

个性定制酒:从“新宠”变“主打” 白酒低迷期里是创新利剑 酒市回暖后成为竞争主力

随时随地波尔多 开启多元化葡萄酒消费

齐晚

经过十余年的积淀与发展,“随时随地波尔多”从年度业内盛事逐渐成长为消费者生活品饮的风向标,鼓励中国消费者随心随享美酒人生。2017年,第十一届“随时随地波尔多 Simply Bordeaux”开启全新征程,联合全行业为中国消费者提供适合平日各场景饮用的酒款选择,探索波尔多葡萄酒万千风味。

今年“随时随地波尔多”评选展开空前角逐,615款参选波尔多经过九位行业资深评委的多维度盲品,最终甄选出百款佳酿名单并于近日揭晓,其中包括:77款干红、13款干白、8款甜白及2款桃红,分别甄选自2011-2015年份,涵盖波尔多六大家族的24个法定产区。

与此同时,2016波尔多经济数据报告也随之正式对外发布:根据数据显示,中国仍稳居“波尔多全球最大市场”的地位,中国葡萄酒市场日趋成熟,新生代葡萄酒消费者让葡萄酒饮用更趋于日常化。正因如此,今年“随时随地波尔多”酒单手册中,波尔多葡萄酒行业联合委员会(CIVB)在原有的品鉴笔记、购买方式等信息基础上增添了更多日常饮用场景与酒款一同对应推荐。基于年轻消费者日趋移动化的阅读习惯,手册也将同步上线电子版便于随时查看。另一方面,CIVB将与葡萄酒行业人员展开更紧密的对话,联合行业人士扩大对消费者的影响,打造多体验式多元化的葡萄酒消费环境。

2016年波尔多葡萄酒的销售情况延续了前一年的强劲势头:全年共销售4.73亿升,相当于6.3亿瓶葡萄酒;总销售额达到36.5亿欧元。换言之,全世界每秒就会卖出21瓶波尔多葡萄酒。

“随时随地波尔多”在中国推广的11年间,见证了中国葡萄酒市场成熟和崛起的全过程。波尔多葡萄酒从2000年开始对中国大陆出口一直到2012年,增长量成一直成指数攀升。过去两年,中国市场的增长非常强劲,一度超过2012年的历史高点。最新出炉的2016年波尔多葡萄酒出口数据显示,中国仍稳居“波尔多全球最大市场”的头衔:去年,波尔多对华出口量为5530万升,占总出口量的27%;出口总额达到3.22亿欧元,占总出口额的18%。

2016年当之无愧是一个高品质的波尔多年份,且产量喜人:年度总产量约5.8亿升,相比2015年增长9%。2016年份拥有井然有序的花期,始于良好的授粉,干燥少雨且阳光充裕的夏季与均衡有条的转色期。成熟期充沛明亮的光照,伴随着昼夜巨大的温差。最终,深秋回暖的印度式夏季,使得每块土地上每个不同品种都能达到最佳成熟。

2016年份波尔多值得期待,将成为未来几年的评选酒款的中坚力量。

随着国内葡萄酒市场进一步成熟,越来越多年轻消费者开始购买并喜爱上品葡萄酒。他们有的因为社交网络的科普爱上了葡萄酒的大门,有的则因为友人推荐而爱上葡萄酒,更多的人则是因为一次特别的邂逅,从此无法忘怀那独特的滋味……在他们的生活中,葡萄酒不再仅仅是饮品,是一种有趣的生活体验,与日常中的各个情境都能自然融合。对于这些新生代消费力量而言,涵盖六大族24大法定产区、优质亲民、选择万千的波尔多葡萄酒,正是带领他们漫游葡萄酒世界的绝妙之选。多年来,“随时随地波尔多”始终致力于为中国消费者提供最符合口味的、丰富多样、优质亲民的波尔多酒款;对于消费者而言,这是绝佳的选酒指南:不仅能满足每个人的不同口味偏好,更可以轻松融入日常各类饮用场景。正如“随时随地波尔多”评委会主席李德美所说:“随时随地”强调的并非严肃和拘于形式的,而是一种轻松、不拘一格的品酒状态。”

父辈那样会每顿饭自斟自酌几杯小酒,但实际上在外面喝酒的机会更多,也更注重酒的品质和个性包装:“喝酒也是一种娱乐,有个性的定制酒会让喝酒的氛围更好,不管是商务宴请还是朋友聚会,都更能够拉近大家的距离。”

一家在2014年专门开辟个性定制酒营销业务的酒企负责人告诉记者,老年人喝酒已经对酒的品牌、度数、口感等产生习惯,这部分市场比较稳定。如果要拓宽市场,就必须争夺中青年消费者,抓住他们的个性化需求。”

业内称,也许正是在这种市场战略上的不谋而合,让个性定制酒经过多年磨砺,最终从酒市新宠变为竞争主打。

定制须以需求变化为导向

对于个性定制酒在市场中越来越成熟的表现,业内人士认为,这是抓住了白酒市场消费升级过程中,消费者个性化需求不断提升的契机。在未来的发展中,酒企想要继续以个性定制酒为抓手参与市场竞争,则必须以消费需求的变化为导向,看准时机持续求变。

同时,也有酒类观察人士认为,与最主要的大众型白酒相比,个性定制酒的消费群体仍是小众群体,而且他们对定制酒的品牌有一定的要求,并非所有企业都适合做定制酒。

对此,不少白酒企业实际上已经在通过市场观察和调研,即时调整个性定制酒的发展方向 and 战略。比如有酒企专门针对企业的商务消费进行模块化的企业定制,让定制酒成为展现企业文化载体,也更能够拉近与客户的情感需求。

观察人士介绍,实际上,国内定制酒市场目前依然处于探索阶段,未来还有很大的市场发展潜力:“随着消费升级的持续,以及社会多元化的发展,消费领域的个性化需求一定会越来越强,未来也应该属于个性化定制时代。”

专家称,个性定制酒因为创新而生,注定了这个市场的发展会更加灵活。随着加入定制酒市场的企业越来越多,市场的细分也会越来越完善,竞争更加充分,市场也会更加成熟。

专家称,个性定制酒因为创新而生,注定了这个市场的发展会更加灵活。随着加入定制酒市场的企业越来越多,市场的细分也会越来越完善,竞争更加充分,市场也会更加成熟。

争夺中青年消费拓宽市场

尽管白酒的消费者群仍以中老年为主,但从近两年白酒市场消费回暖的趋势来看,70后、80后的白酒消费能力始终在不断增强。

更重要的是,这部分人群的经济实力更强,不论是私人消费还是商务消费的速率更快,对个性定制的需求更强,是酒企希望不断拓宽市场必须争夺的重要市场。“在外谈业务,酒是必须喝的;朋友聚会时,酒也是必须的,这些都已心照不宣。”34岁的软件工程师李井泉告诉记者,尽管现在年轻人不会像



或是因为迎合了近年来个性化消费需求不断提升的趋势。“我并不是一定要一场华丽的婚礼,我想要的只是一场让所有人都看得出来、记得清楚的,属于我自己的婚礼。”采访中,在今年五一小长假期间办婚礼的市民王琦欣告诉记者,她在自己的定制婚礼上花了很多心思,其中最重要的一个细节就是,四十桌酒席的婚宴用酒全都打上了他们俩的专属LOGO:“酒瓶是具有古典韵味的流线,大红色,瓶盖和瓶身上都有我们俩的英文名。”小王说,大家吃完酒不会记得到底吃了什么菜,但一定会记得喝酒时看到的我们俩的个性定制。

实际上,像王琦欣这样具有个性定制消费需求的人非常多,还有很多年轻的创业型公司也会在企业活动中,将企业的个性定制到瓶身上,并以此作为展示企业的一种有效媒介。

团圆宴、生日宴、同学会、婚庆宴、企业年会宴等等,白酒消费市场的个性化印记越来越多,这种个性化消费的增多必然提升了白酒的定制需求,这也是个性定制酒逐步成为市场主打的重要外因。

白酒渠道扩张:铺货式成长是否走到尽头

而这五年时间,19家上市酒企收入不过增加了百亿元的收入,增幅只有7.1%,这些全国性和区域性的龙头酒企并没有跑赢行业增速。

收入虽然已经刷新了2012年的纪录,但净利润的表现并没有这样优秀。2016年,19家酒企归属净利润合计只有364.55亿元,与2012年的400.96亿元相比,虽是最接近的一年,但还有着不小的差距。

实际上,在剔除了金徽酒等4家酒企的影响后,原来15家上市酒企的业绩差距将进一步拉大。2012年,已经上市的15家酒企合计归属净利润为383.91亿元,2016年则为340.13亿元,两者之间的差距更加明显。

如果上述19家酒企在2017年仍能保持上一年的平均增速,那么这19家酒企的合计净利润有望在2017年刷新历史纪录。这要拜金徽酒等4家新上市的酒企业绩全部创新高所赐,否则酒企的冲刺只能寄望下一年了。

铺货式增长

口子窖2016年年报显示,公司当年实现收入28.30亿元,同比增长9.53%;实际归属母公司股东的净利润7.83亿元,同比增长29.41%。无论是收入还是净利润表现,都是公司的最好水平。

在年报中,口子窖公布了公司当年年末的经销商数量。2016年年末,口子窖在安徽省内新增4家经销商,经销商数量达到348个,省外减少58个,经销商数量为274个。

经销商数量的变化直接带来销售收入的变化。2016年,口子窖在安徽省内的销售收入为23.14亿元,比上一年的19.64亿元增长了17.84%;省外市场实现销售收入4.67亿元,比上一年5.76亿元的销售收入减少了18.97%。

迎驾贡酒比口子窖上市早了一个月,公司2016年营业收入为30.38亿元,归属净利润为6.83亿元,净利润虽然表现不错,收入却止步不前。

招股书显示,2012-2014年,迎驾贡酒的经销商数量分别为785家、882家和1004家,迎驾贡酒的收入在2013年达到最高的33.95亿元,之后经销商规模的扩大并没有带来收

入的增长。

2016年年末,迎驾贡酒经销商数量仅剩下728家,这还是公司在年内新增了92家经销商的结果,即公司2015年年末经销商还不足700家,大规模的渠道扩张并没有带来收入的持续增长,这或许是迎驾贡酒大规模收缩战线的主要原因。

这种铺货式增长在酒企中并非个案。2016年,多数上市酒企都公布了公司经销商数量,其中包括口子窖在内的11家酒企直接披露了经销商数量及其分布,五粮液等7家没有披露这一数据,酒鬼酒虽未直接披露,但表示“湖南省签约核心店426家,直控终端动销”。

在披露经销商情况的11家酒企中,只有口子窖和水井坊的经销商数量呈现下降走势,不过两家公司的增速难以匹配。如前所述,口子窖经销商减少的原因在于公司收缩战线,省内的渠道还是处于扩张中,降低的是省外市场渠道。

而水井坊渠道大规模变动在于公司改变了销售模式。公司渠道原本采用总代理制、扁平化分销,与帝亚吉欧合作等三种模式,如今水井坊将直营模式逐步改成省代模式。因此,从白酒主流模式来看,公布渠道数量下降的也不过口子窖一家而已。

渠道扩张是酒企的主流,渠道扩张的直接结果就是推动销售的增长,在渠道不断扩张的同时,收入同步增长是理所当然的,如果渠道增长的同时收入增速难以匹配,那么这样的无效扩张最终也将遇到口子窖那样的结果,即收缩非强势市场。渠道的增加意味着酒企需要从强势市场向弱势区域扩张,对于茅台等一线龙头来说,这种全国化战略遇到的挫折或许要小,但对于坚守某个省份的地方酒企来说,全国化远非易事。

全国化受挫

在2016年公布的销售渠道扩张中,老白干酒的扩张规模仅次于沱牌舍得。根据公司年报,2016年,老白干酒在河北省内的经销商数量新增了114家,期末数量为795家;省外新增123家,期末经销商数量达到880家。

老白干酒省外经销商合计1675家,在

披露数据的上市酒企中,渠道数量仅次于贵州茅台,但显然老白干酒的销售收入不过是茅台的零头而已,茅台的经销商数量也不过2331家。

老白干酒的业绩释放无疑是当初市场最为期待的事情之一。在改制之前,市场一直质疑老白干酒的管理层人为压低了公司的业绩,激励不到位成为公司发展的掣肘。

2014年12月,老白干酒终于推出了包含员工持股、经销商和战略投资者参与的定增计划,公司拟以23.58元/股,定增3500万股募集8.25亿元,用于偿还银行贷款和补充流动资金,一年以后增发完成。

随着激励到位,市场和机构一致认为老白干酒将进入业绩释放期。事实也是如此,2015年和2016年公司的净利润增速都在两位数以上。在收入并没有明显增长的前提下,毛利率的提升和税率的下降是公司净利润增幅放大的原因。

年报显示,2016年,老白干酒省外市场实现收入6.89亿元,同比减少了23.71%,省内市场实现收入17.29亿元,同比增长了23.06%。公司或许可以用预收账款来解释这一情形,期末8.41亿元的预收款较上一年末的4.47亿元增长了近九成,问题是市场无法验证这些预收款是否全部来自省外。

这种下滑在2017年继续呈现。2017年一季度,老白干酒在省内的白酒收入为6.23亿元,同比增长41.59%;在省外的收入为6456万元,同比下降71.78%。而此时,公司在省内和省外的经销商队伍分别增加84家和46家,达到879家和926家。

实际上,如果扣除茅台、五粮液和洋河股份三家一线龙头的预收款,其余16家上市酒企的预收款合计为79.97亿元,较上一年的69.13亿元增加了不过10亿元左右,渠道大规模的扩张并没有给地方酒企带来明显的增长。

而茅台等三家龙头企业的预收款增幅则高达1.4倍,行业已经呈现强者恒强的局面。

无论是新上市的老白干酒和迎驾贡酒,抑或是股权激励到位的老白干酒,这些区域龙头在省外市场的扩张全都遇阻。在渠道扩张而动销难以为继之时,这种铺货式成长是否走到尽头了呢?



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态产品,提高白酒质量,降低生产成本,减少劳动强度。
主要产品如下:
●白酒发酵微生态菌剂
●脱水活性窖泥功能菌
●根霉曲
●优质成品窖泥
●浓缩液体己酸菌
●浓缩液体产酒香酵母菌
●芝麻香型白酒高效微生物菌剂
●酯化红曲
企业宗旨:优质产品 优质服务 合作共赢

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生产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
◆固体麸皮活性生香干酵母
◆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@mainone.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,拥有合义坊、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
13548108555
邮编:611530
网址:http://www.sczfjy.cn/
http://www.cdhyf.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、水果酒及贴牌代工业务。
财富热线:4008842899
加盟专线:15881033359