易道酒经 | Wine words

酒企为什么必须重视大学生市场

社会发展过程中带来的时代红利和人口红利,是企业巩固稳定增长的最佳机遇。

作者简介
邹凌远,资深广告人,中国数字化时代的创意派广告人,90后品牌定义的率先提出者。专业从事白酒、饮料等快速更新行业品牌全案策划。

■ 邹凌远

长期以来,学生在国内一直被视为特殊群体。由于大众对学生群体的刻板印象,导致社会普遍忽视了学生群体的购买力,尤其是大学生,以至于大多数企业没有把目光放在大学市场教育上。大学生是一个处于人生上升期的特殊消费群体,虽然受制于经济不独立,但近年大学生强大购买力的曝光,业界把这一现象称之为"校园经济"。大学生消费能力的提升,一方面得益于家庭财富积累的提高,另一方面在于通过劳动创造价值的机会增多。这是企业不得不引起重视的市场信号,关乎长久生存发展。

企业为什么要这么重视大学生市场?答案不言而喻,社会发展过程中带来的时代红利和人口红利,是企业巩固稳定增长的最佳机遇。如此强力的消费驱动力和高文化水平的购买群体,必然是企业抢夺的"黄金市场"。深度剖析这一特殊市场,企业必须重视主要有以下几个关键因素。

群体总量:基数大,规模可持续

任何产品销量的高低跟目标受众群体的大小有直接关联,尤其是对大众消费品来说,这点更为突出。根据国家统计局近日发布的2016年国民经济和调查公布数据显示,全国共有在校大学生2625.3万人,应届大学毕业生765万,普通本专科招生737.8万人。全国高等学校共计2845所,其中普通高等学校2553所,成人高等学校292所,各省/直辖市/地区综合来说大学数量分布相对均匀,江苏省最多162所,西藏自治区最少只有6所。大学分布特征非常明显,从沿海城市到内陆数量逐渐递减,多数都在40-100所之间,且基本都集中在省会城市。这说明大学生群体高度集中,有利于企业精准沟通传播,教育产品消费购买。

从群体规模上来说,大学生的基数总量足够大,完全符合企业的发展需求。且企业不用担心消费群体会断层,或是因数量锐减而导致产品被淘汰。大学生是一个可持续循环的群体,每年有大量的毕业生,但每年又会招大量的新生。就目前国内实际情况看,未来10年内大学生数量不会太大的波动,基本都能维持在2000多万。尽管人群会变,不同年代的大学生消费需求也不一样,但这并不影响企业所面对的群体总量,而只需要对产品进行不断更新迭代,以此巩固产品的可持续增长。大学生是年轻群体,对时尚、科技、娱乐等产品的需求也非常明显,可以说是企业值得深挖的"黄金群体"。

消费总额:万亿级,购买增长快

衡量一个消费群体的价值,不能只看规模数量,还需要看综合购买力。有规模,又有购买力,对企业是百益而无一害,能够带来较大的发展机会。《大学生蓝皮书》数据显示:2013年中国大学生人均月消费支出945.6元,人均全年消费总额达到11347元,年消费总额超过3400亿,超过全国城镇居民人均可支配收入水平的50%。更值得关乎的是,上海交通大学发布的《2015年中国大学生消费行为与品牌认知报告》数据显示,中国大学生的人均年消费能力已达到近20000元,年消费总额达到6000亿。这与腾讯调查数据吻合:大部分学生每个月的开销在1001到1500元之间。本科生的花费会高一些,每月花1500元的人更多。而博士生花的较多,有约四成的人每月会花到2000元以上。由此可见,大学生不是经济独立群体,但消费能力却十分强劲,近万亿市场规模。

各种调查数据更直观的显示,大学生消费增长迅速,且涨幅惊人。早五年,有四成多大学生一个月花不到500元,而现在已经飙升到1500元,当今的大学生消费能力基本与时代共进步。除此之外,未来家庭可支配收入提高,未来大学生的可用开支也会得到极大提升。这就意味着他们将具备更加强大的购买力,那么我们就能完全理解现在大学生追求iphone7等最新潮的电子产品,体验新鲜的其他产品。所以大学生具备强大消费水平和购买力,这为企业提供对应产品和服务提供了良好的基础。

品牌认知:过渡期,选择特定化

目前,国内在校大学生以90后为主,一些00后也开始慢慢进入大学。表面上说,这部分人群成长的环境不一样,他们是在物质极大丰富、信息极大丰富的社会背景下成长起来的。因此,无论是从思想上,还是从认识上,他们都相对成熟。他们表现的越来越难沟通,很自信,非常有自我主见,想法也很多。但他们更会消费,也不差钱,每个人走出来都是亮丽光鲜。但跟以往的其他年代大学生一样,大学是所有人走向经济独立的过渡期。在大学里面,毕竟大学生在生活方面很多还是依赖父母,所以在消费上也不敢过于奢侈,过于随心所欲,更多地受制于经济不独立,还是会被父母左右。因而他们的消费购买选择可以说是一种过渡期的行为,他们的选择相对来说比较特定化。怎么理解过渡期呢?举个例子,国内大多数大学生也经常参与体育运动,打篮球、踢足球、跑步、打羽毛球等,但买运动装备还是选择一些国产品牌,当然也有相对说很大一部分人选择国外品牌。但是当他们毕业后,经济独立了,很多人购买运动装备至少也是国外品牌起步,就很少买国内品牌了。这就是大学生受至于经济不独立,在大学期间并完全按照内心需求去选择,而是选择折中的方式。

为什么毕业后就会改变呢?因为经济不受制于父母,消费购买方式可以完全脱离父母的左右,完全遵从自己内心的选择。因此毕业后,他们的消费方式就会出现比较大的反差,不像在大学里就算有足够的开支,考虑到父母的因素,他们也不敢过于铺张浪费。因而他们在品牌认知层面,对品牌有讲究,但消费上则会选择过渡期的品牌,且购买选择相对比较特定,一般大学期间都不会轻易改变。但一旦走出校园,基本很快就改变了。这也给企业在过渡期很好的教育机会,只要产品够炫够有差异就有足够的号召力。

虽然大学生经济来源更多依靠父母,但现在大学生有越来越多的其他收入来源途径,如兼职、创业等。总体来说,未来大学生的消费能力只会越来越高,大学生消费市场只会越来越大,而他们也是一群有时间、有精力、有心情去购买的消费者。

酒言大观 | Wine words

"对中国白酒来说,品质是基础,品质以消费者的健康体验为根本核心。人文是关键,人文赋予产品灵魂和精神。而品牌的核心是口碑,一定要让消费者感受到品质的传播价值,特别是二次传播。"

——中国保护消费者基金会副会长、贵州上味酒业公司董事长李小兵

"晋商在白酒流派繁衍和传播过程中起到了极其重要的作用。正是在晋商的推动下,才使得山西汾酒走了出去,并成为各地酿酒文化的源头。"

——文化学者、文史作家、酒史专家、汾酒文化传承人王文清

"白酒产业从品牌识别、品质识别到香型识别,唯有创新和工匠精神才能成为启迪未来的核心力量。"

——河南仰韶酒业有限公司董事长侯建光

"要酿极致美酒,让用户获得极致体验,高品质产品才是企业安身立命之根本。"

——河南省宋河酒业股份有限公司总裁王祎杨

专家专栏 | Expert column

教你两分钟了解酱香型白酒

■ 邹江鹏

什么是酱香型白酒?以高粱、小麦、水等为原料,经传统固态法发酵、蒸馏、储存、勾兑而成的,未添加食用酒精及非白酒发酵产生呈香呈味呈色物质,具有酱香风格的白酒。由于复杂的酿造工艺、苛刻的酿酒环境以及对人体健康的低损害度,酱香型白酒被称为中国白酒中的贵族香型。

为什么说酱酒有益人体健康?

(1)工艺特殊。三高三长,即高温制曲、高温堆积、高温馏酒。制曲时间长、馏酒时间长、储存时间长。

(2)易挥发物质少,所以对人体的刺激小,有利健康。

(3)酸度高。根据中医理论,酸主脾胃、保肝、能软化血管。西医也认为食酸有利健康。

(4)酚类化合物多。有专家指出,干红葡萄酒之所以有防治心血管疾病的功能,是由于干红葡萄酒中酚类化合物多。酱香酒中的酚类化合物是其他名优白酒的3至4倍,可见茅台酒和干红葡萄酒有异曲同工之妙。

(5)酒精浓度科学合理。酒精浓度在53度时水分子和酒精分子缔合得最牢固,随着贮存时间的增长,游离的酒精分子越来越少,对身体的刺激也越来越小,有利健康是可想而知的。

(6)天然发酵产品。酱香酒是绝对不可能主体香不够时可添加非发酵的香味物质的,酱香酒不准添加任何香气香味物质。

(7)茅台酱香酒中SOD、金属硫蛋白等物质的存在。1999年,中组部组织国内中青年专家做国情考察来到茅台酒厂,其中一位专家即北京医科大学副校长、科研处长、内科肝病和病毒分子学专家,王宇博士说:茅台酒具有保肝功能的说法是对医学界的挑战,但很有道理,人们所用的一些药品、保健品等相当一部分就是微生物发酵的产物。茅台酒综合了本地的水质、土质、微生物等,通过科学的、自然的发酵过程,就会产生一些非常复杂的化合物质,而这些化合物质在一般物质里是不存在的,这些东西很可能对人的健康有益处。通过医学专家程明亮教授等的研究,也确实证实了SOD、金属硫蛋白等物质存在。

酱香酒不能等同于普通白酒及其他名酒和洋酒,酱香酒经高温蒸馏和三年以上陈酿后,容易挥发的小分子物质已经通过缔合生成大分子物质。

酱香酒含有大量的酸类物质。由于酒精相对容易挥发,所以接酒时开始酒精度高,后面越来越低,而酸相对来说不易挥发。酱香酒所含的酸类物质是其他白酒的3~4倍,而以乙酸、乳酸和不饱和脂肪酸为主,有利于人体健康。同时,酱香酒的天然酚类物质多。医学界认为葡萄干红酒能预防心血管疾病,其原因就是酒中含有大量的酚类物质。根据白酒专家分析,酱香酒中的酚类化合物是其他名优酒的3~4倍。

喝酱酒不上头不烧心。这是因为酱香酒蒸馏时的接酒温度高达40℃以上,能最大限度地排除如醛类及硫化物等有害物质。酱香酒中易挥发物质相对较少,不易挥发物质相对较多,对人的刺激小,所以饮后不上头,不辣喉,不"烧心"。

酱香型白酒的几种通俗分类:

(1)捆沙酒:也叫"坤沙酒"或"坤籽酒",也就是常说的正宗的酱香型白酒,是严格按照传统的茅台酒工艺进行生产,生产周期长达10个月,出酒率低,品质最好;其灵魂是"回沙"工艺,即是将原料经9次蒸煮,8次发酵,7次取酒;并经过三年以上窖藏才能够出厂,其高粱不能够粉碎,破碎率小于等于20%。实际上这种酒才符合酱香型白酒国标的定义。

(2)碎沙酒:即用粉碎的高粱酿出的酒称为"碎沙酒","碎沙酒"生产周期短,出酒率较高,品质一般;不需要严格的"回沙"工艺,一般烤二三次就把粮食中的酒取完。

(3)翻沙酒:用捆沙酒最后第9次蒸煮后丢弃的酒糟再加入一些新高粱和新曲药后酿出的酒称为"翻沙酒","翻沙酒"生产周期短,出酒率高,品质差。

(4)窜香酒:用捆沙酒最后第9次蒸煮后丢弃的酒糟加入食用酒精蒸馏后的产品,产品质量差,成本低廉。这种酒实际上不能够算作酱香酒。

名家讲坛 | Expert column

王文清揭秘"中国白酒的前生今世"

■ 唐迅

如今,研究白酒文化的人不少,但真正能够将白酒文化研究透彻的人却不多。而王文清老师,无疑正是其中之一。他执着于游走漫山遍野寻源问祖,热衷于三晋文化及商业史料的搜集整理研究,发表有人物传记、旅游随笔、商业研究史料等1000余万字。其作品有《汾酒史话》之《旨酒长源》《白酒祖庭》《清香风骨》三部曲,《汾酒源流·黍水清香》等重量级大部头专业著作,以及即将出版的《老陈醋史话》。

探源,解密白酒传说

王文清老师认为:酒这一灵物,自古流传下来了很多传说,而系统整理有如下几种。

其一,酒祖之说。"古代,人们经常将酒祖归于某个影响非常大的人物。久而久之,酒的始祖之说便成为正统。但不论众说纷纭的酒祖之说能否真实考证,这些观点为中国酒文化增添了几抹传奇色彩,也正说明了酒文化的深远历史。"

其二,黄帝造酒说。传说人们在黄帝时代已开始酿酒。江统(晋朝)著《酒诰》记载"酒之所兴,肇自上皇"。"上皇"应指三皇之黄帝。本草纲目集解》中,"《本草》已著酒名,《素问》亦有酒浆,则酒自黄帝始。"《黄帝内经·素问·汤液·醪醴论》记载了黄帝与岐伯对话:黄帝问:为五谷汤液及醪醴奈何?岐伯对:必以稻米,炊之稻薪,稻米则完,稻薪则坚。张岱(明朝)《在夜航船》中也有"黄帝始做醴"的记载。

其三,仪狄造酒说。传说夏禹时期的仪狄发明了酿酒。《吕氏春秋》云:"仪狄作酒。"《世本》记载:"仪狄始作酒醪,变五味。"《战国策》:"古有醴酪,禹时仪狄作酒。昔者,帝女令仪狄作酒而美,进之禹。"还有一种说法"酒之所兴,肇自上皇,成于仪狄。"

其四,杜康酿酒说。"何以解忧,唯有杜康"。就行业酒神而论,杜康当仁不让。《说文解字》解释道,"古者,少康初作箕、帚、秫酒。少康,杜康也。"《说文解字》在解释"酒"字的条目中有:"仪狄作酒醪,杜康作秫酒。"

其五,汾阳杏花村的美丽传说。"杏花坞里杏花仙"王母娘娘瑶池的杏花仙子因不甘王母责罚,偷偷下凡。见杏花坞的乡亲们遇到困难,便用发酵的杏子酿出美酒,解众人之急。传说里的杏花坞即指现在的汾阳杏花村。

其六,八槐街上醉八仙。在杏花村一年一度的"花酒会"上,八洞神仙云游至此。八仙醉在杏花村,热闹非常。临走,吕洞宾提议,八仙每人种槐树一株。从此,这条街上八槐见长,枝繁叶茂,密树浓荫,人称"洞宾槐"。这条街就被称作"八槐街"。

考证,山西乃酒文化起源之地

尽管传说中有不少提及山西汾酒乃白酒之始。但传说毕竟是传说,必须有真实的史实印证才行。而在王文清老师的研究中发现:"山西汾酒在远古时期就沾上杏花村人杰地灵的恩赐,乃中国白酒之始。"他列举了如下一些考证:1、山西是中国农业的主要发源地。2、山西是原始农作物黍稷的起源中心。3、山西是原始农耕的起源中心。4、山西是酿造重要原料高粱的起源中心。

众所周知,高粱是酿酒中最重要的原料,淀粉含量较高,易于发酵,各物质配比恰到好处,微生物发酵产香顺利,促进各种香味物质的生成,香正甘洌,远胜于其他粮食酒。于是元末明初,民间开始通称汾州烧酒为"汾酒"。于是,"汾酒"也成了中国酒界第一个响亮的品牌。清代,山西汾酒进入全盛时期。明清之际,以汾酒为代表的山西酒在全国普及,其原因主要有三点:第一,山西烧酒技术的成熟;第二,明代山西移民及明清晋商步履遍及全国;第三,明清之际,黄河多次决口,为治理黄河,采用"束水攻沙"技术,种植大量高粱,秸秆用于治水,大量高粱为酿酒提供了原料。

流传,晋商让山西汾酒走向全国

王文清老师认为,"晋商在白酒流派繁衍和传播过程中起到了及其重要的作用。正是,在晋商的推动下,才使得山西汾酒走了出去,并成为各地酿酒文化的源头。"他表示,晋商经营以汾酒为代表的山西白酒,主要有三种方法:1、把山西生产的白酒贩运到各地。2、把山西酒师请到全国各地,仿汾酒制法酿酒,中国有许多名酒因此与山西汾酒有了亲缘关系。3、垄断全国的烧酒大曲经营。

晋商行天下,将酒传至凤翔府,包括今宝鸡、岐山、周至等地,再传至遵义府,包括今贵州遵义、仁怀等地,兴二地千年造酒文明。

山西汾酒技术落户茅台产生茅台酒,是中国发达地区的先进酿酒工艺技术,与落后地区自然资源禀赋创新结合的产物。它的产生和发展,再次证明了中华文明发展中的一个常见形态,即由发达地区先进文明向落后地区推演,在相互融合中形成新的生长点,进而促使了当地的进步又增进了总体文明的发展。

王文清老师表示,晋商通过三条路径的白酒推广,促成了如今主流香型的成型。路径一:"山西——陕西——四川——贵州"可以看出香型的变化规律,正是从清香至凤香,从浓香至酱香的逐渐过渡,这是山西酿酒技术在传播过程中根据地域文化而变化的。路径二:"山西——河南——湖北——湖南——江西——浙江——福建"。可以看出,这一条线路的传播,随着地域文化融入了江南的"柔绵"风格。路径三:"山西——河北——山东——天津——北京——内蒙古——东北三省"。这一条线路的传播,形成了北方地区"老白干"香型的风格

所以,汾酒作为中国白酒产业的奠基者、传承中国白酒文化的火炬手、中国白酒酿造技艺的教科书、见证中国白酒发展历史的活化石,汾酒是中国酒魂当之无愧。随着汾酒"国酒之源、清香之祖、文化之根"品牌价值的全面提升,汾酒将迎来新的历史机遇。

据了解,经过考察、论证、专家评定,政府已将杏花村酿酒作坊遗址列入世界文化遗产预备名录名单。未来杏花村酿酒作坊遗址如果成为世界文化遗产,将是山西继平遥古城、云冈石窟和五台山之后的第四个世界文化遗产。到那个时刻,汾酒集团将会迎来一个新的时代。

○王文清(右)和著名作家《白银谷》作者成一先生在杏花村。

讲解,中国白酒三种酿制工艺

除了白酒的历史和文化,王文清老师还向许多并不太懂酒的人科普了许多知识。比如,很多人都搞不明白的中国白酒酿制工艺。他表示,中国白酒酿制工艺主要分三种。

一是**固态法**:也就是"纯粮固态发酵生产",是指用高粱、小麦、大麦、大米、青稞和豆类等粮食为原料,加入富含微生物的曲块,没有添加非自身发酵产生的物质。因为固态法采用纯粮酿造,对原料和工艺的要求都比较高,所以一般会作为高档酒销售。20世纪60年代,为节约酿酒用粮,白酒行业开始探索用代用原料生产白酒,用甘蔗和甜菜渣、薯干、玉米等制造出酒精,然后将酒精和酒糟混蒸,吸入发酵白酒的香气和滋味,再加入增香调味物质,模拟传统粮食白酒的口感制成勾兑白酒。

二是在80年代以后,随着技术日益成熟,出现了**纯液态法白酒工艺**:即以食用酒精加入香精香料,模拟粮食固态发酵白酒。

随后,又诞生了**固液结合法白酒**:即以食用酒精为主体,加入少量粮食固态发酵的调味酒,制成与纯粮固态发酵白酒口感类似的产品),白酒行业将这两种产品统称为新工艺白酒。

人物档案
王文清,山西太原人,文化学者,文史作家,酒史专家。毕业于俄罗斯圣彼得堡国立理工大学,山西省商业联合会副秘书长兼研究室主任,山西晋商书画院副秘书长,晋商杂志执行主编,国家级报刊特约撰稿人,部级劳动模范,汾酒文化传承人。