

## 营销视野 | Marketing vision



● 泸州老窖博大酒业头曲事业部南区总经理刘雪松分享品牌喜庆市场运作经验。

# 鄂酒:两超多强 资本谋变

■ 刘一博 武媛媛

湖北白酒市场虽然没有上市酒企,但省内酒品牌数量多,区域名酒主要以白云边、稻花香、枝江、劲酒等为主。近几年随着经济环境发生变化,鄂酒的市场格局从原来以白云边、枝江、稻花香为主的“三强鼎立”发展至目前以白云边、劲酒为主的“两超多强”。其中,劲酒稳居保健酒鳌头,已实现全国化发展;其余省内强势品牌有稻花香、枝江、石花、楚园春等。

业内人士指出,湖北白酒市场品类丰富,但品牌发展不均衡。其地理位置、市场类型及竞争格局吸引外省酒企在湖北市场深度布局。未来鄂酒应该紧抓百元价格带,同时加速资本结合,借力打好市场攻防战,实现可持续性发展。

## 省内品牌分散

湖北白酒市场近几年发展稳定,连续四年占据全国白酒产量榜单第五位,成为中国白酒板块重要组成部分。湖北省内白酒品牌居多,除劲酒、白云边、稻花香、枝江等主流酒企之外,还有以楚园春、关公坊、石花、古隆中、西陵、黄石头、文峰、珍珠液等为代表的区域性地方酒企。近几年随着经济环境发生

变化,湖北白酒市场格局从原来以白云边、枝江、稻花香为代表的“三强鼎立”发展至以白云边、劲酒为代表的“两超多强”。此外,以毛铺苦荞酒、黄鹤楼为代表的鄂酒新势力正在崛起中。

虽然湖北省没有一家上市酒企,但并不缺乏全国性白酒品牌,劲酒已稳居保健酒领域鳌头,并创立毛铺苦荞酒,2016-2017经营年度销售额已达70多亿元,其中毛铺苦荞酒销售额达到20亿元。而白云边、稻花



**值得一提的是,鄂酒品牌虽然数量多,分别占据不同区域,精耕根据地市场,各自形成割据发展的状态。但消费升级环境下,鄂酒在省内挤压式竞争环境中发展遇阻。**

香、枝江2016年度酒行业销售额分别达43.54亿元、22.9亿元、8.46亿元。其中,白云边此前增长较快,扩张能力较强,在江西、河南市场取得销售佳绩。但现在经历较长的调整期后发展缓慢,百元以上价格带受到毛铺苦荞冲击,在武汉市场受到冲击。稻花香、枝江曾借助央视宣传进行全国市场扩张,渗透安徽、江苏、广东等市场,但目前也已回归省内市场,且枝江近几年内核心高管频繁变动,业绩下滑明显。此外,黄石头、石花酒、黄鹤楼等企业销售额也均过亿元。黄鹤楼更在与古井贡酒的交易中立下对赌协议,2017年将创8亿元营收。

## 受困一线挤压

值得一提的是,鄂酒品牌虽然数量多,

分别占据不同区域,精耕根据地市场,各自形成割据发展的状态。但消费升级环境下,鄂酒在省内挤压式竞争环境中发展遇阻。

除劲酒在保健酒领域实现正向增长外,鄂酒代表白酒品牌白云边、稻花香销售业绩均处于走低态势。数据显示,白云边2016年度实现销售43.54亿元,相比2015年的44.14亿元,销售额同比下滑0.6亿元;稻花香2016年度实现营收22.9亿元,较上年增长0.84%,而其白酒主业营收20.51亿元,较2015年同比下降5.02%。且在2015年,除白云边、稻花香、枝江主流酒企外,其他鄂酒企业的销量合计仅为37亿元,约占鄂酒总销量的5%。

“目前,鄂酒市场面临着整体产业规模偏小;市场容量有限;产品结构以小酒、保健酒及中低端酒为主;本地酒企品牌偏低;内部行业整合度低等问题。”白酒营销专家蔡学飞说。

鄂酒省内市场不利,为外来品牌留出掘

金空间,其中苏酒、徽酒、川酒对湖北市场实现强势入侵。苏酒中以洋河为代表,消费升级背景下,湖北白酒市场消费力以及产品结构实现升级,因此成为洋河新江苏市场战略的重点市场;徽酒老大古井贡酒也于去年收购黄鹤楼后提出“双品牌、双百亿”战略,既体现出对湖北市场的野心和决心,同时也是古井贡实现“安徽+河南+湖北”核心市场布局的重要一步;而近两年白酒行业实现恢复性增长,川酒的整体优势随着市场份额的集中而得到强化,川酒东征的步伐再度跟进,而目前湖北的地理位置、市场类型及竞争格局基本符合该战略,因此同样成为川酒的重点市场。

## 借资本并购突围

近几年,除了劲酒实现明显增长外,其他传统白酒发展则普遍放缓。白云边此前增长较快,扩张能力较强,但在经历调整期后发展缓慢,并在百元以上价格带受到毛铺苦荞的冲击,武汉白酒市场相应承压。稻花香、枝江同样在内忧外患中回归省内市场。

蔡学飞指出,鄂酒属于特殊的无主市场,与临近区域相比,四川有4家上市酒企,安徽有4家上市酒企,湖北没有上市酒企,与资本市场的结合很弱。在此背景下,又受到外来酒企的夹击,未来很可能在行业内外成为资源整合的实验田。

事实上,湖北市场的创新能力较强,早期有兼香型品牌白云边、全国高度酒代表石花霸王醉,稻花香和白云边经历全国扩发展阶段后,曾在中端白酒中形成较强的品牌影响力;劲酒现在已是国内保健酒老大,又创立了毛铺苦荞酒。

“鄂酒在未来发展的过程中,应该基于现有优势,紧紧抓住百元价格带,抓住市场机会,加大运营投入;在实现稳定发展的同时提高营销水平,同步跟进全国营销手段,向古井贡酒、口子窖等酒企学习;同时在恰当的时机拥抱资本市场,通过与资本结合实现快速发展。”正一堂战略咨询专家杨光谈及鄂酒未来走向时说。

# 肖竹青谈县域酒企生存经验:分享价值 引进人才 体现责任

■ 韩肖

下半年以来,以茅台、五粮液为代表的高端白酒价格一路看涨,随之而来的是白酒行业的整体回暖。但在行情整体上扬的背景下,县域白酒企业的日子却开始变得艰难。

消费者品牌意识的提升,对高品质白酒的追求,以及一线白酒企业对区域及县乡镇一级市场的重视,都在带来挑战。在白酒营销专家、山东温和酒业集团总经理肖竹青看来,区域酒企面临着挤压式的市场竞争,从三年多运作温和酒业的经验来看,改善供应链关系、引进高端人才、体现企业社会责任与价值或许是县域酒企发展的最佳手段。

位于山东费县的温和酒厂,曾经与众多的县域酒企类似,悠久的历史和亏损的现状并存。对于选择温和酒业的原因,肖竹青对记者表示,几代消费者心中的美好回忆,有一定数量的产业工人和当地在1个亿以上的市场销售能力,是并购一个县级酒厂应该具备的前期条件。

对于县级市场的消费能力,肖竹青认为,消费高端白酒的人群是极少比例。以费县市场为例,60%以上的消费者主要消费价位仍在百元价位以内,但是整体的消费水平仍处于上升阶段,这种消费的升级代表了消费者对白酒消费的需求提升和对县域白酒企业高端产品的需求。

值得注意的是,除了消费升级带来的需求,下游生产升本的提升,也对县域酒企的发展产生着影响。肖竹青表示,环保的压力未来会成为一种常态,从本届糖酒会的现状来看,酒品包材的成本提升,已经让酒企业开始关注光瓶酒,这有助于改变白酒过度包装的现状。

除了市场环境的改变,温和酒业还在从三个方面进行了升级和改造。首先在产品方面,聘请专业的酿酒大师,从酒品上做到与高端产品同级竞争。在销售体系方面,参与事件营销,与费县当地的餐饮、银行、商业机构合作,让消费者可以在多种渠道了解、接触温和王酒,加深消费者好感度的同时,



计的销售数据,对对应订单爆发式增长具有指导意义。“通过对销售全方位数据分析,可以清晰地看到订单待审核、已审核未发货、已审核已发货情况,是对我们现在工作的审视,对我们以后优化工作流程,实现自动化发货具有指导意义。”辛爱莉说。

孙鸿博表示,电商工作链路短,离消费者

体现与合作伙伴的彼此价值。第三是体现企业主体责任,通过积极纳税、精准扶贫、带动上下游产业发展进而带动人口就业等举措,获得社会的认可。

从1个亿到4个亿,肖竹青以温和酒业的经验介绍称,县域酒企要梳理好自身的供应链关系,赋予自身销售人员更多权限,与参与者分享创造的价值,让员工、供应商、经销商都能获得归属感和认同感。此外,还要引进生产、管理等方面的高端人才,提升自身运营效率。官僚化的县域酒企面对知名酒企的渠道下沉,只有死路一条。最后,积极成为地方的友好型企业,积极参与社会活动,体现企业社会价值。

近,便于研究消费者和从消费者的需求出发开展销售工作,在张裕强大品牌价值下,再利用京东、天猫等优势消费平台,自然而然取得此次成绩。孙鸿博说:“未来将致力于为消费者提供更多性价比好的产品,更丰富的营销玩法,更优质的服务及附加值,希望张裕电商能发展更好并创造更多让人惊喜的成绩。”

## 品牌窗口 | Brand Window

# 张裕“双十一”电商销售额达2580万元

■ 鑫华

2017年双11全民狂欢节昨晚零点正式收兵,今年“双十一”天猫交易额达到1682亿元人民币,再次刷新纪录。酒水行业也成绩喜人,据了解,葡萄酒行业巨头张裕电商“双十一”24小时销售额突破2580万,较2016年“双十一”增长1280万元。

创纪录!24小时销量突破2580万元!11日凌晨,张裕电商团队一夜未眠,跳动的销售数据让大家格外兴奋,3分钟破100万元,8分钟破200万元,14分钟破300万元,44分钟突破500万元。相比于2016年“双十一”3小时突破500万元,今年销售额增势更猛。

据张裕电商公司副总经理孙鸿博介绍,2016年“双十一”,张裕电商公司销售额为1300万元,2017年12小时的销售额就已经超过2016年。“今年促销预热工作充分,消费者关注度高,零点开始订单强劲爆发,销售额3分钟破100万元,8小时突破1000万元,为全天销售创新高奠定基础。”孙鸿博说。

张裕2017“双十一”成绩创新高,其中天猫旗舰店实现销售1823万,京东同比增长

200%。在天猫所有酒水店铺排名第七,单一酒水品牌旗舰店排名第四,葡萄酒店铺排名第一。其中张裕佐餐级赤霞珠干红葡萄酒位列天猫最热销酒水单品第五名,葡萄酒单品方面则排名第一。

全员支援!提前数月备战双十一!为应对“双十一”订单爆发,张裕电商公司各个岗位的人员安排在10月底已制定好,张裕电商员工无论原来处于人力岗位还是财务岗位,都支援到客服一线和发运一线。“11月11日至11月20日的10天里,每12个小时一换班,预计客服和发运工作将持续到12月中旬,才能完全消化‘双十一’当天产生的订单量。”孙鸿博说。

孙鸿博介绍,今年“双十一”期间,张裕推出的的新品有新鲜易饮的新版醉诗仙、整箱价不过百元的高性价比果香型餐酒,还有极具中国风特点的翠羽四支礼盒,这些产品有的满足消费者追求实惠的,有的满足消费者追求品质,有的是满足消费者追求猎奇的心理,有良好的市场前景。订单爆发,工作依旧有条不紊,张裕电商公司杀手锏当属充分的筹划和准备工作。“筹备工作从6月份就开

始,包括营销方案、生产计划提报,与各平台的多次沟通等等。进入10月各种实操工作非常多,如促销设置、美工作图、客服培训、最后发货、每个品项销售目标、流量结构目标、提醒新客注意、老客唤醒、粉丝互动、优惠券的发放、引导加购行为、内容营销的铺垫等。一切的工作都是为了双十一当天的爆发。”孙鸿博说。

张裕天猫旗舰店双十一当天访客20多万人,下单人数近5万人,张裕电商每个客服人员24小时内人均接单人数就达到了数千人。据了解,张裕2009年就入驻天猫平台开始线上业务,是最早一批入驻天猫的品牌。到2013年,成立了电商分公司,专门经营线上酒水市场。根据消费者年龄、职业、爱好等特点,张裕在不断在电商渠道推出偏向年轻化、小众化的产品,尝试众筹、预售、互动抽奖、酒庄游等线上玩法,不断提升线上销量。2013年至2016年,张裕天猫年销售额就增长了20倍。

今年的双11张裕电商就充分利用了天猫大数据来助力此次年度大战。在张裕电商公司副总经理辛爱莉眼中,双11期间实时统

## 您发财 我发展

华西酒曲厂是在其前身——成都市成华区高科技产业化技术研究所彭州实验厂的基础上,经25年发展和积累而成立的专业从事生物制品科研和生产加工企业。

研究和开发的微生物系列产品有:

◆根霉酒曲

◆生料酒曲

◆纯根霉甜酒曲

◆固体麸皮活性干酵母

◆工业级纤维素酶

◆食品添加剂红曲米

◆酱油曲精

厂址:四川成都彭州经济开发区

联系人:罗忠

手 机:13679061105

电 话:028-837028146(办)

传 真:028-83708978

邮 编:611930

网 址:www.mainone.com

E-mail:cdservice@main\_one.com

## 酒品如人品

我公司是一家专业以五种粮食酿造的优质浓香型原酒、多种风格调味酒、陈年老酒以及酱香型大曲酒的生产企业,拥有义兴坊、川辉两类商标品牌,欢迎贴牌加工,愿与全国各大厂家共谋发展。

公司名称:四川省邛崃市正方酒业有限公司

公司地址:四川省邛崃市卧龙镇中国名酒工业园

董 事 长:宋一明

电 话:028-8878439(传真)

手 机:13908225762

邮 编:611530

网 址:http://www.sczfjy.cn/

http://www.cdhfy.cn/

# 四川百年苏公老酒坊 全国招商

提供:

原生态清

香、浓香、酱香

白酒和养生酒、

水果酒及

贴牌代加

工业务。

财富热线:4008842899

加盟专线:15881033359

财富热线:4008842899

加盟专线:15881033359

## 彭州市华蓉陶瓷有限公司

专业设计生产:  
陶瓷酒瓶、酒具及各种工艺品等,公司倾力于中国陶瓷酒瓶及摆件的设计与制造。

公司生产的会呼吸的陶瓷酒瓶、会交

流传神的陶瓷摆件,使华蓉更有魅力。

厂长:刘德银

手机:13088090770

13281090770

电话:

028-83833818

83833828

QQ 号码:

814439265

1512026857

地址:

四川省彭州市桂花镇



## 济南瑞丰生物工程有限公司

本公司与齐鲁工业大学等高校密切合作,研究开发了增强固态白酒发酵的系列高效微生物产品,提高白酒质量,降低生产成本,减少劳动强度。