

二胎政策全面开放和白酒行业有啥关系?

近期在十八届五中全会上为了应对人口老龄化而提出全面放开二胎政策瞬间引爆大众的关注。那么面临即将改变的人口结构,白酒行业将会有什么样的变化呢?

2015年10月,十八届五中全会决定,全面放开二胎政策。二胎政策指出,促进人口均衡发展,坚持计划生育的基本国策,完善人口发展战略,全面实施一对夫妇可生育两个孩子政策,积极开展应对人口老龄化行动。

至此,实施了30多年的独生子女政策正式宣布终结。只要是合法的夫妻就享有生育二胎的权利,不再受“单独二孩”政策或“双独二孩”政策的限制。

国家卫计委计划生育基层指导司司长杨文庄表示:经过综合分析,现阶段全国符合全面两孩政策条件的夫妇大约有9000多万对,其中60%育龄妇女超过35岁,40岁以上的各占一半,城乡比重差不多。未来几年,出生人口会有一定程度的增长,最高年份预计会超过2000万人。

据第六次人口普查的数据显示,从上世纪60年代起,中国经济和社会早已适应了每年新生儿人口2000万~2500万的规模,社会资源配置也长期以此为准。但1990年后,新生人口越来越少,1996~2010年,长达14年时间,没有任何一年新生人口(均指六普时生存人口)超过1600万人,其中还有4年不足1400万人。人口专家表示,二胎政策出台后,会出现新的婴儿潮。

新生人口的增加促进了用酒的增长。随着二胎政策的放开,会有越来越多的新生儿诞生,这将进一步刺激各种满月酒、生日宴、升学宴以及婚宴市场。为酒水的市场提供了更多的发展空间。

根据相关部门数据显示,每年有近2600万对新人走进婚姻的殿堂,这也意味着每年全国大概有2600万场宴席,每场婚宴平均消费5件酒(30瓶),每瓶平均价格在50元(保守估计),那每年的婚宴用酒消费额将近40亿。其中还不包括生子宴、满月酒、寿宴、升学宴(谢师宴)等喜宴消费。近期内新生人口对白酒行业的影响还有限,18年后等到他们成人,后期的影响将会是巨大的。

中老年人依然是白酒行业重要消费群体

另一方面我国如今正逐渐步入老龄化阶段,而老年人都喜欢在家吃饭,在外就餐的人群主要以中青年人居多。2014年起,中国每年将有逾1700万人进入退休年龄。

2014年年底,中国的老年人口数量达到2.12亿人,成为世界上第一个老年人口破2亿的国家。按照专家预测,大约再过20年左右,中国老年人口就将突破3.5亿,此后一直到2100年都不会再低于这个数字。

迎合老年人对于健康、营养和保健的需求,推出适合老年人强身健体、针对不同功能饮用的保健酒,也将可能成为未来白酒发展的趋势之一。

在2014年最新的中国城市居民调查数据中,出现了白酒重度消费者高龄化、低收入消费

的现象。调查对象中45岁及以上的人占到了总数的1/2以上,在对这些高龄化人群的喝酒习惯了解后,我们发现每天都喝白酒的人(白酒重度消费者)数达到了38.75%,这也暗示了白酒消费的主力军并不是我们想象中的在年轻人里,白酒更受中年人或老年人的喜爱。其中几乎不喝的人数仅为13.75%,这一数据背后似乎也折射着白酒重度消费者趋于高龄化的现象越来越严重。

同时也要看到,由于老年人口收入的降低,价格亲民的中低端白酒或许更受老年消费者的青睐,未来的白酒企业要考虑到老年人的实际购买能力。总体来看,二胎政策放开和中国人口老龄化的人口结构对白酒行业整体是利好的,白酒行业依然是充满活力的朝阳行业。



酱香果酒挑战传统白酒

市场瓶颈下小酒厂谋生众生相

过去的三年,对不少品牌竞争力较弱或根本没有品牌的酒商们来说,可谓热锅上的蚂蚁,他们或闭门观望,或关门跑路,或挂牌出让,越来越多的中小酒企成了仅有几大品牌纷争的围观者。

“不敢产,卖不掉就惨了,卖出去的基酒钱又收不回来!”经营一家小酒厂的老梁,2013年开始从坐等商家上门买基酒陷入天天在外追债和被供应商上门讨债的尴尬境地。老梁说,过去不仅卖基酒就可以赚得盆满钵满,建几个窖坑出租给别人,也可坐收渔利。而今,随着越来越多的贴牌商,基酒采购商自身难保,不仅用于出租的窖坑成了摆设,自己基酒的窖坑也处于休眠状态。

让梁先生更为困惑的是,“卖出去的基酒钱收不回来,原材料供应商又苦苦相逼三天两头上门讨债……”备受追债与讨债煎熬的他,年近七旬了还得天天奔走在讨债和被讨债的路上。老梁说,如果基酒的钱要不到,就没有资金支付材料供应商的钱,酒厂也只有停产了。同时,库存的基酒又面临无人收购的尴尬局面。

梁先生仅是数以千计的小酒厂生存现状缩影。记者百度搜索发现,近些年来,酒厂挂牌出让、

老板跑路等,频频见诸各类媒体……

盲目复制让不少中小酒商深陷断崖

有人认为,三公、禁酒令等因素让越来越多的中小酒厂身陷困境。在业内人士看来,走过10年黄金期后的白酒产业,导致目前状况的根本原因还是产业自身。

“不做品牌、不做市场、不创新,寄生式的生存,是绝大多数中小酒企的劣根性!”贵州省食品工业协会白酒专家委员会秘书长杨世尧说,虽然这些不是中小企业酒厂的本意,却因为缺乏做品牌和市场的团队,在众多品牌林立的白酒行业也就没有实力突破,缺乏创新的技术力量和实力,成了绝大多数中小酒企致命的弱点。

不过,在不少业内人士看来,过去的白酒黄金10年,疯狂的复制和傍名牌,将越来越多的中小酒商推向了断崖。“之前有五粮液就有六、七、八粮液出来,现在江小白出来了,就出现一大堆相似的青春小酒,复制现象很严重!”杨世尧说,当这些中小酒商走上榜牌却没有品牌,这是永远不会有出路的,急功近利的做法经不起市场考验。

记者走访中,一些勇于创新的企业,对小酒商

极具复制的特性还心有余悸。“之前们产品还没有获得相关认证时,连一个瓶子图片都不会发出来,因为人们复制太快了,可能我们的产品还没有出来,他们就会有相似的产品拿去市场上卖!”半年前就在老家仁怀潜心研发酱香果酒的90后小伙钟小伟说,他从小在茅台镇长大,今年几十位年轻人通过众筹的方式研发19°的酱香型果酒,就是从自身的爱好开始,去迎合青春、潮流、炫彩的年轻消费市场,把更多的酱香酒卖出去。因此,只好在产品未出来之前,微信、网络等发布的信息,都进行特殊处理,任何希望咨询信息的人,均不提供实物参考。

青春酱酒挑战时尚市场

10月中旬,极具茅台真酱香酒特色又有青春时尚、绚烂等特质的酱香型果酒开始向市场销售,备受年轻消费者青睐。

“我们开始生产第一批1000件产品,没两天时间酒预定了几百件,目前还有不少商家陆续在预订中!”钟小伟说,自己和合作伙伴从小就喝茅台镇酱香酒,懂茅台镇酱香酒。与此同时,他们也深知身边的同龄人消费喜好,在不适应传统的高度酱香酒的时候,需要去迎合他们的消费口感而研发了这系

列星座小酱香果酒。钟小伟介绍,酱香果酒10月下旬开始投产之后,11月8日在贵阳召开了上市发布会,且发布会也并不与传统的酒企发布会哪样庄严、声势好大,他们的发布会也是选择在酒吧、夜场、演唱会等地开展。

钟小伟说,酒吧、夜场、咖啡厅等休闲娱乐场所,是年轻消费群体出没和消费的地方,高品质的酱香酒与纯果汁调配酱香果酒,正是迎合了80、90乃至00后消费群体的消费需求,相信产品会获得更多年轻消费者认可,赢得新一代消费群体的舌尖。目前推出桃花味、青梅味、荔枝味三款酱香炫彩果酒,分别以桃园结义、青梅竹马、励志梦想为情感依赖,产品和年轻人的场景心态紧密连接起来,产品以12星座为主题迎合90、00后对星座文化和性格特点做情怀营销,让每一个人找到和产品的共鸣和感同身受的个性特点。

“这帮人有自身的圈子,且熟知80、90后的消费观念,应该鼓励他们努力将茅台镇的好酒卖出去!”著名策划人、仁怀市酱门会创始人杜应红表示,青春、潮流、炫彩的酱香果酒项目持续发展也会刺激越来越多酒厂对众筹模式的启示,对传统白酒如何走出低迷期、赢得更广阔的市场起到推波助澜的作用。

喜宴用酒,请选择团乐惠!

人有四喜:久旱逢甘霖、他乡遇故知、洞房花烛夜、金榜题名时。喜事当头,好酒助兴,选择哪款,成了一件头等大事。



好酒不贵 让您满意

都知道枣庄人热情好客,也是一个自古盛行酒风的城市,许多厂商看到商机,便纷纷在枣庄开拓市场,以至于枣庄酒水市场品种繁多,鱼龙混杂。

2012年,酒水周刊曾开展了“3·15诚信酒水品牌评选”活动,许多消费者以各种方式参与到活动中,有不少

消费者反映遭遇到“产品与广告内容不符”、“退货困难”、“产品质量问题”等问题。喜宴用酒本就图个喜庆,在这样大的日子出现这种问题就扫兴了。为了让主家喜上添喜,让来宾喝的开心,满意而归,还是选择团乐惠,质量有保障,喝着也放心。

喜宴用酒 首选团乐惠

一位酒水经销商告诉记者:“现在正值白酒销售旺季,定酒的消费者越来越多,若是在这个时候参加团乐惠活动,把最优惠的价格送给消费者,无疑是促进销

而团乐惠不同,只要一个电话就可以咨询所有关于酒水的问题,而且还是专业人士帮助讲解、选购,买的放心,而且节省不少时间。”

酒水团乐惠 期待您参与

“只要品质好,价格实惠就好。现在都11月份了,以后用酒的时候越来越多,在团乐惠的时候多买点备用,能省不少钱呢。”市民王先生订酒时说。

的尊重。酒水团乐惠,期待您的参与。若您想买酒水,请拨打电 话:0632—3310553;若您想参与团乐惠活动,招商电话:13706323828。

酒水维权服务站

携手共治·畅享消费

“酒里乾坤大,杯中日月明”

在这里,
让我们倾听您对酒的看法;

在这里,
分享您与酒的故事。

新闻·维权·举报

所有您遇到的有关酒水的问题,我们将为您解忧。欢迎广大消费者提供酒水行业相关线索。

热线电话:0632-3310553
邮箱:zrzbjs@126.com
QQ:2358263807
来信:枣庄市市中区文化中路61号酒水部

