

多家白酒企业布局预调酒市场

不久前,曾经大红大紫的预调酒RIO的母公司百润股份公告称2016年亏损1.47亿元,有观点认为预调鸡尾酒市场本身不具备成功特性。不过,不仅百润股份坚定表示仍将走“鸡尾酒道路”,以泸州老窖为代表的多个白酒企业也陆续“腾出手”来“倒腾”预调鸡尾酒。

预调酒“龙头”业绩巨亏

近日,泸州老窖发布公告透露同意与其他投资方共同投资设立泸州老窖百调酒业有限公司,将进军预调酒的研发、生产、销售。

从去年起,预调鸡尾酒市场已被市场视为“过气货”。百润股份此前发布2016年度业绩快报称全年亏损1.42亿元,降幅128.39%,百加得也于去年下半年停产。业内人士透露,RIO的业绩早在2015年已现亏损。中国食品行业研究员

朱丹蓬表示,百润股份只能把预调酒进行到底;“以其市场份额和市场地位,必须举起鸡尾酒的大旗,坚定不移地布局。”

然而,除泸州老窖外,五粮液、茅台、水井坊、古井贡酒、洋河等酒企都在或明或暗地争夺这个市场。有业内观点认为,目前预调鸡尾酒市场份额大约为30—40亿元,一家大型生产厂商便可满足,供大于求可能使已经衰退的预调鸡尾酒市场增加更多压力。



白酒企业忽视预调酒保质期?

无论是消费市场还是业界都对预调酒这一产品有些非正面的评价。有的消费者认为鸡尾酒定价太高、质量撑不起价格,有的认为味道并不好,有的认为其定位尴尬,既不是真正的酒也不是饮料,还有的认为山寨货太多影响购买。一个经销商告诉记者,预调酒的进货价太贵,没有利润空间,所以不愿意销售。有业内人士称,预调酒的门槛太低、易被复制,产能过剩、压货严

重,再加上过度宣传令其在短暂爆发式增长后陷入亏损窘境。北京卓鹏战略咨询董事长田卓鹏分析称,白酒企业的进入是预调酒行业出现问题的一个关键原因,“快消品有保质期,而白酒保质期很长,白酒厂商往往容易忽略保质期问题,不知道生产后6—8个月就要开始做促销、清仓,导致出现大规模库存、售后问题。”另外,他认为预调酒忽

视餐饮市场是出现问题的另一个关键原因,“除了注重餐饮渠道,还要重视商超及一二线城区。”

对于业内认为鸡尾酒产品并无生命力的观点,朱丹蓬认为行业只是遇到瓶颈,而下一步需要建立行业新标准,做好品类的升级和创新,“行业还有发展机会,企业要考虑好如何从行业的容量、特征、消费者喜好度去重新布局行业、洗牌。”

中国将成为全球葡萄酒市场的主要推动者



在全球的葡萄酒市场中,目前中国是最主要的推动力。根据欧睿信息咨询公司(Euromonitor International,以下简称欧睿)提供的数据来看,2016年至2021

年的五年时间内,中国将贡献全球葡萄酒销售额的三分之一。

在经过五年的停滞期后,葡萄酒市场正迎来新一轮增长。欧睿预测,在未来五年内,全球将消费32亿公升的葡萄酒。而中国作为近年来冉冉升起的新星,预计将消费其中的12亿公升。

对于这个趋势,来自欧睿的资深酒类分析师斯皮罗·马兰德拉基斯(Spiros Malandrakis)分析道:“就消费者而言,西化、刺激性消费(Aspirational Consumption)和饮酒礼仪的世俗化(Sophistication of Drinking Rituals)是拉动中国葡萄酒进口额增长的三驾马车。与此同时,从生产者的角度来看,在吸引了大量国外酒庄在华投资后,中国葡萄酒的出

口量也在迅速增长。相信不久之后,中国葡萄酒就能在国际市场上占有自己的席之地。”

早在2008年,中国就已经超过法国和美国,成为全球最大的葡萄酒市场。尽管如今各国酒类市场的表现普遍疲软,这也成为刮向中国酒市场的一大逆风,但就在去年,中国葡萄酒行业仍交出了5.3%的增长额的满意答卷。

除了葡萄酒,中国消费者现在对黑啤(Dark Beer)和司陶德啤(Stout)等利基产品(Niche Products)也产生了越来越浓厚的兴趣。预计在2017年,中国将赶英超美,成为世界斯陶德啤酒的最大消费国,这也将在促进中国酒类市场的进一步发展。

青啤孙明波:品质是打造高端品牌的基础



高品质是高端品牌的基石

品质化是消费升级的趋势,更是打造高端品牌的基础。高品质是百年青啤生命线。工匠精神在青岛啤酒体现为“好人酿好酒”的酿造文化。早在1964年,《青岛啤酒操作法》就成为了中国啤酒行业的国家标准,如今青岛啤酒建立了以工艺原则为“宪法”的标准化管理,编制形成了涵盖32项《青岛啤酒工艺原则》,488条技术标准,1856个检验项目的精细化生产和质量控制体系。

而“好人酿好酒”的酿造

文化,要求青岛啤酒的生产不仅要符合各项客观技术标准,更要符合消费者的感官和情感需求。所以,青啤的酿酒师和员工要把酿好酒当成自己的事业。既通过分析数据来掌握酒的技术指标,更要深入到生产的各个环节观察、品悟,像艺术大师那样精益求精的精雕细琢,赋予青岛啤酒以生命与活力,塑造青岛啤酒的差异化品质竞争力,酿造消费者喜好的好啤酒。

企业的品德是品牌的底色

品牌。”

作为远销全球100个国家和地区的品牌,青岛啤酒在品牌国际化运营上,一直坚持“出口不是为了卖产品而是创品牌的理念”,运营上坚持高品质、高价格和高可见度的“三高”策略,提升品牌的高端化和国际化。

“品牌是一个企业的最好竞

争力,也是新旧动能转化的牛鼻子,要打造高端品牌,不仅要提升产品品质,满足消费需求,而且还要以企业的品德作为支撑,担负起社会责任,酿造健康安全的产品,关爱员工,保护环境,扶贫救弱,打造根植于消费者心中,深得社会信任、具有全球影响力高端品牌。”孙明波表示。

创新是品牌历久弥新的新动能

作为百年企业,青岛啤酒历久弥新的法宝,在于企业持续不断的创新转型。孙明波表示:“百年企业是双刃剑,用得好是资本,用不好就是包袱。只有突破自我、甩掉惯性思维和传统经营思想的包袱,企业才能焕发青春保持基业长青。创新转型的出发点和落脚点

就是不断满足消费者不断变化的需求。”

青岛啤酒通过组织模式、营

求变化。目前已已有1500多个品种规格,每个品种切入一个细分市场,只为满足不同消费者的细分需求。青啤还专门成立创新营销事业部和现代渠道事业部,用于新产品开发和销售。创新焕发了百年青啤的新活力,提高了市场竞争能力和品牌影响力。



第一招:从白酒的执行标准上判断粮食酒与酒精酒——我国白酒执行标准:

GBT10781-2006是固态法白酒的执行标准,是采用纯粹粮食为原料,用曲经固态发酵生产的酒,也就是老百姓常说的好酒。老北味酒就是这个执行标准。

GBT20822-2007是固液结合法白酒的执行标准。即白酒中有一部分是酒精酒,一部分是粮食酒。如,目前市场销售的茅台型小烧酒,牙克石生产的蓝宝石酒,都是这个执行标准。

GBT20821-2007是纯酒精酒的执行标准。散酒五粮珍藏就是这个执行标准。

行业内称,新标准是强制性规范,能帮助消费者辨别不同工艺的白酒,避免大量生产勾兑酒的中小酒厂以劣充优。20世纪80年代以后,一些白酒企业开发、推广了以食用酒精为基本原料勾兑的新工艺白酒,成本低、周期短,香气、滋味和口感远赶不上传统工艺白酒,但普通消费者仅凭感官难以判定。今后,消费者可以从执行标准上判断出您所喝的酒是粮食酒,还是酒精酒。如果您发现酒的执行标准是粮食酒的执行标准,而瓶中装的是酒精酒,您就可以以侵犯消费者知情权起诉厂家。

第二招:把酒瓶倒过来摇晃,观察酒花变化,酒花密集且消失缓慢的是优质酒,酒花少且消失较快的则为劣质酒。一些酒厂,高档酒及中档酒都是固态法粮食酒,低档酒却是酒精酒,但使用的标准都是GB/T10781(粮食酒的执行标准),这是一些酒厂惯用的伎俩。用酒花鉴别酒,这是质量技术监督局和白酒专家,教消费者怎样鉴别优质白酒与劣质酒的一种方法。防止一些酒厂挂羊头卖狗肉,这一招很灵验。优质酒,酒花很多且消失缓慢,消费者不妨试一试。

第三招:从主料栏里看酒质。质量最好的酒是大曲酒。我国历届评出的优质白酒都是大曲酒。酿酒的制曲原料是大麦、小麦、豌豆等。主料栏标有大麦、小麦、豌豆的酒,基本上都是大曲酒。如:主料上直接标有大曲,它是大曲酒。茅台酒,主料栏标有高粱、小麦、大米制曲,高粱酿酒,它是大曲酒。麸曲酒是用麦麸做的曲,而酿制出的酒,质量与大曲酒相比,还差一个档次。如:海拉尔中档以上的纯粮白酒,主料栏里都标有大麦、小麦、豌豆等制曲原料,它是大曲酒。而低档的海拉尔纯粮白酒,主料只标有高粱、玉米,它是麸曲酒或糖化酶酒。以酶代曲,可以提高出酒率。现在您知道大曲酒与麸曲酒及糖化酶酒的区别了吧。有些酒精酒也标有制取原料,它指的是加入的固态酒是大曲酒。

第四招:酒瓶打开以后,把酒倒在手中,用两手搓热,放在鼻子底下闻,发出清香的是优质酒,发甜的是中档酒,发苦臭等异味的是劣质酒。喝时,固态法白酒如我们用农家肥种的菜,香味浓。酒精酒,如我们用化肥种菜,香味淡。根据我国颁布的《纯粮固态发酵白酒审定规则》,固态法粮食白酒,是采用纯粹粮食为原料,用曲经固态发酵生产的酒。

业内人士说,酒有曲香味特别是大曲酒,其“曲香味”更加突出。粮食酒都是用曲经固态发酵生产的酒。故都有曲子味,特别是低档的粮食酒,因贮存期短,曲子味会浓些。这是粮食酒最典型的特征。有人喝不惯曲子味的酒,那对不起了,您只能选择酒精酒了。

购买白酒时详细阅读标签说明,如果配料表里含有“食用酒精”、“食用香精”,基本是用食用酒精勾兑出来的白酒。

粮食酒与酒精酒的鉴别方法

酒水维权服务站

所有您遇到的有关酒水问题,我们将为您解忧。欢迎广大消费者提供酒水行业相关线索。有效举报,可获精美礼品或现金奖励。

热线电话:15266162222

邮箱:277287797@qq.com

QQ:277287797

来信:枣庄市市中区文化中路61号枣庄日报社酒水部。



新闻·维权·举报