

# 白酒行业两极分化严重 区域酒企面临困境

茅台、五粮液以及众多次高端白酒企业赚的盆满钵满的同时，中低端、区域性酒企的业绩则不容乐观。业内专家表示，从整体来看，白酒行业两极分化严重，中低端、区域性酒企面临发展压力巨大。

## 区域酒企面临困境

从刚发布的2016年业绩预告看，公司预计2016年归属于上市公司股东的净利润为-1.60亿元至-1.50亿元。青青稞酒2016年业绩快报显示，公司实现营业收入14.37亿元，较上年同期增长5.4%，实现归属于上市公司股东的净利润2.16亿元，较上年同期下降6.36%。这样的业绩在白酒一片红火的市场表现中透露出一些寒意。

以上两家公司都是区域性白酒企业。区域白酒又被称为“地产酒”，在白酒产量中占比高。以白酒生产及消费大省山东省为例，国家统计局发布2016年全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量1358.36万千升。其中，山东省白酒年产量112.64万千升，位居全国第3位。但山东省内无白酒龙头企业，几乎每个县级市都有自己的白酒厂；3亿元规模以上的企业仅有10多家，10亿元以上的酒厂凤毛麟角。景芝酒业作为山东省规模较大的酒厂，2016的目标是25亿元，其次是花冠、扳倒井、琅琊台等。“一个县市养活一家酒厂”可以反映山东省区域酒发展现状。

随着一线名酒市场下沉，严重挤压二、三线酒企的生存空间。作为地方酒企，偏安一隅的“岁月静好”被打破，一场“市场保卫战”在区域酒和全国性的名酒间展开。

在2016年8月的山东省糖酒会上，多位酒厂的负责人表示，“销售压力很大，竞争很激烈。”酒业分析师司胜军指出，名酒对区域酒的压力体现在区域下沉、渠道下沉、档



下沉、费用下沉、人员下沉等，造成区域酒企原有赖以生存的主流价格段受到严重冲击，山东省市场上的代表是120元/箱的泸州老窖、沱牌系列等。

专家表示，以五粮液为例，其构筑了从零售价10元到800元/瓶不等的价格金字塔，在各个价位上均有子品牌，区域品牌面临的是五粮液子品牌的全档位挤压。这些子品牌中，五粮醇、五粮春、尖庄、五粮特曲等由企业主导运营，产品销售良好并持续增长。此外，茅台集团也成立了独立的营销公

司来运营茅台王子酒、茅台迎宾酒、贵州大曲、华茅、赖茅等产品，酱香酒随着茅台热销而快速增长。

除了市场份额被挤占，此前一轮发展的过快扩张也给区域酒企造成了较大的资金压力。

## 区域酒企有哪些出路

虽然区域性白酒面临的压力巨大，从市场的反馈来看，并非没给区域酒留下发展的空间。

# 白酒终端铺市问题 应对实战技巧

业务员拜访流通渠道经常会被店主一句话顶得哑口无言、不知所措。

如何避免这种情况，结合实践和经验教训，专门编写了应对之策，作为业务员的基本技能。

希望大家通过学习，掌握倾听、分析和应对拒绝的一般技能，如果对方有一百个理由拒绝我们，我们一定有一千个理由说服对方！

## 一、你们产品竞相压价，没有利润

**拒绝背景：**产品铺货率高，客户为了抢生意，竞相砸价，零售利润降低。

### 应对招术：

1、委婉解释产品可以为他带来消费者购买的方便性以及起到带动其他产品的连带销售。

2、询问现在零售价格下降的原因，强调今后的控制和改善措施。

3、在新推产品的价格设定，促销政策，过程控制方面给予信心。

## 二、这么多品种，价位差不多，酒都那样，有一种就可以了

**拒绝背景：**客户已经有本品(或竞品)的某个品种，不想再接受本品另外的品种，缺乏全分销概念。

### 应对招术：

1、用路线图向客户展示邻店多品种，多规格的销售实况。

2、分析单一品种、规格、价位造成的客源流失，以及对他生意的影响。

3、为满足消费者百分之百的需求，向其做产品推荐。

## 三、只能卖低档产品，高档的卖不掉

**拒绝背景：**长期销售低档产品或者曾经销售过高价位的没有成功，继而对产品形成定位。

### 应对招术：

1、以聊天形式，从低档面进入话题，分析目前高中低档酒的行业形势，不用太专业，但是要让老板听得懂。然后明确自己产品的优势。

2、沟通目前邻店产品销售拓展的情况，以及对他生意的影响，同时补充一些消除其销售顾虑的话语。

## 四、你们公司的产品价位高，其它

## 公司的价位低

**拒绝背景：**主推或老板主销的产品，和别的同规格的竞品比较价位高，或因为涨价幅度大，而导致老板产生价位高的印象。

### 应对招术：

1、对竞品的价格设定及促销活动要了如指掌，业务员对本品与竞品差异性要有明晰的认识。

2、逃脱产品价格比较的泥沼，用服务的质量，产品的回货率以及低订单多品项的进货方法来迂回说服。

3、收集合理数据对比竞品状况建议上级采取合理的应对措施。

## 五、包装差、酒质量口感不好、上头

**拒绝背景：**老板从自己的感观上判断，或者听了部分消费者反映，而产生不好品质定位。

### 应对招术：

1、延续老板话题，寻找信息来源(确认是消费者的反映还是店主的托词)。

2、从产品的饮用方式和酒质特点解释。

3、从其他店的售卖情况或从来品口味测试情况来分析。

## 六、长期销售你们的产品，从来没有得到什么奖励

**拒绝背景：**客户和公司具有长期供货关系，为公司销售很多产品，喜欢以功臣自居，却没得到额外奖励导致心理失衡。

### 应对招术：

1、分析主销产品快速回转给他带来的利润。

2、推荐带有促销政策的新品进行跟进。

## 七、上次进的货还有，没怎么卖，现在先不要

**拒绝背景：**确实有货，但是卖不动

### 应对招术：

查看进货时间，询问进零售价格，并由此做出有效建议。

## 八、你们对破损的产品不调也不退，还不如其他厂家

**拒绝背景：**错过或者正在销售公司

的产品，因为促销产品没有说明，造成误解，确实破损造成损失，期望得到帮助。

### 应对招术：

1、弄清产品破损原因，并向客户提出建议。

2、结合当前的政策或者与上级沟通后给予解决。

3、对公司今后服务的方式、内容及客户应该给予的配合做出说明，继而来开展下一步的推销工作。

## 九、销的好时，你们控制不放货，销的不好时你们又来推销

**拒绝背景：**因为配送或产能原因，导致客户断货，客户对服务不满。

### 应对招术：

1、委婉解释供货欠缺的原因，并对客户致歉意，了解目前的售卖情况。

2、介绍公司今后对配送、服务及拜访频次等环节的措施，并在和谐的气氛中给予客户信心。

## 十、再等一段时间，下次再要

**拒绝背景：**产品没能给客户带来特殊的利益，处于卖也行不卖也行，为摆脱推销的纠缠而出现的情绪化拒绝。

### 应对招术：

1、寻找能引起客户关注的理由或话题和他聊天进行心理拉边。

2、对已有产品进行整理，并寻找机会就新的产品和促销政策与其沟通。

## 十一、以前卖过你们的产品，销售很慢，现在不想卖了

**拒绝背景：**以前卖过，回货太慢，甚至一件不卖，造成积压。

### 应对招术：

1、首先从老板的问题中引出不好卖的原因，询问竞品措施。

2、针对结果，做出公司增加消费者拉力，售后服务等方面的解释和承诺。

以上是总结的一些铺市过程中，业务员容易遇到的一些语言应对问题，每一个应对招术都是笔者反复推敲而总结，不一定完全有用，但对铺市有一定的帮助！



## 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

