

# 酒水市场需求不可估量

抚今追昔,人们的生活都离不开酒,酒作为一种大众消费品,社会中的各个层次都需要。2012年以来,虽然中央实施八项规定,再加上市场调整,使白酒行业回归理性,尤其是高端白酒销量下滑,但是中低档酒受到政策的影响不大,我国是白酒消费大国,随着我国经济的发展,对白酒的需求将不断提升。

过去这个季节正是酒水的淡季,那么今年市场是个什么样的状况呢?近日,记者在走访薛城市场,在泰山路某酒水专卖店里,记者看到,购买酒水的人算不上火爆,但也是络绎不绝,不间断的有顾客上门挑选酒水。导购员告诉记者:“逢年过节是酒水销售的旺季,大家都来买酒送亲戚朋友,现在虽然比不上过年时的销量,但是还不错,库存不多。今天又是周末,所以生意还行。”在另一家店里,记者问什么样的酒水卖得最好,该代理商说:“100元左右的酒很受欢迎,酒水口感好,价格实惠。而包装更精美,酒质更好,更上档次的高档酒,从春节到现在一

直在搞活动,促销优惠,但也没有卖出去多少。我今年的目标就是主打中低档的。”经常与酒打交道的专业人士介绍:“酒水大环境现在正朝着好的方向发展,中低档酒目前是主力军,过去一些酒水价格确实虚高,价格高不一定是好东西,但好东西一定价格高。”

在枣庄市纳税百强企业名单中,记者看到某酒水企业位列其中,为枣庄经济发展做了很大贡献。在这背后也说明地产酒的销量很可观,还是很受大家欢迎的。过去一提地产酒就情不自禁的认为是低端酒,二三流品牌,枣庄人的餐桌上很难见到地产酒,在酒店里,地产酒也会被放在柜台不起眼的地方,现在“地产酒翻身农奴把家唱”,成为地方酒水龙头。专业人士介绍,枣庄市的人口大约是400万,酒厂10多个,酒水市场销量约10亿元人民币,也就是说理想条件下,每个人每年买酒大概花250元,每个酒厂的销量大约是1个亿,当然这是一个很模糊的数字,不过从这模糊的数字不难看出,地产酒越来越受到追捧。某

代理商说:“地产酒有地产酒的优势,价格实惠公道,在自己家门口酿造的,喝的放心。”

除了白酒外,红酒的市场也比较广阔。越来越多的年轻消费者对红酒比较青睐,薛城醴恩红酒行马经理介绍:“目前白酒消费在生活中还是占大部分比重,不过红酒消费在逐年提升,相对白酒甘烈而言,红酒比较柔和,另外喝红酒有诸多好处,养颜美容,增强体质,调节气氛,放松心情等。”还有一点,现在在市政府明确规定公务接待不准喝白酒,只能经过批准,并严格记录,适量喝地方红酒。政府这一举措,对于红酒是一个福音,红酒的销量会进一步提升。至于啤酒,每年夏天都是啤酒的旺季,夏天即将到来,不论是街头的大排档,还是餐馆酒店,都离不开啤酒,枣庄400万人对啤酒的需求不可估量。

社会在不断前进,经济在不停发展,中低档白酒现在是酒水市场的领头羊,红酒、啤酒现在正奋力追赶,市场对于酒水的需求量还是很大的。(夏宁/文)

## 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,我们将为您排忧解难。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:zzrbjs@126.com  
QQ:2358263807  
来信:枣庄市市中区文化中路61号酒水部



# 郎酒集团酱香战略新品 “郎哥”即将上市

郎酒集团酱香战略新品—郎哥即将上市,这套由老郎酒事业部开发的产品系列,从消费群体定位,到包装调性、酒体风格、营销模式,都无一不给人耳目一新之感。

据老郎酒事业部总经理易明亮介绍,郎哥蓝版市场售价约228元,郎哥红版市场售价约178元。郎哥的酒体度数采用了全新的44.8度,这在酱香型白酒中属于首创,中度的酒体定位,旨在满足新兴一代年轻白酒消费群体对白酒饮用柔和的口感需求。而从品牌命名角度,郎哥重在诉求一种至情至性、追求心灵自由和时代参与感的新生生活态度。

郎哥的包装设计采用了一种更个性、更符号化、更纯粹的视觉风格,进

而与年轻人一起来完成“从吸引到发现”的游戏,核心视觉元素借鉴了西方波普艺术pop风格,将酿酒元素和文字在同一个画面重构,这种pop简报的表现形式使其画面即时时尚又充满新意,满足其现代人(尤其是新一代的年轻消费者表现自我、追求独树一帜)的心理需求。这是对国际极简主义与中国元素的完美诠释。看似简单,但主视觉元素却信息量巨大;看似繁复,但整体感觉却朴素简约。

而在瓶型设计上,我们考虑到消费者在使用过程中的便利性与需求,采用了最符合人体使用工学的圆柱型瓶,使产品无论在什么样复杂的消费环境中,都能便捷合理的使用并脱颖而出。目前,事业部拟

定的新品面市时间在2015年7月,此次新品上市,事业部将坚定实施聚焦战略,首批投放的城市为老郎酒全国30余家设有成熟营销分离体系的工作站城市。

在新品的市场导入模式中,事业部确定采用先通过餐饮终端消费体验做产品口碑的互联网品牌建设方式,通过产品的高美誉度打造实现知名度的提升。同时,互联网思维不仅仅是运用于线下,而且会切实地运用到郎哥这支新品的团购销售模式中,据老郎酒事业部总经理易明亮介绍,届时,将尝试通过一种全新的线上社交圈营销模式,配合传统线下营销,顺应产品的新兴消费群体生活方式。



**新鲜生活 源自祥和**

祥和乳业春季钜惠开始啦!

订购一个月鲜奶 赠本品两袋

订购三个月鲜奶 赠洁丽雅毛巾 礼盒一套或海参白金奶一箱

订购一年鲜奶 赠料理机一台 或6箱果蔬牛奶

订购六个月鲜奶 赠电热保温壶一个或纯奶一箱

订购两年鲜奶 赠海尔迷你洗衣机一台 或8箱红枣(香蕉)牛奶

凭此单页可获得一次参观祥和牧场和国家AAA级景区祥和万亩生态园的机会,具体报名请咨询所属地奶站。

新闻热线: 13706323828 广告专线: 0632 — 3310553