

行业风云起 煮酒论英雄

中国酒业公众大奖(山东区)评选启动



本报讯 行业风云起,煮酒论英雄。由本报等20家全国主流媒体发起的中国酒业公众大奖,近日在济南举行山东区评选启动仪式,在随后三个多月时间里,中国酒业首个以读者问卷数据调查为手段,以消费者的真实意见为依托的榜单将正式揭晓。

中国主流媒体酒业联盟是由齐鲁晚报(山东)、楚天都市报(湖北)、南方都市报(广东)、北京晚报、钱江晚报(浙江)、大河报(河南)、扬子晚报(江苏)、辽沈晚报(辽宁)、燕赵都市报(河北)、潇湘晨报(湖南)等全国20个省市的主流媒体组建而成的联盟,主要针对全国酒类市场新闻报道、品牌策划、活动组织等,进行全国统一传播。

中国酒业公众大奖是中国主流媒体酒业联盟致力打造它在行业和亿万消费者心目中的权威地位和影响力,把它作为联系酒企和消费者一个重要平

台。公众大奖评选建立科学的评选价值体系——以读者问卷数据调查为手段,以消费者的真实意见为依托,发掘年度最受中国消费者喜欢的酒类品牌,反应行业发展动向,树立品牌企业标杆,引导最新消费潮流,促进中国酒业长远发展。

中国酒业公众大奖(山东区)评选活动,13日在山东新闻大厦举行。作为全国第一个启动的地区榜单,中国酒业公众大奖(山东区)评选活动由山东省白酒协会、山东省糖酒副食品商业协会和齐鲁晚报联合主办,山东省白酒品牌推进委员会承办。将成为山东酒业年度最重要的榜单。

据组委会介绍,中国酒业公众大奖(山东区)评选活动评价体系包括读者评价(占60%的权重),以问卷数据为主;专家评委评价(占30%权重)考核点包括酒企产销量、市场占有率、品牌形象、产品定位和竞争力、

企业文化、公益行为、负面新闻等。

中国酒业公众大奖(山东区)评选活动最终将诞生山东酒业年度风云企业、年度创新企业、年度社会责任企业、年度成长明星企业、年度卓越贡献企业大奖;还将诞生年度最受欢迎家用酒、年度最受欢迎婚庆酒、年度最受欢迎商务用酒、年度最佳口感酒、年度最佳人气酒、年度最受欢迎保健酒、年度最受欢迎啤酒、年度最受欢迎红酒、年度最受欢迎黄酒等。年度十大经销商也将同期评选。

作为中国酒业公众大奖(山东区)评选活动的数据来源,“2013百姓酒类消费问卷调查”同步在齐鲁晚报网上启动,消费者可以登陆<http://health.qjwb.com.cn/2013/0906/36232.shtml>,进行投票,并参与抽奖活动。

(本记)

山东白酒消费问卷调查火热进行中

□本记 孟萌

如果说2012年是中国白酒业的下坡路,那么13年必然是白酒业的急转弯。作为全年第一个销售旺季,中秋开始的销量直接关系到每个白酒厂家在这个急转弯“入弯”的成败。地方名酒在国家政策调控、一线名酒价格下沉、省外酒市场扩张的多重影响下,是及时应对,凤凰涅槃,还是会遭遇困境,龙困浅滩?

齐鲁晚报通过报纸、网络、店面探访等多种渠道,展开一次全省范围内的问卷调查。旨在探究政策调控后,中秋节前后消费者对全国白酒的消费状况,为鲁酒以后的决策提供参考。

一线高端酒价格下沉

白酒遇冷已经不是新闻,但是一线白酒遭受重创后大幅降价却挤压了区域名酒的市场。2012年下半年,随着国家一系列政策出台,全国一线名酒遭到重创。终端售价一度突破2000元一瓶的飞天茅台接连跌价。尽管厂家三令五申严禁降价,但仍然止不住飞天茅台价格连续下滑,竟然跌破800元一瓶。作为白酒价格的晴雨表,53度飞天茅台的售价真实的反映了高端酒在销售终端的窘境。各地经销商争相甩货、压缩库存。一线名酒高端品牌销量急剧下滑。为了应对困境,茅台、五粮液一方面降低产品终端销售价格,另一方面加快

副牌产品的推广。茅台王子、茅台白金酒以及五粮液一系列“定制酒”纷纷展开降低定价,猛烈撞击一百到三百元的中端“腰部市场”。这必将冲击地域名酒的“领地”。强龙想压地头蛇,两大阵营怎么打这场“攻防战”?一场暗战即将开始。

省外酒市场扩张

山东白酒市场多年来维持“诸侯割据”局面。各个地市的酒厂占据着本地市场,在当地拥有压倒性优势,几个没有大型酒厂的地市则是周边几个酒厂的战场。这些年来省内各大酒厂虽然有心扩大市场,但进攻别人市场的人力、物力成本投入过大,整体市场格局也就没有变动。各家虽然竞争不断摩擦不少,却也相安无事,各自稳坐大本营。

但是近期省外白酒企业在宏观市场影响下,加快扩张步伐。刘伶醉、文君、西凤纷纷点兵点将,布局山东市场。山东是全国人口大省,更是白酒消费大省。在宏观市场遇冷的情况下,山东市场无疑对外省酒企具有巨大的价值。虽然山东人白酒消费一向忠诚度高,市场易守难攻,外省酒往年进攻山东市场的脚步都异常艰难,但在大环境影响下,外省酒这次却是来势汹汹。省外酒这一波猛烈攻势会打开山东市场,挤压本地酒份额?还是会像以前一样无疾而终?我们拭目以待。(下接A22版)

岁月礼品 恒久价值

一品景芝·典藏岁月酒

重要每一天 稀缺每一瓶



共同走过65周年

1948年6月15日创刊,是由《晋察冀日报》和晋冀鲁豫《人民日报》(1946年5月15日创刊于河北邯郸,当时是中共晋冀鲁豫中央局机关报)合并而成的。1949年8月1日,中共中央决定将人民日报转为中国共产党中央委员会机关报。景芝酒业是1948年国营建厂,2013年,既是景芝国营65年,也是人民日报创刊65周年,人民日报见证了景芝国营发展的历史。

2013年,既是景芝国营65年,也是人民日报创刊65周年。特推出“一品景芝·典藏岁月”限量版收藏酒纪念重要历史每一天。每瓶特赠一张1948年创刊以来的《人民日报》,稀缺酒品,稀缺报纸,限量发售,是个人祝寿、单位庆典赠礼、投资典藏之珍品。

稀缺原酒:基酒选取陶坛贮存5年以上具有典型风格的一品景芝芝麻香原酒,确保典藏岁月酒的高贵品质。

稀缺报纸:人民日报记录了新中国的发展,承载着厚重的历史意义,随着原版存世的减少,拍卖市场上的价格在逐年攀高。

限量稀缺:限量24630瓶,酒品以《人民日报》的日期为产品编号(No. 19460515—No. 20131019),每瓶酒都具有唯一编码和收藏证书,象征着酒品不可复制的酒苑新贵身份。



景芝酒业销售热线: 400-621-7779 齐鲁晚报抢购热线: 0531-85196215