

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

中国酒

| 引领中国酒界传媒 |
权威性·指导性·专业性·唯一性·信息性·服务性

今日12版

2017年12月2日 星期六 农历丁酉年 十月十五 第269期 总第9020期

营运专线:13980606808 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:王聪 责编:袁红兵 版式:黄健

国内统一刊号:CN51-0098 邮发代号:61-145、61-85

全年定价:250元 零售价:5.00元

A 酒道·酒界要闻
Alcohol arts

人物名片

蒋英丽,教授级高级工程师、国务院特殊津贴专家、中国酿酒大师、国家白酒评委、四川省白酒专家、四川省十一届人大代表、四川省非物质文化遗产项目代表性传承人(古蔺郎酒传统酿造工艺)。

蒋英丽: 酿酒技能大师 巾帼不让须眉

蒋英丽长期以来致力于企业科研创新、品质把关以及生产工艺把控和核心技术研究,主持研发的酱、浓、兼三种香型的多款产品获得行业的高度认可和消费者的一致好评。她深知一个新时代的酿造者,不能是只会造酒的老工匠,必须掌握全局。因此,强迫自己去学习,去掌握每一个环节的

细微差异,还强迫自己去全国各地寻找别家白酒行业的优点和缺点,使其迅速成长。

她现任郎酒股份公司副总经理、总工程师、公司总经理。承担公司高层管理、科研创新、品质把关以及酿造、制曲、酒体、质量检验等核心工艺技术研究等多重重任。研究过程中,获得酒类发明专利2项,先后在国家白酒中

中文核心期刊上发表论文近10篇。

今年11月22日,四川省泸州市就业局局副局长彭坚、古蔺县人社局机关党委书记徐发刚及专家组成员一行莅临公司,

对公司申报的“泸州市蒋英丽酿酒技能大师工作室”进行验收评审。专家组通过现场考察、听取汇报、审阅材料等形式,对蒋英

丽酿酒技能大师工作室作了全方位的评估,并给予了高度评价,认为该工作室符合市级技能大师工作室的要求。会上,泸州市人社局希望企业通过成立工作室为契机,加大对技术人才的培养力度,同时鼓励企业进一步申报更多更高的荣誉,为企业和白酒行业培养更多的技术人才。(吴宗)



酒业周讯 | Wine weekly

三种进口酒 12月起下调进口税率

中国国务院关税税则委员会近日发布关于调整部分消费品进口关税的通知。通知称,自2017年12月1日起,以暂定税率方式降低部分消费品进口关税。据悉,此次调整的部分消费品中,涉及酒类消费品三项,分别为:装入2升及以下容器的味美思酒及其他加植物或香料的用鲜葡萄酿造的酒,2017年最惠国税率为65%,12月1日起暂定税率为14%;蒸馏葡萄酒制得的烈性酒,2017年最惠国税率为10%,12月1日起暂定税率为5%;威士忌酒,2017年最惠国税率为10%,12月1日起暂定税率为5%。(唐快)

麦肯锡调查报告: 中国人偏爱国外葡萄酒

麦肯锡公司近日发布了2017年中国消费者调查报告,发现中国44个城市的约10000名受访者中,53%倾向于或偏好外国品牌的婴儿奶粉。麦肯锡公司总共调查了17个消费品类别。其中9个类别,中国消费者显示出对本土品牌的偏好,包括新鲜食品和家禽、洗衣粉和啤酒。除了婴儿配方奶粉,葡萄酒是仅有的近半受访者表示偏爱国外品牌的产品类别。(杨雪平)

五粮液 戊戌(狗)年纪念酒上市

11月26日,由河南国五剑商贸有限公司主办、宜宾五粮液股份有限公司出品的2018戊戌(狗)年纪念酒上市发布会在郑州举行,宜宾五粮液系列酒品牌营销有限公司副总经理卓平、中国酒类流通协会专职副会长刘员、省酒业协会会长熊玉亮等人士参会并致贺词,200多位来自全省各地的经销商一起见证。

2018戊戌(狗)年纪念酒为宜宾五粮液股份有限公司五粮液52度珍酿,全套4樽,是集中酒文化、生肖文化、书画艺术、吉祥文化于一体的文化纪念酒,为小批量特酿的珍藏版高端礼品酒。(霍坤峰)

吴江桃源以酒为媒 创乡镇后发崛起新局面

11月25日,2017吴江第十五届酒乡旅游文化节在桃源“林海天池”开幕。桃源,地处苏沪杭一小时经济圈中心,拥有独特区位优势和五万亩森林水网形成的生态优势。今年以来,一批大项目、好项目相继签约落地,一批高档酒店民宿、养生体检、休闲度假、文旅项目正在抓紧洽谈。

同时,桃源规划建设7.3平方公里的桃源生态科技产业园,转型升级纺织服装和民生用品两大传统产业,培育壮大新材料和装备智造两大新兴产业,力争3—5年销售突破300亿元。(吴铭)

水井坊牵手央视欲担 白酒文化“活传承”大旗

每年四季度销售旺季来临,也是白酒品牌营销战白热化之时。在这场争夺消费者心智的不见硝烟之战中,水井坊连续出击占领战略高地,继11月中旬于广州塔发布超高端新品“菁翠”后,11月27日,水井坊又成功抢占央视战略传播资源,一举拿下了央视2017年末扛鼎之作——《国家宝藏》的独家冠名权,开业界先河牵手九大博物馆馆藏的国之重器,共书中华文化活化传承的新篇章。(马建忠)

借鉴省外成功经验 在营销上推陈出新 云南酒企借小瓶酒搏大市场

■ 蒋卓成

自2014年以来,全国白酒行业的产销量增速均结束了连年下跌的局面,并在前年和去年实现持续攀升。作为酒类消费大省的云南,白酒市场却始终处于不温不火的状态,在散酒消费占大头的市场行情下,本土酒企的品牌发展之路可谓坎坷。随着江小白、小郎酒等小瓶酒在市场上名声渐响,云南部分酒企也推出了自己的小瓶酒产品,借此机会争夺市场。

小瓶酒价格亲民成“香饽饽”

11月21日,记者走访了位于昆明环城南路的某超市。在酒水专区里记者看到,有两个专门用来摆放小瓶酒的货架,品牌有10多个。这些小瓶酒容量大多在100ml到400ml之间,酒精度数不高,售价基本在5元到50元的范围内。这些小瓶酒中,除了牛栏山、红星、江小白、小郎酒等省外品牌,云南本地酒企的品牌占据了货架的一半。

超市导购员介绍,如果不是送礼而是自己喝的话,许多消费者都会选择购买小瓶的白酒。当被问及什么酒好卖时,导购员指了指一款400ml、售价13元的二锅头说:“这种酒价格不贵,买的人比较多,像另外几款售价5.8元的小瓶酒也卖得不错。”

记者随后走访了几家酒水专卖店和小店铺,发现小瓶酒摆放在比大瓶酒更显眼的位置。“近几年,带包装的大瓶酒很难卖。”新闻路一家餐馆的老板表示,如今白酒销量比以前少了许多,相对而言小瓶酒的销量还算过得去。“一般遇到大的宴席我们才卖得出大瓶酒,平常三五个人吃饭,还是买小瓶酒的顾客多。”

作为振兴豫酒的重要力量,豫酒流通企业代表河南省副食品公司、河南盛林商贸、酒客来就“豫商卖豫酒”的具体行动及措施进行了发言。3家企业相关负责人结合自身企业渠道优势向豫酒企业做了诸如无条件进店、线上线下联合推广以及联合宣传促销等方面积极回应。同时,河南省副食品公司副总经理彭希安代表企业宣读了“豫酒产销合作宣言”,他代表全体河南酒企、酒商郑重承诺:品质至上,专注好酒、诚信经营,严守底线、凝聚共识,形成合力。

最后,刘满仓做了总结发言。他提出,“河南省白酒业转型发展暨产销合作座谈会”的召开,是继10月10日全省白酒业品质提升现场会后贯彻9月19日“全省白酒业转型发展工作会议”精神的又一具体举措,是进一步梳理豫酒产销合作模式,凝聚共识、达成合力的工作推进会。刘满仓强调,为营造“豫商卖豫酒,豫人喝豫酒”的市场氛围,希望豫酒企业以十九大精神为指导,珍惜机遇、找出差距、迎头赶上、增强信心,落实好豫酒转型发展。

实现线上线下融合
找链酒科技



(资料图片)

在一个小店铺里,销售情况也大体相同。

记者看到,一些消费者买了一两瓶售价5.7元的小瓶松子酒,几乎没有购买大瓶白酒。小店铺老板介绍,小瓶酒好卖一些,但是价格低、利润薄,与之相比大瓶酒的利润要高许多,如今买大瓶酒的人太少,所以最近进货都是以小瓶酒为主。

云企出新招开拓小瓶酒市场

其实小瓶酒在云南也并非新鲜事物,采用金属拉环盖、圆柱形瓶身设计的松子酒、红高粱酒,容量基本在100ml左右,也是云南消费者所熟悉的产品,像杨林肥酒等也有“中华老字号”“云南省著名商标”等荣誉称号。值得注意的是,部分老牌酒企也在尝试推出包装新颖、外观上更为吸引人的小瓶酒。

在富民县,当地老牌的螳螂川酒厂就推出了一款名叫“小川先生”的白酒,小巧的瓶身、色彩鲜艳的包装,与原先的老牌产品形成了鲜明对比。公司营销经理滕劲松介绍,在80后、90后逐渐成为消费市场的主力的今天,公司团队围绕年轻人的消费心理,将时尚、乐活的理念融入到新产品中,希望以此来进一

步挖掘年轻人消费市场。

除了主打“年轻牌”,也有酒企推出了以“民族风”为卖点的小瓶酒产品。鹤庆乾酒有限公司于前年推出“云南美·民族风”小曲清香型白酒,采用帆布质感的包装,并印上各类少数民族少女画像,展现了质朴的风格。公司董事长杨金林介绍,包装的变化只是其中一步,与电商平台合作拓展营销渠道,才是产品走出去的关键。目前,公司已经与酒香网、工行金融E等门户网站达成合作,接下来还将通过多种形式在电商平台进行产品营销。

本土酒产业发展任重道远

在云南白酒行业一直流传着“二八定律”的说法,即云南酒企市场占有率为80%,利润为20%;外地白酒市场占有率为20%,却拿走了80%的利润。尽管没有确切统计来证明这个数据,但这也从侧面反映出云南酒业在与外省酒品牌的竞争中处于下风的窘境。

昆明酒类行业协会执行会长方志强告诉记者,一方面,全省近100万吨的白酒年产量,其中约有60—70万吨为小作坊生产,价格低廉、利润微薄;另一方面,云南酒企在生产、营销手段等环节还比较落后,面对激烈的市场竞争,守住本地市场尚且不易,开拓省外市场更是困难重重。

“上了年纪的云南消费者已经形成了固定的消费偏好,喜欢喝本地酒、家乡酒,这也给了许多小作坊生产的散酒提供了市场,并对正规酒企开拓市场形成了不小阻力。”方志强认为,在目前供大于求的市场环境下,以江小白为主的新兴品牌崛起,为云南酒企的发展提供了重要的借鉴。

方志强表示,随着人们对身体健康愈发重视,饮酒观念也在转变,相较而言不那么强调对酒品质的辨别,也不那么强调酒量的大小,这一点在年轻人身上尤为明显。“因此,基于差异化的市场定位,通过特殊的营销手段来笼络客户,正是云南酒企所缺乏、但也应该去做的事情,相信通过小瓶酒产品的推陈出新,云南酒企也能找到一条不同以往的发展道路。”

中国酒周刊 设立信息采集中心 邀请函

为了进一步拓展信息采集渠道,聚集、整合有效资源,形成报企联动的快速机制,本刊决定:在全国各地设立信息采集中心(站),业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。

凡有意承担设立“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士,请将个人简历和联系电话等信息,发至邮箱3086645109@qq.com,具体商谈工作流程及相关待遇。

邀请热线:13980606808



免费400服务热线
400-090-8939
www.gartchee.com