

节前高端白酒遇冷 平价白酒或唱主角

春节临近,以往节日礼品“标配”——白酒,眼下销售遇冷。而受塑化剂风波及厉行节俭规定影响,2013年我市的白酒销售可谓是整体遇冷,尤其是高端白酒;而中低端白酒销售业绩的下滑,同样是不争的事实。业内人士透露,如果白酒业绩销售持续低迷,我市将有不少酒类经销商考虑转行。

高端白酒销量大幅下滑

临近春节,往年正是高端白酒走货的高峰期,而眼下却不然。我市一白酒代理商张经理表示,往年这时候每天走货的高端白酒数量都得在1000多瓶,而不少客户都是一些企事业单位的老主顾,但是今年受塑化剂风波及厉行节俭规定影响,虽已到了年根儿,但这种大额订单几乎“绝迹”。现在一天的走量也就在100瓶左右,有时甚至更低。

纵观整个2013年白酒的销售形势,不少销售商都用“惨淡”二字来形容,高端白酒销量更是严重下滑。据不完全统计,2013年我市高端白酒销量整体下滑在三成左右,而中低端白酒的销量虽然没有像高端白酒那样明显,但与往年的销售形势不能同日而语。

一酒水批发商表示,仅以目前的销量为例,现在每天价位在100元—300元的白酒走货量还算比较大的,在300瓶左右,不过往年同期每天都能达到700—800瓶。某大型超市酒类销售负责人介绍,目前该超市中的高端白酒几乎无人问津,中低端白酒即使销量不错,但相比于往年同期还是下降了近三成,不得不做促销活动,希望能够改变销售窘境。

平价白酒或唱主角

近日,记者走访枣庄多家商场、超市与烟酒批发专卖经销店了解到,超市里中低端白酒促销力度普遍加大,而一些高端白酒的价格也开始逐步“亲民”。

53度飞天茅台,在业内有“风向标”之称,2011年末,该酒曾一度上涨至每瓶2000多元。

在走访中,记者注意到,不只53度飞天茅台价格下降,2011年曾卖至2000元一瓶的52度五粮液现在零售价格也只在千元左右。而其他一些主打高端产品的白酒品牌,也纷纷自降身价,转型“亲民”。

一家超市的销售人员表示,53度飞天茅台暂时“缺货”,2013年内,这种情况已经出现了很多次了。有业内人士表示,缺货是由于销售不旺,商品卖不动,目前零售价格已降至低位,经销商不愿意拿货。按照往年的惯例,进入1月份,高档白酒应该迎来传统的旺季,销量上升、价格上涨。但是今年市场反应平淡,价格并未上涨,还是维持在去年价格大面积缩水后的水平。

“今年集体采购的高档白酒明显减少。”市区一户不愿透露姓名的白酒经销商告诉记者,以往合作多年的几个老客户,今年的高档白酒采购预算都明显减少,其中有两家甚至削减到30%，“截至目前,出货量只有往年的40%,虽然已经要临近春节,但是也不容乐观。”

“现在我根本不敢多进货。”经营高档烟酒生意的蔡先生表示,前几年高档白酒根本不愁卖,53度的飞天茅台价格在2000元/瓶以上,但是卖得依然火爆,商家怕拿不到货,“这样的日子是一去不复返了。”

在市区各家超市,各类中低端酒纷纷被摆在显眼的位置,各种低价促销活动比比皆是。在市区梅山路一家超市内,进口处的最佳位置被各种酒类产品所占据,其中大部分都是白酒产品。记者留意了一下,除了本地产的多钟白酒产品之外,还有很多外地的知名品牌,也以低价促销等方式吸引市民们消费。而这些白酒产品价格较为平易近人,价格普遍在100—300元/箱左右,单瓶价格也就在30元-70元之间。



文/李静

在另一家超市,酒水产品同样被放置于显眼位置,不少市民路过都会留意一下价格,并对比选购。“过年也没多长时间了,走亲访友至少得拎箱酒带条烟吧,趁着现在有活动买一些备着,过年时就不用操心了。”市民张先生表示。

市场低迷经销商或转行

本地一白酒生产商销售负责人认为,今年初的白酒市场主要受到一些政策的影响,“三公消费”、“限酒令”等因素都是造成白酒市场促销的原因,目前整个白酒市场销售惨淡,不少经销商已经开始打退堂鼓。一白酒代理商表示,有的合作伙伴已经转行做别的了,而如果形势继续下滑,她也会考虑转行。

业内人士透露,2014年对酒企和酒类经销商来说都是关键一年。眼下市场信息还存滞后效应,导致厂家将很多产品推到经销商身上,如何消化是个问题。对酒企来说,消费量减少,肯定会倒逼企业生产量减少,而一些经销商则势必选择改行。



新修订《食品生产通用卫生规范》6月施行

国家卫计委新修订的食品安全国家标准《食品生产通用卫生规范》替代了原《食品企业通用卫生规范》,将于今年6月正式施行。

该标准的修订重点强调了对原料、加工、产品贮存和运输等食品生产全过程的食品安全控制要求,并制定了控制生物、化学、物理污染的主要措施;修改了生产设备有关内容,从防止生物、化学、物理污染的角度,对生产设备布局、材质和设计提出了要求;增加了原料采购、验收、运输和贮存的相关要求等方面。

法国波尔2年售出72家酒庄 44家卖给了中国人

在过去两年里,法国波尔多共出售了72家酒庄,其中有44家卖给了中国人。

近年来,波尔多葡萄园和酒庄吸引了中国的富裕人士前来掘金。波尔多领先地产中介公司Maxwell-Storie-Baynes称,虽然中国买家的数量在不断增加,但是中国人在波尔多所拥有的酒庄数量,仍不足波尔多总数的1%。而且中国人购买的酒庄大多都是价格较低的酒庄,约在200万欧元~500万欧元之间。

17鲁酒品牌获评“山东地标酒”

15日下午,中国酒业首个地标酒榜单在济南揭榜。山东17个鲁酒品牌获得“山东地标酒”称号。由全国20家主流媒体评选的中国酒业公众大奖同步颁奖。

经过严格的统计和审核,最终,中国酒业首个地标酒榜单“山东地标酒”隆重揭榜,包括枣庄的帝豪酒、济南的百脉泉酒、淄博的国井·扳倒井酒、潍坊的景芝·一品景芝酒、泰安的泰山·五岳独尊酒、临沂的兰陵王酒、菏泽的花冠酒等17个鲁酒品牌荣膺“山东地标酒”称号。

Riedel(醴铎)可口可乐专用杯横空出世



当你喝着可口可乐时,会不会想着:“我是不是错过了每款可乐中的微妙之处?它是不是具有橙子油或柠檬油的味道?还是肉桂、肉豆蔻的味道或两种味道都有?”

奥地利Riedel(醴铎)公司可以帮你解决上述问题。该公司专门为可口可乐饮用者生产了一批与雷司令和长相思杯类似的杯子,让消费者更好地体会每款可口可乐中的微妙之处。

这批可口可乐专用杯产量一共为80,

000只,每只价格为19.99美元,一对的价格为29.99美元。相比其杯中可口可乐的价格(一瓶2升装的可口可乐仅售1美元),这批杯子似乎没有任何价格优势。

Riedel(醴铎)公司发言人Kara Larmie表示这批无杯柄的水晶杯杯口形状与Riedel(醴铎)O系列长相思杯类似。杯底上部较细,能让人联想起可口可乐的经典6.5盎司装玻璃瓶。

Riedel(醴铎)出品的这批可口可乐专

用杯目前只在零售渠道有售。“与可口可乐合作是Georg Riedel(Riedel家族第10代传人)从小的梦想,”Larmie说,“我们不建议用这款新杯饮用无糖可口可乐。”

Riedel(醴铎)曾经也生产过玻璃水杯,但按照特定葡萄酒杯设计过程来生产非酒精饮品杯,这还是第一次。

公司还将推出一系列品茶的专用杯。知道Riedel(醴铎)将以哪种葡萄酒杯为参考生产品茶专用杯吗?答案是Riedel(醴铎)O系列赤霞珠杯。

据了解,1756年诞生于历史悠久的奥地利小镇库夫斯坦的Riedel公司,在欧洲生产水晶玻璃器皿已经超过250年的历史,传承至今历经11代。Riedel不但因为首先开始研发功能性酒杯,而被誉为现代酒杯之父,更被公认为鉴赏葡萄酒与烈酒的必备器皿。作为拥有全球最佳设计与最顶级制作工艺的酒杯和醒酒器品牌,Riedel不仅是广大葡萄酒爱好者和专业人士推崇的品酒利器,也是世界各地顶级酒庄、豪华酒店和高级餐厅的首选酒具。

未来中国白酒消费升级势不可挡

不得不承认,此轮的白酒低谷期已让不少厂商对白酒行业逐渐丧失了信心,但是我一直都乐观地看待中国白酒的前景。

过去白酒行业黄金十年是基于国内经济的快速发展。目前整个白酒领域发展速度放缓,同样也是社会发展的必然。白酒进入调整期,这为白酒业的健康稳步发展创造了很好的条件。

这次调整是去泡沫化的过程,是业内修身养性的过程。这个阶段更有利于我们深度进行思考,以迎接下一轮更好的十年。

面对如此大的调整,对于行业来说是客观存在的事实,是一件好事。这一调整将会促进我们更加脚踏实地,让我们的企业运作更加精细化,也更加接地气。我坚持认为,中国白酒一直在发展,并且在未来还会有更好的发展。在我看来这个调整期的时间短则三年,长则五年。

城镇化的推进,对白酒是一个非常大的利好。白酒是农耕文明的产物,白酒产业是农产品深加工的产业。白酒产业本身就是城镇化的一个媒介。政府对城镇化的推进,使得白酒消费机率呈十倍地增加。

城镇化之后,农民由农村进入到城市,收入要增长3倍,3倍的增长之后,恩格尔系数下降,酒的消费比例一定会提高。再加上中国白酒是嗜好型和聚集型消费,讲究的是快乐和美好的享受,从一家一户在农村分散居住到一个城镇、园区里边聚集,城镇化进程使朋友之间聚会的几率不断提升,白酒消费自然会上涨。所以整个中国白酒需求的数量还会增长,城镇化成为白酒发展最大引擎。

综合国力的增强、政策导向以及国民经济的增长使白酒更好地发展成为可能。

据我所知,目前很多地区的地产酒就保持了非常好的发展势头,这是一个很好

的趋势。中国人口在增长,五年后大有可能将迎来多元化白酒新需求。

同时,作为有自主知识产权的代表,白酒彰显着中华民族的灵魂和自信心。从这个意义来讲,总人口超过13亿、有强大消费基础的中国市场是不会让白酒一直低沉下去的,一个具象的表现就是白酒和洋酒的消费数量对比发生了明显的变化。此外,人民币对内贬值、对外升值也会在一定的程度上刺激白酒的消费需求,刺激消费品价格实现稳步提升。

当然,我们必须去面对白酒在长期的发展过程中留下的问题。尤其表现在酒的价格上,上一轮白酒的发展中有它不理性的一面,但毕竟这一部分所占的权重是很低的,价格的上涨还存在其客观必然性,这就是我们经济发展所带来的消费升级。因此,未来中国白酒消费升级是不可阻挡的。

