

“三公”钱不好赚了,高端白酒到了醒酒时 白酒业“醉”后开始发“小”财

自2012年国家加强对“三公”消费的控制以来,白酒业一路跌“醉”,但身处寒冬的白酒企业正找寻新市场。



食安山东 品牌引领在行动
主办:省食安办 省食药监局 齐鲁晚报
征集:打假线索 诚信联盟企业 消费观察团

本报见习记者 付连兴

价格一降再降

商超内,白酒买一赠三,买一赠五促销活动不停歇。广播里电视上,白酒企业的高管和主持人一唱一和推“特价限量款”。在天猫“双十一”白酒名酒爆款清单上,53度飞天茅台抢购价699元/瓶,52度五粮液499元/瓶……多数名酒跌破出厂价。

以53度的飞天茅台为例,从2005年到2011年六年间,它的价格上涨了10倍。2012年春节前后,每瓶茅台零售价要2000元,批发价也要近1800元。到2014年底,天猫上53度飞天茅台抢购价已经降至699元/瓶。

实际上,白酒全盘降价已非一朝一夕,而这始于2012年底中央出台了关于改进工作作风的“八项规定”,随后一系列遏制公款消费、反对铺张浪费的举措相继出台。

山东省白酒行业协会秘书长蒋彬表示,高端公务消费受到限制,致使一直以来价格居高不下的高端白酒销售惨淡,而不少企业都有销售量等硬性指标,无奈之下,他们选择降价走量来应对,“这样一来,企业通过走量也可以摊薄销售成本。”

在有些行业人士看来,传统白酒经销商因为既得利益太多,所以不愿意创新,对企业而言,简单降价或许可以减少库存,回笼资金,“但一味简单降价,市场上就会出现白酒产品同质化问题。”高端白酒降价会冲击中端市场,中端白酒下调则会冲击低端市场,如此一来就会引发产品在口感、价位等方面同质化的问题,引发价格竞争等问题,“从长远来看是行不通的。”

瞄准年轻人推“小酒”

在高端白酒进入冬季的时候,小酒市场因为受到“80后”、“90后”年轻消费者的喜爱却火了,不少白酒纷纷加入中低端市场的争夺。

“目前行业正在转型,中高端白酒受到打压,在这种情况下如果降低品质则对企业的长期

发展不利,不如将大酒分成小酒来卖。我们的酒20元-30元一瓶,比普通的小酒略贵,但对于普通消费者来说是能够接受的。”贵州中心酿酒集团董事长周杰向记者表示,“未来小酒可能成为主流,十年的黄金时间已经过去了,小酒是亲民的。”

泸州老窖目前也在力推旗下小瓶酒产品,全面升级旗下小酒,以期大力拓展中低档酒市场。“在南方,以成都为盛,消费比较多,痛风的不能喝啤酒,点大酒喝不完,此时会出现个性化的需求。我们一开始对小酒比较忽视,小酒的繁荣给我们的启示是白酒这个大市场还是有很多的缝隙空间,不要放弃挖掘潜在的消费者。”泸州老窖销售公司副总经理、泸州老酒坊公司总经理李光杰告诉记者。

记者在济南的几家大超市发现,五粮液、西凤、川源、衡水老白干、双沟等都推出了自己的新款小酒,售价在15元至50元之间。

白酒营销专家铁犁表示,小酒在未来十年有很大的空间,可以占到10%的份额。以后的流行趋势是高端市场绝对是全国性品牌,中端必须走特色化道路,中低端以小酒为主。

发力中低端

景芝酒业今年推出“老友·景芝”则是发力中低端的又一个典型。据景芝高层透露,“老友·景芝”是针对新的市场形势和年轻化的消费者需求而开发的全国化、全省化的战略大单品。在未来的白酒消费市场,喝酒将变得更加个人化,品牌代表的文化将决定消费人群的归属,“老友·景芝”力邀金马影帝黄渤为产品代言,更是符合了大众酒时代的潮流。

山东白酒行业协会秘书长蒋彬表示,未来的白酒市场,主流消费群体逐渐由原来的“50后”、“60后”、“70后”向“80后”、“90后”群体转移,这部分消费者的个性化更强,喝酒将变得更加个人化。白酒专家肖竹青认为,“未来的白酒应重视消费者的体验,传递产品性价比的价值感。”



白酒各种买赠各种降价。 本报见习记者 付连兴 摄

记者观察

白酒整体销售额将大幅压缩

市场不景气,从白酒三季报中更能直观感受。观16家白酒上市公司2014年三季报业绩,12家营收均同比下降,甚至有的处于亏损状态。泸州老窖公告宣称,公司三季度每股收益同比下降67.67%。

对此,泸州老窖股份公司董事长谢明认为:“目前,国内白酒产业的集中度不高,食品安全形势不容乐观,缺乏国际化的营销方式和包装水准等都是影响白酒产业国际化的障碍,产业深度调整和转型成为一大机遇,但需要及时抓住。”

在酒类电子商务网站酒仙网董事长郝鸿峰看来,“酒类行业的调整刚刚开始,到明年这个时候才会进入深度调整。白酒行业这次遇到的困难是最根本的,正面临三重危机:第一是‘三公’消费控制的打击,第二是产能过剩严重,第三是整个行业服务意识欠缺。”

他说,“这个行业要走出低谷,我觉得需要五年时间。因为每一次调整危机的本质,就是将效率低的产能挤掉,这就意味着白酒行业一部分低效能、生存能力差的企业被淘汰和整合之后,这个行业才能走出去。”

众多酒企联姻酒类电商或是自己设置电商部门,然而这些行为,在郝鸿峰看来是表面化的,“整个行业现在还没有反思,要等到有切肤之痛的时候才会有真正的反思。”郝鸿峰大胆预测称,调整结束后白酒行业的销量、利润均会有大幅度压缩,目前白酒行业销售盘子是五千亿左右,如果销售额压缩五成,这个行业会有大批的人失业,会有大批经销商倒掉,甚至会有大批酒企倒掉。

食安汇

山东食安“百日严打”

酒类等八类产品成重点

自2014年11月5日起至2015年2月底,山东省食安办、省公安厅等决定在全省范围内开展打击食品安全违法犯罪“百日行动”,其中,肉制品、酒类、调味品等八类产品的违法犯罪行为成为“严打”重点。

“酒水一直在搞促销,而且折扣很高,也不知道这些酒水质量能不能信得过?”面对冷市行情,商超里、电商上,酒水“疯狂”促销让不少消费者眼花缭乱,质疑之声也随之而来,走访中,有消费者表示,降价前后酒水价格差得离谱,原来两三百元的酒,现在不过几十块,“到底是之前利润空间大,即使大幅降价仍有利可图呢,还是因为卖不动无奈降价?如果是后者,酒水质量是否过关,会不会存在掺假造假行为呢?”

消费者的质疑不无道理,从“三聚氰胺牛奶”到“药残鸡”,从“毒大米”到“地沟油”,食品安全事件频发一次又一次重创消费者的信任。不过,相关部门对食品安全违法犯罪行为的打击毫不手软。

日前山东省食安办、省公安厅等决定在全省范围内开展打击食品安全违法犯罪“百日行动”。针对食品安全违法犯罪多发的领域,本次行动确定了肉制品、酒水等八类产品为打击重点。以酒水为例,将严查假冒注册商标制售假劣白酒、啤酒、葡萄酒,使用工业二氧化碳制售啤酒,使用柠檬黄、日落黄等勾兑假劣葡萄酒,国内灌装冒充原瓶进口的假劣葡萄酒,通过网络销售假劣酒水等问题。

至于肉制品,主要打击使用病死、毒死、死因不明或者检验检疫不合格的畜、禽等制售生鲜(熟)肉制品,饲喂、注射“瘦肉精”以及非法注水的有毒有害生猪肉;非法屠宰并制售未经检验检疫的生猪肉。另外,调味品、火锅食品、蜂产品、水产品以及桶装饮用水也都有明确的重点打击范围。

据悉,此次“百日行动”时间为2014年11月5日至2015年2月底。行动将根据秋冬季节和元旦、春节食品安全消费特点,重点针对全省食品安全治理整顿期间,通过监督检查、抽检监测,以及群众举报、案件线索摸排等渠道发现掌握的涉嫌食品安全违法犯罪突出问题,进行集中打击,最大限度地减少食品安全风险隐患。

消费者如发现食品安全违法犯罪行为,可以拨打12331进行举报。举报一旦查实,还可获得现金奖励,最高达30万元。

本报见习记者 付连兴

自备花生大豆亲眼盯住现榨 现榨鲜油不等于放心油



舌尖上的感与证

大陆“地沟油”阴影未去,台湾又冒出“饲料油”事件,再加上对添加剂、防腐剂的担心,近几年问题频出的“黑油”问题引发公众对“纯天然、无添加”食用油的热捧。

本报记者 高雯

一时间,市场上已消失多年的以现榨现卖为特点的“油坊”又在集市街头悄然流行,同时,家庭榨油机也开始大规模走进消费者厨房。

退休在家的济南市民栾女士认为现榨油质量可靠,没有添加剂,绿色安全,于是去农贸市场采购花生,拿到油坊现榨。现榨就是放心油?眼见未必为实。专家看法:“现榨现吃还真不一定放心!”

“以花生、大豆为原料,直接压榨出的油含有很多杂质,达不

到国家一级油的食用要求,并非纯天然的放心油。”西王集团食品公司技术部部长王少振从事食用油工艺生产多年,他告诉记者,毛油是没有经过精炼加工的初级油,因为现场制作的环境卫生没法保证,在压榨过程中混入的粉末、泥沙和一些固体性杂质属于机械性杂质,这些物质有利于微生物的繁殖,导致毛油酸败、变质。

“食用自榨油的老百姓会有一个相同的感觉,自榨油在烹饪加热时泡沫多,有异味、油

烟大。”王少振说,烹调时产生的白色泡沫,是由现榨油中的水溶性杂质引起的,这些杂质的存在,也会使得现榨油被氧化酸败,导致食用者呼吸道、肠道不适,这些未经过精炼加工的初级油称为毛油,“国家对成品油加工企业的要求很严格,毛油要经过四道工序,将杂质分离精炼,达到国家一级精炼油标准才能上市。”

从事食品安全研究的业内专家说,消费者没有专业的检测设备,无法检验原料中重金

属、黄曲霉素等有害物质含量,如果原材料本身就已经发生霉变,含有致癌物黄曲霉素的风险就很高。

相比花生大豆,橄榄油直接压榨产生的有害物质要少些,如果是作为一种生活乐趣,消费者可以尝试压榨。专家建议,消费者在自榨油时要尽量保障原料的安全以及榨油机的清洁卫生,少量压榨不要长期存放。此外,作为家庭食用最好选用符合国家标准的成品油,自榨油不宜长期食用。



齐鲁晚报李岩侠品牌工作室策划

微博: <http://weibo.com/u/3870363721>
品牌企业QQ群: 260469383
主持人:李岩侠 邮箱: daxia365@sina.com
电话: 18678859550 0531-85193055