术创新“国井”论坛在山东扳倒井集团隆重举行。中国食品发酵工业研究院、北京工商大学、山东省食品发酵工业研究院设计以及省市科技主管部门的领导和专家出席了此次会议并致辞。中国食品行业唯一工程院院士,北京工商大学副校长孙宝国在大会上发表“中国白酒的未来发展”主题演讲指出:国井代表目前中国芝麻香最高品质水准。

会议由中国食品发酵工业研究院副院长程池主持。会上,省市科技主管部门的领导到会作了热情洋溢的讲话。他们充分肯定了扳倒井集团多年以来的发展,以及在芝麻香科研领域取得的突出成就。论坛上,北京工商大学孙金沅博士,中国食品发酵工业研究院

刘洋博士、李金霞博士等,山东省食品发酵工业研究院刘建民高级工程师等,中国第一品酒师、山东扳倒井集团总工程师张锋国等专家,围绕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等问题做了论述。

孙宝国院士发表了题为《中国白酒的未来发展》的精彩演讲。孙宝国院士首先回顾了白酒产业漫长的发展历程,深刻阐述了科学技术对中国白酒品质提升所产生的巨大作用,重点从原料组成、发酵菌群落构成、工艺流程、风味物质特性等多个方面,阐述了芝麻香型白酒在中国各大白酒香型中的



突出地位和影响。孙院士对国井扳倒井在芝麻香型白酒科研领域的领先地位予以高度评价。他认为,从人才技术队伍的研发能力和国际一流的检测检验设备等多方面看,就中国芝麻香型白酒发展而言,国井扳倒井不仅引领了漫长的发展历程,而且代表着当前最高的品质水准,也必将引领发展的未来。此次论坛,是“中国芝麻

香白酒研究院”创立后,召开的第一次科技工作会议。中国芝麻香白酒研究院由中国食品发酵工业研究院、山东省食品发酵工业研究院设计、山东扳倒井集团联合共建,并有中国食品行业唯一工程院院士孙宝国加盟,是中国芝麻香型白酒研究最高平台,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,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。

多年来,山东扳倒井集团积极推进经济增长方式转变和结构调整,实现又好又快发展。凭借其在芝麻香领域顶尖的质量,兼深厚的文化内涵,充分诠释了鲁酒高端品牌的独特价值,成为鲁酒领军企业,先后获得“国家地理标志保护产品”、“中华老字号”、“中国驰名商标”、“中国历史文化名酒”、“中国芝麻香型白酒领军企业”等荣誉,国井高端芝麻香白酒被国家权威部门认定为“中国芝麻香型白酒代表”等,成为公认的中国白酒高端品牌。自去年以来,在孙宝国院士的亲自主持下,在中国食品发酵工业研究院、山东省食品发酵工业研究院设计

院的鼎力支持下,借助中国芝麻香白酒研究院这一平台,扳倒井集团集中中国第一品酒师、全国技术能手、中国白酒酿造科技专家、国家级评酒员组成的国内一流专家团队,充分利用国际领先的分析检测设备,加速推进白酒酿造理论创新和产业发展,巩固了国井扳倒井在中国芝麻香型白酒科研开发、产能储备和品牌建设等方面全国第一的地位。

通过此次会议,中国芝麻香白酒研究院将更好地发挥在中国芝麻香型白酒研发中的作用,通过深化产、学、研协作,更好地推进芝麻香白酒生产,更好地推进芝麻香白酒生产,以国井扳倒井的全面提升,带动中国芝麻香白酒产业做大做强,对推动中国芝麻香白酒产业加速提升产生广泛而深远的影响。(李永训)