

## 一线名酒腰部发力,抢占地产名酒核心市场

# 名酒下沉,百姓还喝“家乡酒”吗?

看看这些大手笔:茅台将旗下的二线产品汉酱、仁酒等“腰部”产品直接五折出货;五粮液拿出了五粮头曲等中线产品进行产品系大调整,号称“让老百姓喝得起五粮液”;洋河今年则祭出了几十元一瓶的洋河大曲,抢占乡镇市场;口子窖别看零售价不低,但厂家发货到济南的大批发价,一瓶只有几块钱——一线名酒腰部发力,抢占本来属于地产名酒的中段市场,将成为今年“八月十五”市场的看点。

随着国家政策调整,受三公消费、政务团购限制较大的国内一线名酒厂家纷纷调整市场策略来应对行业寒流。近期,国内白酒龙头之一的五粮液高调扩军白酒中端产品市场,洋河、郎酒、剑南春、泸州老窖等全国性名酒也随在腰部价格带纷纷扩充产品线,加上茅台中端价格产品的降价措施,显然,一线酒企已经把中端产品市场当成了他们受此波冲击的最后一根救命稻草,腰部产品层出不穷的推出,让中端白酒的市场竞争进入到了一个新的白热化阶段,名酒价格下沉抢夺中端市场加剧了白酒行业“大洗

牌”,新一轮白酒市场争夺大戏已开始酝酿。

### 名酒腰部发力已成趋势 中端白酒市场再掀恶战

“这款51度的汉酱酒,原价899元,现在搞活动,优惠价每瓶309元,特别合适。”近日,记者在济南舜耕路南端一家烟酒批发部遇到的一幕。

据茅台驻济南的一家经销商告诉记者,受三公消费影响最大的茅台酒,上个月做出了一个令业界吃惊的动作:将旗

下的二线产品仁酒、汉酱的出货价,直接降幅50%,经销商原有库存可以通过免费补货的形式,补足差价。

另一家受影响的大户五粮液,也是动作频频。为了应对销量锐减的局面,今年开始力推五粮液醇、五粮特曲、五粮头曲战略新品,并计划产量80%让给中端酒。“五粮液今天甚至不怕行业笑话,学泸州老窖推出了头曲系列酒,也看出其断臂不让市场的决心。”

泸州老窖的动作更令人咂舌。在省城建设路一家烟酒店,一瓶368元的52度泸州原浆,目前厂家给出的优惠政策是买一送一,同时再赠送一瓶售价184元的原浆陈酿。原价将近400元的酒,优惠仅100元出头。

一家代理国内众多一线品牌中端产品的酒水经销商向记者表示,今年一线品牌厂家对高、中、低端酒的发展大多已作好规划,“以茅台、五粮液、泸州老窖为例,过去厂家过分倚重主品牌,如今

各种中端产品如雨后春笋,酒厂正在大力依靠腰部新品来分担主品牌受市场影响的压力。不仅在巩固高端市场地位,更想壮大‘腰部’产品,布局中端价位市场。”

### 一线名酒下沉到底

#### 挤压地产名酒盈利空间

作为销售季节极其明显的白酒市场,即将来临的“八月十五”营销旺季,是每个品牌厂家的重中之重。而对于今年停摆大半年的白酒市场来说,“八月十五”季更是被寄予了太多的希望和压力。

山东省白酒推进委员会秘书长对记者说道:“随着市场调节力度日趋增大,虚高消费的下滑,大众消费升级,100-300元这个价格区间的白酒产品,将会成为白酒市场主导,未来可占到行业总销量的50%。”

茅台、五粮液、洋河、泸州老窖等一线名酒的持续发

力“腰部”,让欲重整旗鼓的鲁酒感到了巨大的压力。而名酒的腰部产品正是地产强势品牌欲着力打造形象的中高端价格领域。

就在刚刚过去的山东省秋季糖酒会上,记者看到,受行业影响,前来参加糖酒会的有实力的经销商比往年锐减,即使前来的经销商,也是围绕在品牌厂家专区里。“此番行业调整,对我们经销商的影响也很大,高端酒腰部产品的大量涌入市场,在价格差别不大的基础上,我正在琢磨是继续主推地产名酒,还是加上一款名酒中的二线产品,很犹豫。”糖酒会上,一位目前正在做某品牌鲁酒的经销商表示。同时,他也承认经销一线白酒腰部产品后可能会对原来经销的产品“有点影响”。

作为白酒消费大省,面对即将到来的“一大波”国内一线品牌腰部产品的冲击,鲁酒,你准备好了吗?

本刊记者 于成功

汾酒集团副总经理日前接受记者采访时表示

## 让更多年轻人喜欢汾酒

22日,中国主流媒体联盟联合采访团走进汾酒集团。集团副总经理、汾酒销售公司总经理常建伟在接受采访时表示,针对年轻人这一未来的主流消费群体,汾酒集团计划今年全国秋季糖酒会前后推出“适合年轻人饮用习惯的白酒”。

本刊记者 王丛

### 上半年净利润增长7.34%

山西汾酒上周公布的半年报显示,营收增6.52%至40.65亿元,净利润则为9.86亿元,同比增长7.34%。在上半业绩增幅放缓和2012年年报预计今年营收增长25%的大背景下,汾酒下半年的业绩压力隐现。不过,汾酒集团副总经理、汾酒销售公司总经理常建伟在接受记者采访时表示:“不会调整今年的目标。集团今年销售预期是125亿,也不会变。”

### 思路调整保增长

去年11月汾酒集团提前三年挤入“销售额百亿俱乐部”。面对行业调整的压力,上半年能够交出净利润

增长7%的答卷实属不易。这也得益于其战略思路的调整。

“今年年初汾酒根据国家政策转变进行了思路调整,包括从政务消费向商务消费调整,产品结构的完善和补充。”常建伟告诉记者,与此同时,汾酒集团还将在电商以及新产品开发商加大投入。“今年秋季糖酒会前后,我们就要推出一款适合年轻人消费习惯的白酒。”对于酒的度数和价位,常建伟并未透露。

### “三轮驱动”促增长

在去年提前三年实现汾酒集团百亿目标后,其去年将2015年的销售目标直指200亿。随着今年杏花村开始独立运作,汾酒集团汾酒、杏花村、竹叶青三大品牌正式

形成“三轮驱动”的态势以推动业绩的增长。

“三品牌正在发挥联动进行全国化的运营。”常建伟透露。“竹叶青和杏花村销售额在汾酒集团的占比仅5%-6%,这两个品牌起码仍要3-5年的运作。”

### 山东是汾酒重点目标市场

除了对产品进行调整的同时,汾酒集团也对自己的全国化布局进行了调整。“汾酒已对整体营销策略和市场布局做了规划。今年公司开始进行全国化市场的布局,分别是山西及环山西板块、长三角板块、珠三角板块、大东北板块和大西北板块。”常建伟透露,预期今年汾酒省外过亿的市场达14个。

“山东是白酒消费大省,因此也作为我们的重点市场进行开拓。同时,山东也是白酒生产大省,在开拓山东市场上我们的思路是‘农村包围城市’,先从大城市周边的县级市场进行开拓,避开与地产酒的正面交锋。”常建伟告诉记者。

“全国技术能手赵德义传记③”

## 赵德义:评酒如酿亦头筹

编者按:鲁酒的发展离不开领军企业。国营65周年的景芝酒业,始终引领鲁酒创新发展,传承了中国白酒史上最早的高粱大曲酒中华老字号景芝白乾,创新了山东省第一个浓香型白酒景阳春,研发了中国芝麻香型白酒一品景芝,改写了鲁酒无香型代表的历史。历经半个世纪对“芝麻香”的不懈探索追求,“芝麻香型白酒的研制”荣获中国轻工业科技进步一等奖,是迄今为止中国白酒企业唯一荣获的至高荣誉,芝麻香型白酒国家标准的确立,载入中国白酒发展光辉史册。技术的飞跃离不开科研人员的孜孜追求,近日,中共安丘市委组织部,安丘市人力保障局联合发文《关于开展“学习赵德义先进事迹、争创十佳技术能手”活动的通知》,将这位默默无闻、潜心钻研芝麻香的技术能手推向台前。

从莘莘学子,到一位行业技术能手,26年来,赵德义在中国古镇景芝潜心钻研,成为中国芝麻香白酒诞生的核心人物之一。本报从即日起推出系列报道“全国技术能手赵德义传记”,全面展示这位行业领军人物对芝麻香技术的追梦历程。

酿酒是技术,评酒更是一门高超的技术。作为酿酒大师的赵德

义,评酒也从不示弱。2010年7月,山东省白酒企业各路评酒高手云集泉城济南,角逐山东省第二届白酒品酒职业技能大赛,30多家企业50余名参赛选手,虎视眈眈,谁能从中脱颖而出?赵德义作为景芝酒业的参赛选手心里没底。论经验,他是第一次参加比赛;论年龄,他已四十岁的不惑之年,可以说已过了评酒的最佳年龄段;论实力,参赛选手中有多位全国品酒大赛和省首届大赛高手,而赵德义品酒时间较短,优势难料。

面对这些,赵德义丝毫没有退缩,他自信自己平时扎扎实实锤炼的评酒技艺。经初评、复评、决赛11轮次的淘汰选拔,赵德义以理论考试和实际品评总成绩第一名脱颖而出,力拔头筹。使景芝酒业连续两届保持了“第一名”的霸主地位。

冰冻三尺非一日之寒。记不清多少个风雨雪月,多少个形单影只的夜晚,他是在品酒室里打通宵熬过的。大赛前一个月,只要在评酒室,他定会杜绝应酬,闭门谢客,戒烟限酒,找来全国各地的名酒样品在评酒室反复品评各种酒的风味香型,一品就是一天。嘴上起了血泡,舌苔发青,嗓子沙哑,连吃饭时间、上下班时间甚至都忘记了,到了痴迷忘我的境界。

# 酒的酿造与东夷文明

高度发达的东夷文明,特别是制陶业和农耕技术的率先发明,促进了酿酒技术的出现,酒当是原始活动的主要用品,祭祀是原始文明的主要标志之一,酒的酿制应与祭祀礼仪相伴而生。

(1)酒是人类最古老的食物之一,酒在人类历史的长河中是中华民族饮食文化的一个重要组成部分,酒文化作为一种特殊的文化现象,在传统的中国文化中有着独特的地位,在几千年的文明史中,酒几乎渗透到社会生活中的各个领域。

(2)东夷先民是最早懂得酿酒的老耆部族之一,是中国酿酒业最早的源头之一。三大民间传说“猿猴酿酒”、“杜康造酒”、“仪狄造酒”都与东夷文明有着直接关系,酒当发源于东夷先民。1981年,在沂源县土门发现的“沂源猿人化石”,距今约40万年之久,“沂

源猿人”是东夷人的祖先,也是人类起源的发祥地之一。早在原始社会初期的猿人阶段,东夷部落的聚集地植物茂盛,山林果实遍野,猿猴采食野果为生。夏秋季节,它们将吃剩下的果实、果皮随便扔在地上,这些果实、果皮腐烂,野生酵母菌自然发酵,变成酒浆,人们叫它“猿猴酒”,这就是天然形成的果子酒。

据《神农本草》所载,酒起源于远古与神农时代。《世本八种》(增订本)陈其荣谓:“仪狄始作,酒醪,变五味,少康(一作杜康)作秣酒。”仪狄、少康皆夏朝人。谷类之酒应起于新石器时代农业兴盛之时。原始先民于草木繁茂花果山地之生活中,采花作酒,名猿酒,自是可能。殷纣王有“酒池肉林”之载,殷代农业生产发达,粮食大面积种植,用之作酒,势所必然。郭沫若《殷墟文字研究》,复有

“酒,受酋年”之文。最初的酒当是果酒和米酒,谷类酿成酒液,应始于东夷部族的大汶口文化时期。自夏之后,经商周,历秦汉,皆以果实粮食蒸煮,加曲发酵,压榨而后出酒,此当为最早的酿酒工艺,随着人类文明的进一步发展,酿酒工艺也得到了进一步完善和改进。

(3)文物考古中酒的发现,最早用谷物酿酒的老耆部落应是东夷部落集团。齐地莒县凌阳河遗址出土的最早成套酿酒器具为大汶口文化时期,用于煮熟物料所用的炊具陶鼎,各种类型的饮酒器具100多件,有25件为白陶器,主要是成套的酒器,贮酒的背壶,温酒的陶鬯、注酒的陶瓮和饮酒用的陶杯。在陶缸壁上还发现刻有滤酒图。

已有的研究证明,莒县凌阳河遗址的陶缸为我国迄今所见最早酿酒器,发现的陶象文字应是

酿酒的沥酒图像,以上证明东夷先民已开始用谷物酿酒,我国最早发明酿酒术的是大汶口文化时期的东夷部族。

山东莒县大汶口墓葬出土的大口陶尊——6500年前的陶罐上清楚地刻着20个图像文字,其中旦、钺、斤、皇、封、酒、拍、昃是我们今人仍在使用的文字,且与酒有直接关系,尊是迄今所见最早的酿酒器皿和记载酿酒的图像文字。

最早的成套礼器即酒器也出现在大汶口文化时期,唐坊镇店子遗址出土的彩陶、泥质灰陶鼎、钵、碗、盆等,当为高青最早的酒具。

桓台史家遗址“井”字型木架祭祀坑和李寨遗址出土的蛋壳陶酒杯是龙山文化和岳石文化时期酒具和用酒祭祀的场所。

到商代,齐地先民的酿酒

业达到前所未有的繁荣。文献记载,商人起源东方夷人,继承酿酒技艺,饮酒成风,殷纣王以致于“肉林酒池”。周武王有《酒诂》传世。目前,液体酒发现于滕州商墓青铜器中,沂源姑子坪西周贵族墓出土西周时期的酒液,盛酒的青铜壶成为当之无愧最早的盛酒器。

高青陈庄西周城址出土了西周时期的盛酒器铜觥等器皿。特别是出土的祭坛,是中国祭祀文化的发祥地,有“中华第一祭坛”之誉,也是酒文化的发祥地。

淄博出土的“井”字型木架祭祀坑及出土陶器均为盛酒器和饮酒器,充分说明鲁北平原、渤海流域在龙山文化、岳石文化时期是一个文化中心,这些地区早在原始社会晚期酿酒业已十分成熟和发达,酒成为祭祀活动的主要用品。