

江小白入选年轻人最喜欢的白酒品牌



据央视财经报道,2018 年 90 后、95 后的年轻人在线上消费更加多元,除白酒消费以外,会购买葡萄酒和洋酒。

报道还表示,一直致力于中国白酒国际化、年轻化、时尚化的江小白,成为了年轻人最喜爱的 5 大白酒品牌之一,仅次于茅台、洋河和五粮液。

在年轻消费者市场,江小白已经被行业公认为转型样本。2018 年,这家公司的产品已经遍布全国 70%的城市市场,以及 20 多个海外市场。成立仅 7 年,江小白是如何满足年轻人多元化酒饮需求的?

年轻人不爱白酒?只因辛辣还不时尚

原料涨价 啤酒涨不涨?

■ 杨孟涵

如果说此前啤酒业普遍提价是出于改善产品结构诉求的话,那么 2019 年可能到来的涨价潮则发于产业链的源头。

对于过度依赖进口大麦的中国啤酒业而言,原料的涨跌对终端产品零售价有直接影响。2019 年,在种植地减产、关税增加等多重因素叠加下,涨价似乎已经成为必然。

原料价格波动幅度达 25%

数据表明,2018 年进口啤酒大麦价格波动较大,年底价格比之于此前有明显升幅。且当年度平均价格与年底价格相差达 25%左右。

2018 年我国进口啤酒大麦 681.1 万吨,比上年大幅降低 23.2%,全年平均进口单价比上年上涨了 17.6%,平均每吨大麦价格 240.9 美元,年底价 293.4 美元(到岸价,来源:国家海关总署)。

与啤酒业整体状态相似,从统计数据看,2012~2015 年间中国大麦进口数量逐年攀升,2015 年大麦进口数量及金额达到顶峰,在这一阶段,国产啤酒业的产能与销售额也同步达到巅峰。此后在进口政策引导下,进口数量骤降至 2016 年的 500 万吨,进口金额为 11.42 亿美元。

分阶段来看,大麦进口价格从 2011 年大幅上涨,从 2012 年左右,大麦价格进入价格下行周期。

2015 年我国进口啤酒大麦 1073.2 万吨,比上年大幅增长 98.3%,全年平均进口单价比上年降低了 8.4%,平均每吨大麦价格 266.5 美元,年底价 252.2 美元。进口大麦的数量猛增,一方面是主要进口国法国、澳大利亚、加拿大等农产品丰收,另一方面在于国内啤酒业的发展也达到顶点——自 2002 年中国成为世界第一大啤酒生产国后,啤酒产量一直维持全球第一,且增幅迅猛。

比之于巅峰阶段,我国的进口啤酒大麦数量大幅下降,接近 40%;与此同时,小麦平

关于年轻人喝白酒情况,罗兰贝格曾发布过一个数据:30 岁以下年轻人喝啤酒的比例是 52%,喝白酒的比例是 8%。

对于这样的情形,酒业专家李强认为最大的问题还在于消费者对白酒的认知偏差主要体现在时尚问题和味道问题:

一是时尚问题。在年轻人看来,白酒是不时髦的、粗俗的、土豪的,比如说品牌不时尚,喝法不时尚,喝的人不时尚,喝的场景不时尚,无法满足标榜个性、品位的需求。

二是味道问题。白酒独特的工艺,造就了其浓烈和重口味的特点。大多数人都是迫于社交、商务应酬等某种功利需要而喝白酒,因此对白酒带来的为味道审美的愉悦感是比较麻木的。提到白酒,便会与“辣、冲、烈”等刺激、凌厉的感受划等号,白酒的重口味将年轻



均吨价虽降低了 26 美元,但是年底价却增加了 31.2 美元,约为 12%。平均吨价与年底价的相差幅度,也远远超越 2015 年,这表明,2018 年进口啤酒大麦价格呈现出剧烈波动的态势。

除了啤酒大麦之外,另一个重要原料啤酒花的价格也呈增长趋势。2018 年进口颗粒酒花 4749.3 吨,比上年增长 28.4%,平均单价增长 6.8%。

业界认为,中国啤酒产业过度依赖进口原料,受到生产因素与贸易因素的多重影响,因干旱带来的减产,2018 年~2019 年中外贸易摩擦带来的关税增幅,都大大影响了啤酒大麦的进口价格。

减产 16% 价格或翻一番

产量减少因素带来的成本提升、对主要出产国的“反倾销”措施,种种因素叠加,导致了啤酒大麦的单位售价大幅提高。

此前权威的《自然·植物》杂志发布研究结果称,全球变暖将导致大麦产量急剧减少,在极端情况下,将导致全球啤酒生产量减少 16%(290 亿升),啤酒价格可能将翻一番。

按照科学家的测算,在现有变暖趋势不得到改善的情况下,预计全球大麦的总产量将下滑 16%。分区域来看,情况各不相同,欧洲和加拿大南部受影响最严重,而在美国北

人拒之门外。

唯有解决这两个问题,白酒的断代隐忧才能褪去。

用轻口味满足年轻人的舌头

据了解,江小白的高粱酒产品拥有“纯粹、甜净、顺口”的轻口味风格。其酒体具有“入口顺滑(Smooth);清爽无负担(Light);纯净无杂香(Pure)”的特点。为了迎合年轻人口味,江小白和传统辛辣白酒的距离越来越远。

抛弃重口味,走轻口味的路线;做 40 度的低度酒,再到更低的 25 度“淡饮”,江小白的进化路线,表面看是营销与品牌背离了传统,吸引了年轻人,实际上是口味的创新,吸引了大量不饮酒的消费群,包括年轻人,也包括中年人、老年人。

在前几年的行业调整中,江小白埋头耕耘川渝局部市场,产品和市场的基本功在根据地得到磨练。川渝等地流行的都是 52 度的高度白酒,也是主流中国白酒的流行地,能在这样的市场站稳脚跟,自然也可以在其他区域市场取得成功。

诱人的花果谷物香味、嗅之味淡入口绵软的利口感,以及随心搭配的混饮可调配性,让威士忌、伏特加等洋酒近几年在中国收获了一大批青年群体粉丝。而去掉了传统白酒的窖泥香和糟香味,提炼世界烈酒评价体系里清新感和淡淡的水果香,江小白有国际化的酒体特性。

2017 年,江小白参加“布鲁塞尔国际烈酒大赛”,收到了令人惊喜的结果。江小白“青春版”等 4 款产品纷纷抱金奖银奖而归。此后,接连斩获布鲁塞尔国际烈酒大赛金奖、香港国际葡萄酒与烈酒品评大赛特等奖、美国旧金山烈性酒大赛双金奖……

这几年,澳大利亚、英国、日本、新加坡、缅甸、柬埔寨、菲律宾……在江小白的产品出

口国际市场达到了 20 多个国家及地区。

用时尚抢占年轻人的心智

这些年,江小白一直在通过时尚潮酷的新青年文化,与年轻人互动交流。

举办了多年的“江小白 YOLO 青年文化节”,已经成为年轻人讨论的热门话题。有资料称,2018 年“江小白 YOLO 青年文化节”在武汉收官时,现场汇聚了 5 万年轻人,新浪微博的阅读量超过 1 亿。

此外,“JUST BATTLE 国际街舞赛事”则是另一个新青年文化大派对。将其单一的街舞赛事发展为融赛事、表演、教学、时尚、娱乐经济为一体的新青年文化输出平台,在时尚潮酷圈子里掀起热议。

据网络资料显示,2018 年第二届“江小白 JUST BATTLE 国际街舞赛事”吸引了 100 支国际优秀舞蹈团队及 750 位个人选手参与。这其中,不乏来自美国、英国、俄罗斯、日本、韩国等海外街舞大咖。

今年 4 月,江小白生产基地江记酒庄也举办了两大潮酷赛事,引发年轻人小圈子的热议。

作为第一届“江小白 J-SKYMAN 越野摩托车锦标赛”,有 200 名专业车手和车队参加,相关话题被年轻人推上微博热门。而举办了两届的“江小白 J OY IN BOTTLE 国际涂鸦赛事”,更是吸引全球 20 多只顶级涂鸦团队齐聚一堂,腾讯大渝网报道称“史无前例”。

YOLO JUST BATTLE J-SKYMAN JOY IN BOTTLE……在江小白多年的品牌培育下,一个涉及多个小众兴趣圈子的新青年文化 IP 矩阵已然形成,助推其品牌融入年轻人生活的方方面面。

届时,江小白在选择日趋多元化的而今,依靠时尚潮酷和轻口味,成为年轻人各大饮用场景的首选。(据酒业新闻网)

量较高,自然受国际市场的影响较深。从供应链来看,虽然我国已经在包括甘肃、内蒙等多个地区建立优质啤酒大麦生产基地,但目前产量还无法满足国内啤酒工业的需求,对外依赖度仍然较高。

例如,2017 年,中国大麦产量达 189.7 万吨,同比增长 43.2%。但依然不足进口量的 30%,缺口甚大。

据悉,现阶段进口啤酒大麦占全国酿造啤酒用麦 85%左右,其中进口大麦来源以澳大利亚为主,少量来自加拿大、法国。自 1996 年开始,上述 3 个国家的大麦进口量占中国大麦进口总量的比重高于 95%,其中,澳大利亚是我国最大的大麦进口来源国,进口比重大多数年份都高于 50%,且 2011 年起一直高于 70%。

在这样的情况下,国家已经引导进口企业与俄罗斯、乌克兰等大麦主产国供应商建立稳定的贸易关系,逐步减少对澳大利亚、法国和加拿大的过高依赖,并积极利用进口来源国之间的竞争关系,提高大麦进口的可控能力,降低大麦进口风险。

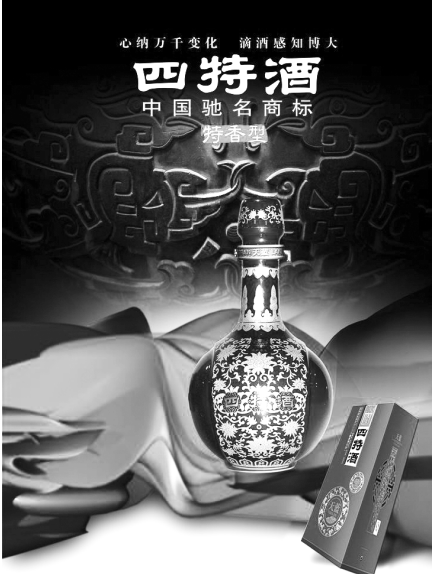
业内认为,只有自给率达到 50%以上,或进口来源国多元化、单一进口国占比不超过 30%,才能避免主要来源国突发因素(贸易摩擦、减产等)的影响。

但是在目前,国内啤酒业高度依赖进口原料,且国内消费水平、物价水平逐步上升的情况下,啤酒业唯有集体进行提价,才能抵销原物料、人力成本上涨带来的压力,保障适宜的利润水平与发展速度。

原料成本的提升构成涨价的重要理由,此外,国内啤酒业为适应消费升级而进行的产品架构优化也在快速推进,涨价已经成为必然。此前在 2018 年,国内几家啤酒业巨头都对旗下主力产品进行了调价,大部分涨幅在 15%~20%左右,百威、哈尔滨的涨幅更是接近 50%,百威的批发价从 57 元/件提至 85 元/件。

2019 年,在影响成品价格的几个重要因素继续存在的而情况下,啤酒业或将依然处在“涨声”中。

高端白酒涨价潮催化行业“马太效应”



■ 徐雅玲

随着高端白酒涨价潮的不断加剧,白酒行业的“马太效应”也会日益明显。

所谓马太效应,指强者愈强、弱者愈弱的现象,是社会学家和经济学家们常用的术语,反映的社会现象是两极分化,富的更富,穷的更穷。

今年以来,白酒行业出现最高频的词就是“停货”,“涨价”。

飞天茅台虽然出厂价每瓶保持 969 元没变,但市场批价且不断上涨,春节前后 1800 多元,到节后 1900 元~1950 元,近日超过 2000 元,卖场零售价很多区域突破 2500 元;八代五粮液 6 月份上市,出厂价 889 元,较七代上涨 100 元,涨幅 12.7%,终端供货价 959 元,终端零售价 1199 元,同时七代停产后,终端销售价要求统一到 1399 元;国窖 1573,华北大区宣布停货,要求终端配送价涨至 860 元,国窖去年终端零售价统一调整到 1099 元,与五粮液持平,泸州老窖特曲 60 版五月份全国通知停货,团购价 468 元,公司前期会议规定今年成交价要站上 500 元价格段。泸州老窖老字号特曲 5 月份新包装改换,每瓶上调 20 元;洋河 5 月 21 日大幅提高海天梦价格,供货指导价最高涨幅 20%,其中,海之蓝每箱涨 100 元,天之蓝和梦 3,梦 6 每箱涨价 100 元以上,梦 9 每箱涨价 1000 元;古井贡酒宣布对旗下两大次高端产品古 16 和 G20 停货,并拟对 G20 大幅涨价;汾酒下发涨价通知,青花汾酒 30 年零售价统一 738 元,7 月 1 日起再上调 50 元至 788 元;青花郎宣布今年团购价上 1000 元,三年后团购价突破 1300 元,零售价 1500 元;衡水老白干四大次高端十八酒坊 20 年,古法 20 年和五星衡水老白干厂价上浮 10%以上……

在持续数月对多家白酒企业为实现本轮涨价而采取的一系列计划的跟踪调查中,记者发现,面对刚刚从回暖到复苏再到启动发展,任何一家名酒企业似乎都开足马力,希望在新一轮的“黄金十年”谋求到自己的一席之地。

供不应求、原材料上涨以及人们生活收入水平不断提高的“消费升级”等等,成为高端白酒价格高“烧”不退的主要原因。

与上一个黄金十年高端酒每到淡季启动单一的跟风涨价不同的是,今年其纷纷在头部产品涨价的同时,不断向下渗透,就连其旗下的子品牌也考虑了进去,比如五粮液启动全新的系列酒公司战略;泸州老窖更是在 60 版和特曲方面大作文章;洋河、郎酒、汾酒等也纷纷将涨价计划不断向下渗透……

毫无疑问,这对于区域白酒品牌和二线白酒品牌而言,不是一个好消息。同为上市公司的二线企业青青稞酒、金种子酒等净利润均有下滑,其中以 50 元~80 元为主要产品价格段的金种子酒营收同比下降 12%,净利润 1084 万元,同比下滑 68.4%。

笔者认为,随着茅台、五粮液等高端白酒不断向下渗透,白酒行业也将进入深度分化期,中低端白酒市场的竞争将更加激烈,三四线酒企业绩分化趋势也将增大,未来强者可能会越来越强,而弱者会逐渐被边缘化。伴随着白酒行业的弱复苏,白酒企业的数量也会随之减少,但白酒行业未来无论是 5500 亿元的市场容量,亦或 6000 亿元的市场容量,都会向少数重点企业集中。

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
●浓缩液体产酒产香酵母菌
●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

总经理:陆泰勇
联系电话:13905416779
0531-87483989
邮编:250308
地址:山东省长清区张夏工业园区
E-mail:ruifengshengwu@163.com

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@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
成都市合义坊酒业有限公司
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
贴牌代加工业务。



财富热线:4008842899
加盟专线:15881033359