

# 转变消费群体 茅台行情看涨

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

茅台作为白酒行业的领军企业，特别是近期在白酒行业转型升级科学发展的调整阶段，其一举一动深受行业关注，茅台也不负众望进行了一系列有效的改革调整措施，其中，构建和谐消费关系，启动消费转型，已初见成效，促进了公司改革发展。

## 袁仁国：茅台消费转型已启动 对市场有信心

5月16日贵州茅台在贵阳召开年度股东大会，投资者和基金机构就白酒行业调整背景下公司产品销量是否受影响、受到多少影响表示关注，对此，贵州茅台管理层从容淡定进行了解释。董事长袁仁国表示，茅台的消费转型已经启动，目前商务消费和普通消费呈现比较强劲的承接效应，公司管理层对茅台酒和茅台系列酒销售仍有信心。

袁仁国进一步解释，公司信心来源主要有两方面：其一，是消费群体转变，其二是公司正采取市场化的调节手段“顺价保量、控量保价”。袁仁国说，目前中国的白酒行业处于调整阶段，去年整个行业的产能是1200万吨，已经形成供大于求的态势。但对酱香型白酒来说也有三个机遇值得把握：其一，中国人对白酒消费的喜悦并未降温；其二，随着小康社会的建设推进以及人民收入的普遍增加，人们对于品质优良的白酒产品有着强劲需求；其三，消费者的消费会更加趋于理性，在政策规范行业的调整格局中，高端白酒自身会不断进步，会有



一轮优胜劣汰的过程。“茅台不怕销售难，坚定信心只等闲。”袁仁国充满信心地介绍。据了解，目前市场上普通飞天茅台终端价基本保持不低于999元。

据悉，此次会议包括股东及股东代表、行业研究员在内，共计近240余人参会，人数多于上年的股东大会。股东大会上，贵州茅台2013年财务预算方案获股东通过，公司预计2013年度营业收入较上年同期增长20%左右，增长原因是公司产品销售价格的上涨，同时营业成本预计同比增长15%左右。来自申银万国、国信证券等券商的多位行业研究员在研究报告中均认为，贵州

## “顺价保量、控量保价”策略让茅台行情看涨

记者观察到，长期以来茅台集团始终视消费者为上帝，严格遵循市场经济规律，遵循生产围绕市场转的原则。在白酒行业转型升级调整发展的当前形势下，茅台决策层高瞻远瞩及时启动消费转型，构建和谐消费关系，制定了顺价保量、控量保价的营销策略。由公务消费转向大众消费，目前在大企业、大集团、民营企业等商务消费领域已有不少客户签约。

为了印证茅台官方发布的信息，5月22日，企业家日报记者对总部在成都的四川壹玖玖玖企业管理连锁有限公司进行了采访。目前，近200家门店，并还在持续开设中，在成都二环内主城区已开了28个酒类直供连锁店；线上销售除1919自己的电商平台外，还在京东、天猫、淘宝集市、库巴、当当、QQ商城开了网上门店。杨陵江董事长告诉企业家日报记者：从1919直供渠道销售情况看，春节过后，茅台价格曾一度下降，茅台集团及时出台消费转型、“顺价保量、控量保价”的营销策略后，茅台价格和销量逐步回升，现在1919直供连锁店销售价格价格在1000元左右，比其他高端白酒销售走势好。高端白酒重整大局可以说已经结束，形势已经明朗，原有高端白酒会往下挤压，使得300-500价位的酒的竞争会异常激烈。在高端白酒这块，从当前的市场情况看，今后茅台可能会一枝独秀。1919酒类直供营销中心陈亮经理说：去年1-3月飞天茅台在1919直供连锁店卖了4000多瓶，而今年1-3月飞天茅台卖了12000多瓶，这得益于茅台3月经营茅台的转型。

除了1919酒类直供反映出茅台的良好走势外，企业家日报记者从其他媒体的报道也了解到有同样的市场反馈。贵阳一位茅台经销商反馈说：现在越来越多的行业、私企客户到这儿来拿茅台酒；广州超扬贸易有限公司总经理郭仁表示：现在几乎是白酒行业最淡的季节，但从目前市场行情看，动销良好。他预计今年下半年茅台就会出现需求大于供给的局面，他正向茅台厂家申请增加配额。“我们不去针对公务消费市场，但国内市场这么大，在金融界、私企培育的客户越来越多。”

## 安多有机牦牛、藏羊肉品再获金奖

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 完玛道吉

2013年5月17日-19日，被业内誉为已成为亚洲有机-绿色食品领域行业展会规模最大、影响力最广、专业性最强的中国国际有机食品和绿色食品博览会在上海召开，来自国内外800余家企业展示最新高端产品，共吸引了65060名业内买家入场参观。来自青藏高原安多牧场的安多牦牛、甘加藏羊肉品，因其品质优良，肉质均属上乘，不仅吸引了众多客商驻足品尝、交流、洽谈，还因获得一致好评，再次荣膺本届国际有机食品和绿色食品博览会金奖。

营销大师菲利普·科特勒认为：消费者在选择不同企业的产品时，首先考虑的是否能够获得最大顾客受让价值。只有消费者选择的产品，才是经销商热情捧场好的产品。甘肃安多清真绿色食品公司向国人餐桌推广的“安多牦牛”、“甘加藏羊”，生长在纯天然、无污染、绿色环保的青藏高原自然环境下，出栏周期长，肉质中含有的有益于人类健康的营养成分远远超过了其他牛羊肉。其中安多排酸牦牛肉即先后获得“2006年第二届国际餐饮博览会金奖”、“2008年奥运会推荐食品金奖”，列为北京奥运会运动员专用食品，2011年安多牦牛、藏羊肉荣获第十一届“国际有机食品博览会肉类金奖”，2012年安多食品公司又当选“北京餐饮业优秀供应商”。此次安多牦牛、藏羊肉再次荣膺有机食品和绿色食品博览会金奖，可谓实至名归。

据安多清真绿色食品公司总经理马雪莲介绍，该公司是甘南最大的畜产品加工企业，立足于藏区安多牧场的牛羊资源优势，主要从事牦牛、藏羊屠宰、牦牛藏羊肉精深分割加工及牦牛、藏羊肉休闲熟食产品生产、精深加工；将“健康，源于自然”的品牌价值理念贯穿到养殖、采购、研发、生产和销售每一个食品安全生产环节的环节中，高起点打造安多牧场“高档优质肉”、“高原特色肉”、“绿色有机肉”，从而将安多牦牛、藏羊与社会的共同利益最大化。

马雪莲表示，将与广大客户更好地合作，围绕市场需求，在产品设计、开发和营销上主动关注和满足经销商、消费者的需求，创造更好的服务价值，做好做强做大“安多牧场”牦牛、藏羊品牌，让更多人享受到这真正的天然美食。



安多有机牦牛、藏羊肉品再获金奖证书。

## 中国重汽 HOWO—T7H 系列中高端重卡：赢得大客户青睐



中国重汽集团副总经理于有德(左一)向四川德诚物流有限公司交付T7H系列重卡钥匙。

■ 本报记者 赵健 摄影报道

5月22日，中国重汽集团在四川乐山隆重举行了向大客户四川德诚物流有限公司交付40辆HOWO—T7H系列中高端重卡交车的仪式。

据悉，HOWO—T7H系列重卡是中国重汽历时三年多时间的潜心研发，全面引进、消化吸收德国曼技术，精心打造的一款国内同步上市的中高端重卡。它匹配德国曼技术发动机、单级减速车桥及相关总成、零部件，其可靠性、经济

性、技术指标达到优秀水平。整车匹配设计着力关注产品的可靠性、经济性、安全性和环保适应性；车型涵盖牵引车、载货车、自卸车、厢式车、搅拌车、专用车等多个品种，适合于城市、省际、长途的货物运输，以及各种专用车作业，能够满足不同用户群体的需求，T7H系列重卡如今厚积薄发，将全面提升中国重汽在公路用车市场上的竞争优势。

特别是T7H系列重卡装配曼公司的发动机后，具备了无可比拟的寿命长、油耗低、扭矩大、自重轻等优势。尤其是成都地区今年7月1日机动车排放由国III排放标准切换成国IV排放标准，T7H系列重卡曼发动机则完全满足新标准的要求，不仅顺应法规要求，也让广大用户感受曼公司世界级发动机的强劲魅力。

作为西南地区最具影响力的煤炭物流企业，四川德诚物流有限公司一次性采购如此数量众多的T7H系列重卡来满足企业自身发展需要，凸显大客户对中国重汽HOWO品牌的信任和对四川重汽作为国内重卡行业领军人物的认可，迅速产生了强烈的眼球效应和连锁带动效应。

## 武钢借势“渝洽会”推动品牌营销

借助商贸平台，展示品牌形象，拓展市场对接。日前，第十六届中国(重庆)国际投资暨全球采购会(“渝洽会”)隆重开幕。武钢集团以颇具国际范的企业形象精彩亮相，吸引大量中外知名企业对接洽谈。公司副总经理胡望明参加活动。

本届“渝洽会”以“投资促进、全球采购”为主题。集投资洽谈、全球采购、产品展示、经验交流为一体的国际性商务展会。

武钢高度重视“渝洽会”的参展组织工作，公司主要领导作出指示，要求充分利用好大型会展的展示平台，宣传推广武钢品牌形象，将武钢应对钢铁行业危机调结构、拓市场的新产品积极向外推介，为武钢主业坚守阵地，相关产业阔步发展进行文化营销和市场铺垫。

胡望明对武钢企业文化部精心组织策划、细致布置工作给予肯定。武钢展厅与世界知名的500强企业放在会场的中心位置，彰显国际风范。国贸总公司、营销总公司、研究院、硅钢事业部、工技集团、氧气公司、武新建材公司、耐材公司、重工集团等单位精彩亮相，突出武钢在钢铁主业与相关产业发展上的亮点，反映钢铁各方面的业绩，达到“展形象、推品牌、拓市场、促贸易”的目的，有效地推广了武钢的品牌形象及市场拓展力。(新华)

第八届中国-东盟博览会指定植物饮料  
第七届中华健康管理论坛唯一指定饮料

## 中国防霾饮品领航者

无糖型 低糖型

雾霾真的像钟南山所言比非典更可怕吗?

- ★北京上海广州雾霾天数占到了全年天数的近55%
- ★中国仅1%城市达到世卫组织推荐的空气质量标准
- ★全球污染最严重的10个城市中就有7个在中国

如何抗击“隐形杀手”PM2.5?

主要源自汽车尾气和工业废气的PM2.5霾粒随时都会让人体无法抵挡而通过支气管和肺泡进入血液，直接危害健康。保护肺叶才能从根本上消除PM2.5的危害，以中医润肺首选罗汉果为主料的百泓罗汉果饮料无疑就是极佳的“护肺使者”。

百泓罗汉果何以成为清肺防霾的首选?

- ★专利领先的优势：百泓罗汉果采用低温烘烤专利技术，其干果营养成分比传统技术提高了50%以上。
- ★防霾配方的优势：百泓罗汉果的配方融入清肺防霾的独家技术，让罗汉果天生清肺的功效发挥极致。

招商热线：400-008-3993  
团购专线：0771-2386885

生产商：广西惠康生物科技有限公司  
地址：南宁市科园大道西九路5号  
网址：http://www.gxhksw.com

护肺使者百泓引领防霾时尚