



小瓶酒圈出千亿市场 四川人最爱哪款“二两酒”

“我们这儿江小白卖的可好了,水果味儿也好喝!”楼下烟酒店的叔叔正在极力给顾客推荐江小白。

在浓香型白酒遍布的四川,江小白的行情有这么好?带着这样的疑问,笔者开始了新一轮走街串巷。

“二两酒”里 江小白只是选择之一

先来说“二两酒”,其实就是这几年市场上兴起的小瓶酒,也称小酒,看起来像迷你版的光瓶酒。

公开数据显示,2017年国内的小瓶酒市场容量近300亿,并且将以每年30%左右的速度持续增长,在未来的三到五年里,小瓶白酒市场容量可达到500亿甚至1000亿的规模,目前小瓶酒主要分为时尚白酒单品以及传统白酒品牌的精酿产品。

带着疑问,笔者先走进了街边一家连锁小超市,“小瓶酒啊,我们这里种类可多了,都是周围吃饭的人买。”超市老板热情介绍道,“像五歪(五粮液歪嘴)、小郎酒、江小白、劲酒卖的还行,适合两三个人吃饭喝,小瓶比大瓶卖的好,大多都是年轻人买来喝。”

笔者仔细看了看超市货架上摆放的小瓶酒,确实如老板所言,种类有十余种。五粮液歪嘴、泸州老窖唱歌小酒、小郎酒、江小白表达瓶、红星二锅头等,市面上比较流行的小瓶酒在这家超市里都能找到,除此之外,还有区域性品牌代表,像沱小九、绵竹大曲这类小瓶酒也有。

虽然江小白曾因其创新型营销方式大火,但从笔者走访的多家超市来看,小瓶酒已不是江小白的天下了,好像也不是最受欢迎的。近年来,部分酒企推出针对年轻人研发的酒类饮品,包括五粮液、泸州老窖、洋河等多家高端白酒品牌相继“进军”小酒市场,江小白成为消费者的众多选择之一。

四川人最爱哪款小瓶酒?

除了超市和烟酒店,笔者还直接走进餐饮店内,一探咱们四川人爱喝的“二两酒”。自贡盐帮菜是川菜的代表之一,特点是香、辣、鲜,恰巧清溪东路就有这么一家自贡菜,店内环境干净舒适,收银台后是酒水柜,而小瓶酒则整整齐齐的摆在中间的位置。

据老板娘介绍,小郎酒是店内卖的最好的,不过她并没有统计过一天最多能卖出多少瓶,她说这要看客流量。在消费君问及江小白的销量时,老板娘则表示,卖的一般吧,没有小郎酒好。

自贡菜的隔壁是一家乐山菜,店面要稍微大一点,芋儿鸡是其招牌菜,这家店的工作人员告诉消费君,我们店里的顾客喝五歪和小郎酒多一点。在街对面的烧烤店内,消费君看见收银台后面的酒水柜上只放着五粮液歪嘴和小郎酒两款小瓶酒,老板说,我们店里就放着这两个牌子的白酒,烧烤店一般喝啤酒饮料的比较多,小瓶酒卖的一般。

这条小巷里,像烧烤店老板这样,只在店内卖一款或者两款小瓶酒的商家并不少,有的老板解释称,现在不少顾客自带酒水,所以没必要选太多的产品,不好卖。而有的老板则直言,我想卖什么就卖什么,听说小郎酒喝的人多,就拿来试试。

通过笔者在餐饮店的实地走访情况来看,小郎酒和五粮液歪嘴,是被提及的最多的两款小瓶酒,江小白和劲酒也被提到几次。

小瓶酒的“千亿”新赛道

从笔者的“走街串巷”不难看出,不管是餐饮店内还是其附近的烟酒店,小瓶酒都是比较受欢迎的。

2019年,据业内人士估算,市面上的小酒品类数量多达200多个,中国小酒市场容量占光瓶酒市场25%的份额,产值高达150亿元,每年增速在15%-20%左右,市场份额不断扩大。

小瓶酒是最近才崛起的吗?当然不是。以小郎酒为例,作为郎酒集团旗下的单品已上市多年,更有资料显示,2008年营收30亿,2018年实现营收100亿,2019年营收更是高达120亿,从数据上看,以小郎酒为代表的小瓶酒是在一直发展中的。

在高质量发展以及消费升级的推动下,品质也成为消费者看重的东西,于是有品牌辨识度且精良酿造的小酒更具市场活跃度。小瓶酒的崛起还与年轻人消费理念的变化有着直接的关系,80、90后追求健康饮酒,他们敢于尝试,年轻的酒水客已经被公认为是白酒市场中新鲜的增长动力。对于年轻人来说,大众化的酒类已经不能满足他们多层次的社交需求,他们要个性,也要口感。

小瓶酒就是在这样的背景下迎来了春天,名优企业旗下的小瓶酒产品,在带来激烈竞争的同时也让小瓶酒成为下一个市场风口。

(据消费评论网)

2020年中国葡萄酒行业 10大新闻

■ 王莹

辞旧迎新之际,中酒协葡萄酒分会评出2020年中国葡萄酒行业10大新闻。

01. 习近平总书记对中国葡萄酒产业予以肯定和期望,葡萄酒产业大有前景

2020年6月8日,习近平总书记赴宁夏考察调研,深入了解宁夏葡萄酒产业发展。这是全国两会之后总书记的首次国内考察。

考察期间,习近平总书记深入葡萄种植园,了解葡萄种植技术、产品销路和收入情况,并提出了未来国产葡萄酒的发展方向和目标。总书记强调,宁夏要把发展葡萄酒产业同加强黄河滩区治理、加强生态恢复结合起来,提高技术水平,增加文化内涵,加强宣传推介,打造自己的知名品牌,提高附加值和综合效益。随着人民生活水平不断提高,葡萄酒产业大有前景。

02. 中共中央政治局常委、全国政协主席汪洋对中国葡萄酒酒庄功在桑梓的作用予以肯定

2020年6月,中共中央政治局常委、全国政协主席汪洋在新疆调研时强调,要全面贯彻落实习近平总书记关于新疆工作的重要论述和新时代党的治疆方略,牢牢扭住新疆工作总目标,深刻认识做好新疆工作的长期性、复杂性、艰巨性,坚持依法治疆、团结稳疆、长期建疆,进一步巩固社会稳定成果,在事关根本、基础、长远的问题上聚焦发力,夯实长治久安的根基。汪洋走访了中国葡萄酒酒庄代表企业天塞酒庄,对葡萄酒酒庄在带动地方就业、脱贫攻坚、稳边固边等方面的贡献予以肯定。

03. 工信部废止《葡萄酒行业准入条件》

2020年8月10日,工业和信息化部发布2020年第35号公告,自公告发布之日起,《浓缩果蔬汁(浆)加工行业准入条件》和《葡萄酒行业准入条件》予以废止。鼓励相关行业组织积极发挥作用,加强行业自律,维护市场秩序,引导企业健康发展。

04. 中国风土 世界品质——提倡中国人喝中国葡萄酒活动

2020年6月9日-10日,中国酒业协会和国家葡萄产业技术体系联合我国11个地

酱酒产业链上游告急 中小酱酒企业承压

■ 李宇

销售端的旺盛需求与上游配套供应商的供给不足,已经成为2020年底乃至2021年初酱酒产业的主要矛盾。

“我们一直向国内一龙头供应商采购喷涂玻璃,但最近因对方订单量暴增,已经近三个月无法实现给我们供货了。”近日,原酒公社创始人王大庆向酒业家道出他在经营酱酒产品中遇到的最大难题。

原酒公社的遭遇并非个案。

酒业家传媒·中国酒业产业研究院高级研究院梁文峰直言:“我所服务的茅台镇企业,各各增长,但生产线一直满,货交不出。供应商全爆,瓶子厂排单到3-4月,节前停止接单。”

自2020年10月以来,因需求太过旺盛,产业链上游的玻璃瓶、包装盒、陶瓷瓶、瓶盖等供应商几乎都出现产品供不应求的状况,多家供应商已停止接单,大部分酱酒产品配套的企业订单排期至3-5月不等。

1. 订单爆棚 产业链上游告急

从2020年下半年开始,“供不应求”已成为酱酒产业链从上至下的常态。

多家一线酱酒企业在2020年年末皆出现过未能及时供货的现象,而出现这一现象的主要原因之一便来源于上游供应链的产能限制。

产业链从上至下的供不应求已经成为当前酱酒产业的主要矛盾之一。

目前酱酒产品所涉及的产业链配套产品主要包括酒瓶、瓶盖、包装盒等。其中,酒瓶以喷涂玻璃、乳玻、陶瓷几种材质为主流材料。

作为茅台、国台、钓鱼台等诸多大型酱酒



2020年葡萄酒行业面临重重挑战。在新冠疫情等因素的叠加冲击下,2020年是中国甚至全球葡萄酒市场近十年来最艰难的一年。然而,正如习总书记所强调,要在危机中育新机,于变局中开新局。2020年,也是我国葡萄酒行业新发展的一年。

05. 第二届中国葡萄酒领军企业峰会

2020年8月3日,第二届中国葡萄酒领军企业峰会在京召开。中国酒业协会葡萄酒分会同张裕、长城、威龙、王朝、中信国安深度讨论了中国葡萄酒行业当下现状,并达成共识,领军企业聚力前行,共同引领行业发展,做大中国葡萄酒市场。

06. 商务部对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒进行双反立案调查,并做出初步裁决

为维护公平贸易秩序,保护国内葡萄酒产业安全和健康发展。中国酒业协会代表国内葡萄酒产业于2020年7月6日向中华人民共和国商务部(以下简称商务部)正式提交反倾销、反补贴调查申请,请求对原产于澳大利亚的进口装入2升及以下容器的葡萄酒(以下简称相关葡萄酒)进行反倾销调查。



企业的陶瓷瓶供应商之一,湖南新世纪陶瓷有限公司的订单在2020年8月出现环比翻倍增长,且8-12月订单量相比2019年同期增长50%以上。

湖南新世纪陶瓷营销总经理李航告诉酒业家,目前公司生产排期已到5月:“正常的情况下,客户在淡季只需提前1个月下单,在旺季提前2-3个月下单,而目前客户需要提前4-5个月下单方能保证及时供货。”

记者获悉,喷涂玻璃瓶作为酱酒产品使用最多的主流材质,其所受影响更为明显。而因合作工厂订单量过大,原酒公社所使用的喷涂玻璃断供近90天。

包装盒也不例外。

以仁怀地区某知名包装盒供应商为例,据了解,其2019年10-11月业绩为4000万元,而2020年同期这一数据则直接飙升至8000万元。

相关负责人告诉记者:“目前工厂已经24小时白夜班运作,员工数也由2020年10月

商务部依据调查结果和相关条例,于11月27日发布关于对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒反倾销调查初步裁定的公告。于12月10日发布关于对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒反补贴调查初步裁定的公告,对本次案件做出初步裁决。

07. 张裕数字化转型之路加速进行,营销数字化转型提前到2020年年底前完成

2020年在疫情大环境下,张裕对葡萄园管理数字化、生产数字化、销售数字化、营销数字化进行了全面加速。创新实践区块链技,有效遏制假冒伪劣行为。通过25个追溯信息,打通消费者“验真”和企业“防伪”双向机制,让消费者更放心消费。建立数字化营销阵地,进行张裕产品运营、销售、营销推广、客户服务、供应链管理,拓宽中国葡萄酒的增量空间。扩展新媒体营销边界,持续讲好中国风土、中国品牌故事,让更多人,尤其是年轻人爱上中国葡萄酒。

08. 长城打造超级大单品 持续聚焦五星葡萄酒

2020年,长城五星全面开启了营销模式升级:在强化品牌营销层面,对国事营销、云端传播、女排IP营销等进行了持续投入;在刚性价值链层面,长城五星再度进行提价,卡位高端,严控市场秩序;在团购渠道拓展层面,长城五星在石家庄、成都、郑州、西安等八城连续举办了“五星品质·中国盛宴”的主题品

鉴会,持续打造五星品销会IP;在厂商共建方面,通过长城五星联盟执委会,进一步增强了经销商信心与满意度。

09. 威龙葡萄酒股份有限公司 法定代表人变更

2020年8月18日,威龙葡萄酒股份有限公司发布公告称,在公司召开的2020年第二次临时股东大会上,董事会选举孙砚田为第五届董事会董事长,任期自董事会审议通过之日起至第五届董事会任期届满之日止。根据《公司章程》第八条“董事长为公司的法定代表人”的规定,公司法定代表人变更为孙砚田。

10. 中法合营王朝葡萄酒有限公司 创建40周年

1980年,中法合营王朝葡萄酒有限公司在天津成立,成为中国制造业第一家中外合资企业;2020年,王朝公司创建40周年,四十年的历程,不仅开启了中国消费者对葡萄酒的认知,更引导着中国葡萄酒产业的向前发展。40周年之际,王朝公司在5月正式发布5+4+N产品战略。9月先后发布了白兰地和375ml精品装系列产品,满足消费群体多元化的消费需求。

王朝实现了主线系列产品全价位带覆盖,并以品类产品增加市场纵向占有率,同时通过定制产品以市场需求为导向,满足消费群体多元化、碎片化的消费需求。

底600人增加至当前的900人,中层以上干部每天工作至晚上12点,但仍然无法满足酒企的需求,目前排期已至3月底。目前工厂有单也不敢接,已经连续推掉几个大型企业的新订单。”

从酒瓶、包装盒到瓶盖,这场“十年来最旺的酒业供应链旺季”以对酱酒企业断货之态突然降临。

2. 中小企业承压 短缺现象有望春节后缓解

记者调研信息显示,此次上游供应链的紧张状况自2020年秋糖后开始浮现。

秋糖期间,部分玻璃瓶、包装盒等供应链企业订单相继爆棚,秋糖后,多家供应商便明确表示暂停接单。

“2020年,众多酱酒企业业绩都实现爆发式增长。同时,越来越多企业加入酱酒阵营,包括五粮液等龙头企业大规模清退开发产品沉淀下的经销商和资金。酱酒的爆发式增长需要在上游供应链上得到相应的支撑,但上游供应链的相关配套企业尚未为如此这一爆发式增长做好准备,无法短期内满足如此猛烈的需求。”某身处华南地区、正在与多家大型酱酒企业合作的业内人士如此总结道。

在该人士看来,疫情成为了供求矛盾的催化剂:“2020年的酱酒销售暂停了数月,整体却并没受到太大影响,业绩还纷纷创下新高。而对酱酒上游的配套企业来说,几个月的时间停工影响则非常大,无法在不到一年内实现如此大幅度增长。”

此次供应链短缺的影响也逐渐显现。

作为在双方合作中拥有较大话语权的大

型酱酒企业因与供应商保持长期合作,所受影响有限,数量众多的中小型企业却承压较大,有部分供应商还直接拒绝了小型企业订单。

茅台镇一中型规模企业负责人告诉酒业家,目前公司产品在生产端已经难以为继,同时公司的出货计划也正在受到影响,如果不能及时缓解这一现象,还将波及明年的销售计划。

遵义市(仁怀市)酒业协会包装物流分会执行会长任明表示,中小企业酱酒企业成为这一现象的最大受害者,在供不应求的状态下,供应商会选择优先满足有着长期、稳定合作大型企业的需求。

不过,有一个好消息,多位行业人士都向酒业家表示,供应链这一紧张状况只是短期现象,有望在春节后缓解。任明还告诉记者:“一旦春季备货旺季结束,目前紧张的供求关系就有望得到缓解。”在飞天茅台的带动之下,随着酱酒产品在河南、广东、山东等地的热销,酱酒产业对配套供应链的需求也呈现出井喷之态,但这一配套需求却未能呈现出同等发展之态,这也成为各酱酒巨头乃至地方政府当前的重要工作内容。

以贵州为例,为满足酱酒核心产区日益上涨的配套需求,作为酱酒生产大省的贵州多地于2020年初开始引入多家配套企业。2020年初,习水相继引入贵州美盈森、四川中飞包装、江苏中彩印务、四川宏旭包装、四川力迦玻璃、重庆新海彩印、浙江富立印务等配套供应链企业落地。

从酱酒产业的产业链发展而言,只有当上游供应链能够完全满足和支撑起产业需求时,整个酱酒品类才能够实现快速、良性的发展。