



中秋节临近，各家酒企都开始发力推销自己的产品。

特殊的“兵家必争之地”

潍坊白酒市场调查

文/本报记者 于潇潇 片/本报记者 孙国祥

“潍坊市内的每个县市都有自己的酒厂，景芝、云门、乾隆杯、秦池、密州春、板桥、宏源等知名度都很高，是全国排名酒厂最多的市。”这是每一个来潍坊拼市场的外地名酒代理商对潍坊酒市格局的基本认知。

潍坊文化悠久，具有厚重的人文历史，同样这里的酒业也很发达，酿酒时代久远，位于“齐鲁三大古镇”之一的安丘市景芝镇，距今已有4500年的酿酒历史。几乎每个县域都有自己畅销的地产品牌，这里有曾行销全国的秦池，有曾经名震一方的板桥、齐民思，更有当前主导当地白酒消费风向的景芝、云门、乾隆杯等知名品牌。

潍坊的酒水市场很特殊

潍坊位于山东半岛中东部，地处黄海之滨，与青岛、烟台、淄博、日照等城市相连，是山东半岛的交通枢纽。作为山东省一个重要的工业城市，潍坊近几年得到了迅速发展，各项城市指标名列山东前列。经济和文化的因素使得越来越多省内外知名白酒品牌将潍坊看作必争之地。而这个市场，显然没有想象中的好“啃”。

“潍坊市场很特殊”，采访中，酒商们特别是外地名酒代理商口中，常常出现这句话。以泸州老窖和洋河为例，这两个在全国市场卖得异常火爆的品牌，在潍坊市场却少有人问津。究其原因，与地产品牌过于强势是分不开的。

潍坊是白酒生产和消费大市，很多白酒品牌都有着深厚的历史文化背景，

并且所辖的每个县市区都有自己的品牌，包括曾经名噪全国的秦池、芝麻香发源地景芝、云门春、乾隆杯、板桥、齐民思、坊子、密州春、昌乐乐化等，有的是畅销全国的品牌，有的是地方霸主品牌，这些地产品牌的白酒对潍坊消费者有着深远的影响。

由于连续多年名声在外的山东省糖酒会连续在潍坊召开，相对于省内其他地市，潍坊市民有着更多的机会接触到外来品牌。糖酒会上，来自东北、江苏、四川、贵州等地的品牌酒水越来越多地出现在人们的视野，甚至一些国外品牌，也在糖酒会上抢占一席之地。

然而，对于这些外地知名品牌，潍坊市民似乎没有表现出过多的热衷。从市场销售情况看，潍坊这片“兵家必争之

地”，外来品牌市场却尤为难啃。

作为“八大名酒”之一竹叶青的总代理，潍坊大宇总经理刘保军在接受记者采访时表示，“八大名酒”的其他成员在别的地市销售都业绩良好，唯独在潍坊，名酒市场一直较冷。他认为主要原因是潍坊本地酒对市场的占有量太难以突破了。

“外来名酒大多都是高度酒，而本地人似乎更钟爱喝低度白酒。”刘保军说。这与潍坊人长期以来形成的饮酒习惯有关。潍坊上在酒桌上“好面子”，喜欢大口喝酒，尽管潍坊与著名的葡萄酒产区烟台和青岛紧密相邻，而潍坊的商超和大街小巷也越来越多进口葡萄酒的身影，而饮酒习惯导致代表高档饮食习惯的葡萄酒也尚未形成气候。

高端市场：本地酒正在崛起

走访潍坊的大型超市、商场可以发现，除了部分茅台、五粮液外，其他高端产品大多被地产酒占领。刚刚落幕的山东秋季糖酒会上，价格988元的秦池龙魂重酿，388元的乾隆杯天韵龙吟，价值9万多的云门酱酒“国标1号”等均高调亮相。

在越来越多的本地酒发力中高端市场的市场的同时，国家知名品牌在潍坊的日子过得并不太滋润。在超市里，本地酒的位置也明显呈现优势。在潍坊福寿街一家大型超市记者看到，一品景芝系列占据了最明显的位置。销售人员向记者介绍，超市商品的位置摆放是根据

销量情况来定的，销量好的产品自然放在显眼的位置，销量不太好甚至很少有人问津的产品就会在相对较偏的地方摆放。

“一般情况下，即使是招待贵宾和送礼，也都以景芝为主。”一位正在选购白酒的消费者告诉记者，因为地产酒的品质、包装和口感等足以与知名品牌的国家名酒相媲美，而且价格还相对便宜一些。除非是送礼的人很重要，才会考虑茅台、五粮液等品牌。

密州春酒一位销售负责人告诉记者，跟山东省其他市场相比，潍坊市场的高端白酒容量不是很大，虽然潍坊的

经济发展比省内很多地方发达，但是高端白酒的销量却没有其他城市多，这与当地消费者多年的消费习惯有关，即使这样，高端白酒的消费还是必然存在的。

潍坊一家名酒行的负责人告诉记者，现在在潍坊市不管是高端政务用酒还是高端商务用酒，大家都有一个共识，很难喝到正宗的茅台产品，在这种情况下，以高端地产酒待客则显得更有意义。而同时很多高端地产酒的价格也在千元以上，从面子工程的角度看满足了消费者的需求。

中低端市场：对地产酒忠诚度极高

记者走访潍坊市数家大型商场、酒店发现，无论是堆头的摆放还是热卖推介，基本都是地产白酒的身影。

据潍坊中百超市的一位酒水导购员介绍，超市里的地产白酒主要面对的是中端消费群体，但从中低端到中高端，均有相应的产品能够满足消费者的不同需求。因此在潍坊市的白酒消费中，地产白酒占有绝对的优势，外来品牌的空间很小，外来品牌的国家名酒中如剑南春、泸州老窖、杜康、洋河、金六福、浏阳河等，尽管也是知名品牌，在很多市场上热销，但是在潍坊的销售却不尽人意，即使出现销售小高潮，也是以中端甚至低端酒的价格和形象出现。但是从销量上看，与地产品牌有着很大的差

距。

由于潍坊人多年消费习惯的养成，这里的消费者一致认为招待贵宾时在酒店里消费二三百元一瓶的酒水就已经很有面子了，而平时的消费大多维持在一百元左右一并的水准。所以在潍坊市场上，价格在60元/瓶—200元/瓶的中端酒和低端酒市场的销量是巨大的。而这个价格区间的市场几乎被地产酒所垄断。

“潍坊市场很怪，怪就怪在对外来酒的品牌不太接受。”潍坊九州酒业商贸有限公司总经理许月伟说。但他也同时注意到，潍坊人对品牌的忠诚度很高，很多家庭都是三代人消费同一个品牌。潍坊人接受一个品牌难，但一旦接受之后，即使随着经济发展、物价增

长，当时价格适中的产品现在都卖到了几十元甚至上百元，但这些产品依然是消费者逢年过节、招待客人的首选。

随着生产企业产品结构调整的实施，潍坊辖区的所有生产企业都推出了自己的高端产品，这些产品又充斥着每个县市区的高端市场。据了解，潍坊市有白酒生产许可证的企业有40余家，这些企业分布在全市的各个地方，根据不同的企业规模和势力，都有自己的主打产品和市场份额。其中各自在家门口发力的代表有青州的云门春，昌邑的乾隆杯，诸城的密州春，临朐的秦池，寿光的宏源、齐民思，高密商羊，昌乐的乐化，坊子区的板桥等。

“特供酒” 商场难觅踪影

网络上依然到处在卖

本报9月12日讯(记者 董惠)商务部等部门进行专项整治，严禁产品使用“特供”、“专供”标识。伴随中秋临近，白酒市场已是硝烟弥漫。12日，记者采访发现，目前，众白酒品牌也纷纷弃用“专供”、“特供”等字样，潍坊市场上已难见“特供酒”。

伴随中秋节的到来，很多消费者都有选购白酒的计划。不少细心的市民在挑选产品时发现，曾经标有“特供”、“专供”、“国宴特供酒”等字样的产品却悄然退市了。而弃用这些标识的还不仅是白酒等产品，还包括诸如食用油、牛奶等产品。

对此，福寿街一家大型超市的工作人员告诉记者，现在市面上的白酒更多的主打“窖藏”概念，基本上没有“特供品”等字样了。对此，记者也随机采访了数位消费者，不少坦言，过去看见“特供白酒”、“国宴专用产品”等字眼时，尽管会有疑虑，但也会买。

“反正花的钱都差不多，买个特供，起码看起来要高档，送人也更有面子。”

据了解，去年以来国家工商总局、工业和信息化部、商务部、国家质检总局等四部门在全国范围内开始“特供”、“专供”等标识清理整顿的专项行动，重点对白酒、葡萄酒、啤酒、茶、食用油、乳制品、饮料等日用消费品领域重点排查，要求责任者停止发布违法广告，采取收回、覆盖、粘贴、替换等方式，撤除市场上流通的违规商品包装、标签，消除不良影响。

而对于禁止“特供”等字样的规定，不少消费者也纷纷表示支持，如今白酒不能傍“特供”、“专供”了，不用担心被广告误导了。但记者发现，目前，“特供酒”在网上仍是满天飞。对此，相关部门也提醒，市民选购相关产品时一定要谨慎消费，千万不可仅听信广告宣传。

白酒中报收官

平均毛利率高达66.62%

本报讯 今年，“三公消费禁喝高端酒”政策的出台，令我国的高端酒市场经受着巨大的压力。为此，有业内人士表示，我国的白酒行业今年将进入调整期。

事实证明，大家的担心是多余的，伴随着金种子酒和水井坊两家公司中期业绩的发布，A股14家白酒上市公司中报全部收官，除了ST皇台外，其他13家企业都上交了一份亮丽的成绩单。

根据同花顺FinD数据统计显示，14家白酒上市公司在上半年实现营业总收入合计为551亿元，平均同比增长率为46.26%；实现归属于上市公司股东的净利润合计为197.8亿元，平均同比增长率为69.93%。

根据统计数据显示，14家白酒企业的平均毛利率为66.62%，销售毛利率平均增长率仅有8%。而作为一线白酒的贵州茅台的销售毛利率最高。

值得一提的是，有5家白酒企业的毛利率在今年上半年出现下滑，他们分别为古井贡酒、青青稞酒、泸州老窖、五粮液和伊力特。

综合