

山东省糖酒副食品商业协会会长 薛剑锐

五粮液倒挂 鲁酒有机遇



从去年下半年开始,整个白酒行业遇到很大的困难。从白酒塑化剂问题到八项规定。从全国来看,受影响最大的是全国一线名酒。目前的情况是这样的,从报表看是看不出问题来的。但是整个的销售大概下滑50%。也就是说虽然酒厂完成了任务,但是酒厂的库存已经转移到经销商手里。你虽然卖给经销商了,但是经销商并没有卖出去,

还在经销商的仓库里放着。

茅台从去年春节接近2000块钱一瓶。到现在零售价一千多,批发价即便是近期反弹以后也在930左右。五粮液价格现在已经倒挂。而五粮液729的出厂价,现在卖600到630,每瓶倒挂最少100块钱,经销商整个都是亏损的。从现在的情况看,明年的形式、后年的形式都是调整期。这个调整期或许要三年,或许要四年,现在还看不透。我觉得最少最少要三年。我们山东白酒今年看来还是不错的。我们山东的高档酒起步比较晚,投入市场也比较晚。我们的高档酒并没有卖多少。现在受影响的是这一部分酒。这一部分酒我们本来就没卖多少,一受影响,就不卖了吧。所以影响不

是很大。

穷则思变,今天的会议就是为了讨论咱们在这种形式下怎么应对。今年的形势其实不是一概都下滑。山东好多企业不但没有下滑,反而有增长,这就是结构的问题。是市场渠道怎么维护的问题。过去市场搞扁平化运作,也就是一个区域不止招一个代理商,而是招很多代理商。现在从全国的趋势来讲,有些企业不但不扁平化了,反而只招一个代理商。现在山东的企业就面临这种情况。一种情况是往省外走。有的企业有这个实力,你可以往省外走,但是有些企业你要思考怎么把市场再做深、做细、做透。这里头还有很多潜力可挖。

国井扳倒井集团总工程师 张锋国

四大原则助鲁酒发展



第一个原则是消费升级。就是我们抓住的最核心的东西。只有通过酿酒科技的进步,产能的提高,才能够真正做货真价实的酒,质量优质的酒,才能做到产酒诚实,服务诚心,产业诚信。第二个原则是低度。低度是我们的优势,这一点我们不能放松。“淡雅浓香,中国风尚”是我们鲁酒的亮点,也是我们的品牌。我认为要仅仅抓住这个发展方向。不能因为高度有所抬头就舍弃低度酒。再一个是卫生。比如出现“塑化剂事件”等等一些事件给我们一个提醒,一定要符合国家标准。再一个是安全,酿造微生物的安全,产品生产环节的安全,包装的安全,这一点企业应该牢牢抓住。

只有做好这些,我们鲁酒才会有更大更新的发展。尽管社会上出现这样那样的说法,说白酒产能过剩,我不这样认为。我们山东各个厂家有多少池子?他的实际产能是多少?这些能够满足消费者么?我觉得远远不够。确实应该加大产能储备。这个产能储备不仅仅是靠挖池子、建酒窖等规模上扩张。现在科技发展进步了,我们山东也应该走在前头。集约化生产,依靠科技,走工业化、新型化的路子,加快产能储备。只有这样我们才能适应当前市场所需求的优质。

山东白酒通过这几年卧薪尝胆,通过产能、技术,形成了我们自己的优势,下一步要把我们的科技优势放大。中国3c计划咱们省加入了很多。国家投入这么多企业,出动这么多人力,在山东白酒发展史上是最好的阶段。山东白酒企业能够投的起。

花冠集团酿酒有限公司副总经理 郑海峰

中端价格带我们有优势



随着国家一系列政策的出台,现在出现了一线名酒的价格下沉问题。针对这个现象,我们也进行了市场调查和分析。从调查分析的结果来看,我们感觉一线名酒价格下沉并没有纳入到一线名酒的战略当中。目前一线品牌的价格下沉,主要是一些侧线酒,而不是他们企业发展的战略产品。我们感觉一线名酒没有把100到200元左右的价格带当成他们以后发展的重点,而只是一个权宜之策。

同时,面对(一线名酒)价格下沉,在100到200价格带的竞争,一线品牌有些优势和劣势。一线品牌的优势直接表现在他们的品牌影响力和品牌知名度上,但是在市场控制能力、渠道掌控能力以及市场资源、公共资源还有市场环境的把控这一块,还远远不如我们地方品牌。所以目前一线品牌的价格下沉,共同打造100元以上,二百元左右的价格带,我们地方名酒还是有一定的优势。毕竟我们具备了一些中端价位的市场基础和消费群体。共同提升消费水平,打造100块钱以上的消费,对鲁酒来说是机遇大于挑战。

面对这种情况,我们花冠集团做了很多工作,主要就是“抓两头,带中间”。以前我们主要把战略产品定位在30到60元一瓶,今年我们打造了一款100元以上的产品,作为企业的发展战略产品,培养消费者。针对一线名酒下沉,填补我们市场上100到200元的市场空白,与一线名酒在中端价格带上进行竞争。第二个就是我们的低端产品。前几年我们在产品线的开发中没有重视低端产品,现在要重新开发出来,抓好两头,带动我们中间价位的产品发展。

山东省轻工业协会副会长 朱维平

只有创新才能度过困难期



神十飞天酒的研制、营销是一种创新。在这个卖酒的过程中,媒体的收益和企业的宣传效果能实现共赢。我觉得,用硬广告的形式不是太好。越形式不好,你越要做广告,越做广告越多掏钱。但是越不好过酒厂的钱看的就越死。虽然这广告他不得不做,但是你让他往外拿钱都是割老板的肉,钱都穿在肋条上,都很难往下摘。怎么办?你得创新。让酒厂觉得这个创意不错,既能弘扬了我的酒,又能达到很好的效果。因此我觉得创新是非常重要的。希望齐鲁晚报能够更好地采用创新的手法,拿出更多的版面,选更好的形式,来让山东人用山东酒。

景芝酒业股份有限公司总经理助理 曹天河

名酒受冲击,景芝来补位



“在当前复杂的市场环境下,景芝酒业上半年依然保持着20%的增长势头。虽然国家政策对整个行业产生不可避免的波动影响,但受冲击最大的还是国内一线的名酒品牌,无论从政务消费还是政府团购,一线品牌的降幅都非常大。目前的高端酒市场趋势逐渐由本地高端白酒代替国内一线品牌,政务消费越来越多地趋向于地产名酒,一品景芝在济南市场今年销量明显增长,这对景芝而言,是一个极大的利好。”

“近几年,景芝酒业主要从三个方面去坚持,第一是坚持产品品质,以优异的品质作为产品保障,尤其是在获得省长质量奖后,景芝酒业在推动一个品质溯源的打造,也能够让消费者亲身体验了解景芝酒的每个生产环节,包括每个产品的包装生产线,每个节点都能清清楚楚展现在消费者面前。第二是推进品牌建设,实现景芝的品牌知名度和美誉度的提升,在这方面加大了一些活动投入,尤其是今年与齐鲁晚报联合推出的景芝酒业建厂65周年系列文化活动,取得显著成效。第三是推动企业文化建设,使产品赋予文化精神,重点打造了旅游文化,借助景芝酒业4A级旅游景区,邀请消费者参观旅游,同时加强产业园的打造,齐鲁酒地和生态酿酒产业园的打造等等,这所有的工作都是围绕消费者为核心的出发点,尤其注重消费体验,也是景芝下一步的工作重点。”



五嶽獨尊

神十飞天

原浆

纪念酒

齐鲁晚报 泰山酒

酒精度:50%vol 净含量:550ml

浓香型白酒

五嶽獨尊

神十飞天

纪念酒

同赏一轮月 共饮飞天酒

探亲访友第一酒

山东营销中心团购热线:0531-85196722 85196215 13280002269

泰安营销中心 杨建华13853869818 杨经理13705388079 李经理18605383999 巩经理15105482999 东平营销中心 冯经理13853871748 莱芜营销中心 葛经理13806349789

潍坊营销中心 臧经理13465651555 朱经理18653560895 曹经理13686361361 青岛营销中心 李经理13792812578 毕经理15805329577 淄博营销中心 王经理13853399817

济宁营销中心 张经理13355158919 薛经理13325183819 张经理15963751999 新泰营销中心 冯经理13954891763 徐经理13905381958 菏泽营销中心 孔经理15653099399

临沂营销中心 王经理15863995899 王经理13805397837 枣庄营销中心 于经理13361436911 烟台营销中心 夏经理13953552223 德州营销中心 郑经理13905344050

宁阳营销中心 王经理13854878079 王经理15066735999 滨州营销中心 卢经理13754670399 聊城营销中心 路经理13561260666 济南营销中心 刘经理15069156967