

年末白酒价格再下台阶 名酒转型民酒成趋势

一、二、三线白酒基本都在降价,这让原本就探底的酒价又下了一个台阶。用经销商的话说:“一年都没什么收成,就指望能在这段时间完成全年销售任务了,当然要加大力度促销,本儿来本儿去也行。”

据业内人士预测,羊年春节前,白酒销量整体有望抬升,酒价或迎来一轮小幅上涨期。

时至岁末,随着元旦、春节的临近,白酒市场即将步入一年里难得的销售旺季。为了博销量、解冻沉寂良久的萧条局面,对于“一年之计在于冬”的白酒经销商来说,眼下已经集体进入了抢客时间,直降、买赠、返钱等促销方式悉数在列。在这场来势汹汹的“激战”中,53度飞天茅台、52度五粮液、52度剑南春等一线名酒的身价再度走低,并被冠以“特价”标签。其中,茅台市场最低价首次跌破900元,五粮液也普遍滑入600元行列。

探底酒价再下台阶



连日来,记者走访本市几家大型超市白酒专柜、烟酒专卖店发现,关键词就是“特价促销”,

一、二、三线白酒基本都在降价,这让原本就探底的酒价又下了一个台阶。用经销商的话说:

“一年都没什么收成,就指望能在这段时间完成全年销售任务了,当然要加大力度促销,本儿来本儿去也行。”

在一家大型超市,记者看到,白酒销售区悬挂着“惊爆低价”的广告牌,上面注明53度飞天茅台每瓶售价898元,52度五粮液每瓶626元。促销员告诉记者:“近1个月以来,茅台和五粮液的批发价又跌了,再加上市场马上要迎来旺季,厂家搞活动,所以现在的价格很合适,我们店的茅台和五粮液还从没卖过这个价。”这位促销员介绍,不仅如此,剑南春、酒鬼、郎酒、泸州老窖等不少品牌也都在降价。

名酒转型民酒成趋势

随后,记者在烟酒专卖店了解到,从2012年白酒市场调整以来,这次的降幅力度最大,而且不少品牌都加入了。一家烟酒店销售人员说:“‘十一’期间,店里的52度五粮液卖730元一瓶,现在609元一瓶,如果整箱买,每瓶580元;53度飞天茅台一瓶950元,买得多还能优惠;剑南春有买赠活动;酒鬼产品打8折;古井贡、泸州老窖、洋河等10多个品牌也都特价。”

除了线下市场,记者在酒仙网、也买酒、购酒网等酒类垂直电商也看到,白酒“第二件半价”、“买一送一”、“9.9元限量购”等促销广告正在首页滚动播放。其

中,53度飞天茅台普遍在868元一瓶,52度五粮液从550元左右到609元不等,多数品牌白酒价格出现了10%到55%不等的降幅。

虽然白酒价格目前普降,但据业内人士预测,羊年春节前,白酒销量整体有望抬升,酒价或迎来一轮小幅上涨期。白酒专家普遍表示,今年是近几年白酒行业最艰难的一年,在经历两年的深度调整后,当前的基本面和需求面均未出现明显改善,并且从几家具有代表性的白酒上市公司数据来看,其业绩也没有反弹迹象,因此未来前景并不明朗,但渠道下沉、名酒转型民酒的大环境已经定型。

红酒大举抢市场 多企业跨界投资白酒

记者近日以消费者身份走访了多家烟酒专卖店及酒类经销商,对方纷纷表示白酒的生意有些难做。一位店主向记者直言:“现在人们结婚大多都是买红酒,企业搞庆祝也是批量买红酒。白酒你低端一点,不上档次;你高端一点,又承受不起;红酒,随便来瓶国外的,价格不贵,还洋气。”

红酒大举抢市场

近年来,不少海外红酒军团进军中国市场,也在一定程度上影响到白酒行业。海关数据显示,今年1—6月份,我国进口葡萄酒总量达1.96亿升,比去年同期增长了2.7%;进口总额7.98亿美元,同比增长6.1%。尽管此前的“双反”调查引发短期市场波动,但相关生产商、经销商均表示进口葡萄酒量价齐升。

正在国内建立首个波尔多标准专业窖藏的伯朗德古堡酒庄主祝海明近日对记者表示,当前越来越多的中产人群接受红酒,原因之一在于红酒酒精浓度低于白

酒,容易被更多人所接受。

法国贝豪家族葡萄酒酿酒专家雅歌·贝豪在接受记者越洋电话采访时指出,中国近五年来在红酒文化的熏陶下,不少人的饮酒习惯从白酒变为红酒,这意味着中国的红酒市场非常广阔,相信有能力与白酒抗衡。

白酒行业每年的销售额在4500亿元左右,红酒每年的销售额在500亿元左右,尽管红酒占领了一些市场,但并未影响到白酒的发展。记者采访多位业内人士均表示,企业跨界涉足白酒有可能加剧白酒

行业产能过剩,加快行业洗牌。

实际上,无论是高端白酒还是三线白酒,今年以来表现都非常黯淡。通达信数据显示,今年14家白酒上市公司中,股价全部下挫,今年以来截至上周五累计跌幅最小的是青青稞酒,跌幅为15.63%。啤酒行业的表现则远远好于白酒。通达信数据显示今年以来截至上周五,8只啤酒股中有6只录得涨幅。尽管涨幅比不上中青宝等妖股,但青岛啤酒上涨33.07%,兰州黄河上涨31.5%,这足以让白酒股的投资者羡慕嫉妒恨。

多企业跨界投资白酒

近日,娃哈哈集团公司和贵州省仁怀市政府签署了白酒战略合作协议。根据这一协议,娃哈哈一期将投资150亿元,入驻仁怀市白酒工业园区,参与仁怀市中小型酱香酒生产企业优化整合。

此外,天津荣程联合钢铁集团有限公司与泸州市合江县政府正式签署合江县10万吨白酒基地项目投资协议,总投资约120亿元,总占地约5000亩,主要包括年产10万吨白酒、码头、酒庄

和健康养生中心等四个项目。顺鑫农业于9月24日发布公告称,拟募资不超过17.43亿元,其大部分将用于公司白酒相应项目的投入。据公开信息显示,联想、维维集团等企业也正在逐步涉足白酒行业。

深圳醉之仙酒业公司董事长易立中在接受记者采访时也表示,白酒的产量已经过剩,其它的行业跨界进入会令白酒产量更加过剩,这些企业只是看到了白酒

曾经很能赚钱,但是没有考虑到在生产、运输、销售过程中支付成本,这很不利于白酒行业的发展。

中酱酒业集团董事长唐文海在接受记者采访时则认为,多家企业跨行业涉足白酒,是行业里新一轮的洗牌。整个白酒行业当前正处于调整阶段,这也是各个行业都会经历的,只是时机和触点不同,其他行业尤其是龙头企业的介入,给予了白酒企业整合、调整、洗牌的机会。

白酒业内人士信心十足

尽管白酒行业今年的表现低迷,但是不少业内人士对白酒的未来信心满满。记者近日在走访调查中遇到了接近茅台的业内人士,他们对记者讲了个故事:贵州茅台酒生产的是酱香型白酒,这种酒的生产工艺与浓香型白酒不同,酒体中保存的易挥发物质少,对人体的刺激小。“事实就是这样,贵州茅台酒

厂那么多员工几十年如一日在酒厂中就如泡在酒坛子里一样,每天都要尝酒。如果说饮酒伤身,我们这些员工每年体检结果显示,所有人的肝脏和其它器官都没问题,都很健康。”

上述人士介绍,这也是为什么茅台酒打出“国酒茅台,喝出健康来”口号的原因,更是业内看好茅

台酒以及其它酱香型白酒未来前景的底气。

不过高级营养师李良政在接受记者采访时对此指出,所谓的刺激小并不意味着就没有伤害,无论什么酒都不可过量饮用,即使茅台酒真的对人体有益,近千元的价格对一般人而言也是难以接受。

经销商谈小酒“饥饿营销” 小批量多频次铺货是关键



江西小酒市场火爆,也涌现了一大批操作小酒市场很成功的优秀经销商。小酒单价低,做好小酒必须上量成规模,大量铺货几乎是小酒营销的必然选择。但大量铺货有风险,由于小酒销售的地方很多都是中小饭馆,因为跑单出现坏账的情况几乎不可避免,就算商家和厂商可以忍受跑单的损失,但同样铺货下去,为什么有些小酒就能很快动销,有些小酒为什么还是卖不出去呢?这其中的玄机在哪里?

“革命小酒”是泸州老窖推出的小酒产品,在江西卖得很不错,仅南昌市场,一个月都能卖出2000件以上。经销商熊焕鹰给记者破解了其中的奥秘。熊焕鹰告诉记者,小酒大量铺货后,坏账几乎不可避免,但小酒价格低,单件价格不高,商家尽管心疼但都还觉得可以忍受,所以很多做小酒的商家在这方面往往没有多琢磨,结果出现坏账多、损失大但市场还没做好的结果。

熊焕鹰说,做小酒,我们首先对自己要有比较清醒的认识,如果我们做的不是地产品牌,而是外地名酒,就应该清醒认识到,在江西消费者对你的产品还在观察和尝试之中,市场还处于培育阶段。小酒销售多在各种中小饭馆,连地产品牌都很难做到先款后货,外地品牌更难做到,铺货几乎是必然选择。怎么铺货才能取得更好的市场效果呢?熊焕鹰给出的答案是:根据他们的经验,小批量多频次铺货是做好小酒的第一步。

小批量多频次铺货最明显的优点是减少了坏账的损失。由于每次量小,价格不高,就算跑单损失也不大,另外由于价格不高,饭馆老板因此跑单的几率也低,可以明显减少坏账的损失。

但小批量多频次铺货的真正目的不是为了减少跑单损失,而是为了更好地培育市场。对于很多外来品牌来讲,相对接受地产品牌的消费者来讲,接受外地品牌的消费者毕竟是少数。熊焕鹰说,比如你在某个饭馆放了6瓶小酒,今天来了三个顾客,觉得泸州老窖还不错,买了三四瓶“革命小酒”,饭馆老板觉得卖得好,要继续进货,要求进一件,考验来了,你给他多少货?熊焕鹰说,给他6瓶就差不多了,因为产品市场还在培育,那三个喜欢泸州老窖“革命小酒”的顾客,可能第二次就不到他饭馆中去了,而是到别的饭馆去了,如果你给了他一件,他半天卖不出去,他就会觉得你的产品不好卖了。所以要小批量多频次铺货,让产品进入饭店,很快就能被卖掉,不断翻单,这更受饭店老板欢迎,更能维持你的渠道畅通。