

12 白酒金三角 Liquor Golden Triangle

2013年,在行业转型期,川酒在转型中主要呈现出三大特点:抱团触电、集体发力中低端、集体走向国门。那2014年,川酒该如何破局呢?

2013 川酒的三大转型特点 酒企业绩出现下滑

特点一:抱团触电

●川酒商城
2013年12月20日,首个川酒专属永久电商平台——川酒商城正式上线。五粮液、泸州老窖、水井坊、沱牌等知名川酒品牌已在川酒商城开设官方旗舰店,四川规模以上白酒生产企业也纷纷报名参加,将陆续入驻川酒商城。

●牵手酒仙网
2013年春季糖酒会期间,红楼梦酒业继续与酒仙网进行合作,其主要战略措施将进一步的强化腰部产品,把50—300元左右的产品作为推出的重点产品。

9月,泸州老窖与酒仙网签约展开战略合作。

●天猫旗舰店
11月,郎酒开始“触电”,在天猫商城开设了官方旗舰店。

●自建电商平台
四川沱牌舍得酒业与我查查信息技术有限公司(上海)有限公司签署协议,就搭建沱牌舍得厂家网络直销平台事宜达成一致。沱牌舍得厂家网络直销平台的搭建是以我查查推出Web版网页服务为基础和契机的。

特点二:集体发力中低端

以五粮液、泸州老窖等为代表纷纷推出中低端价位白酒,以老品牌驱动性价比白酒的流行。其中,泸州老窖正式推出了小酒新品“泸小二”,定价在十几元到几十元之间。此外,沱牌舍得推出价格在100—300元之间的曲酒系列产品。

四川川源酒厂:川源酒厂总经理包俊峰透露,“我们希望通过融合川酒传统基因和顶尖的酒体设计制造出符合老百姓消费的酒。”他表示,川源酒在市场定位上主要瞄准每瓶



渝酒首次评出十大本土名酒

渝酒产业开始寻求品牌化发展路径。日前,重庆市商委和重庆市酒类管理协会公布了该市评选出的“重庆十大名酒”品牌,诗仙太白盛世唐朝、江津元帅酒等10个酒品牌获此殊荣。此外,诗仙太白酿酒师程宏连等5人获得酿酒大师称号,另有5名酿酒师获得酿酒大师提名奖。

据了解,这是重庆第一次集中考察本土酒类产业,并评选出本土名酒品牌。重庆十大名酒品牌为:诗仙太白52°盛世唐朝、诗仙太白52°柔顺新花、江津53°元帅酒、42°钓鱼台酒、45°金佛春酒、52°渝北老窖、忠州酒业52°乌杨白酒、涪江酒业52°涪江大曲、巴王酒业52°石柱高粱红酒和重庆啤酒山城国宾啤酒。

重庆市商委酒类管理处处长戴云告诉记者,此次评选历经半年多的时间,考察了该市100多家酒类生产企业,最终选出了这10个白酒产品品牌。

“评选有三大硬性指标和一个软性指标。”重庆市酒类管理协会副秘书长高怀昌告诉记者,第一个硬性指标是年产能要达到2000万元以上;其次,年产量最少要达到500万吨;第三个指标则是相对复杂的市场覆盖率考核。而软性指标则是综合考量酒品牌在重庆酒类消费群体中的知名度和信誉度。

“本土酒品牌是该塑造整体品牌形象的时候了。”某酒业人士向记者表示,但本土酒品牌整体弱势,尤其是在高端市场,外地品牌呈垄断趋势。

来自重庆市商委酒类管理处的数据统计,近两年来,该市酒类消费市场每年达到120亿元,但其中诗仙太白和江津酒厂两家本土龙头的总销售额也只有不到20亿元,其他酒企销售额上亿的几乎没有,这就意味着大部分市场落入了外地品牌囊中。

重庆市商委副主任刘天高说,直辖以后,重庆酒产业从川酒中分离出来,逐渐形成渝酒的品牌。从产量上看,是逐年递增的,但从品牌影响力上来看,却相对乏力。此次评选重庆十大名酒和酿酒师,目的在于鼓励该市酒类生产企业重视品牌塑造和质量把控,从整体上打出“渝酒”的品牌影响力,让重庆酒产业加快品牌化发展。

(重庆商报)

100元以下的市场,以“二锅头的价格,国窖的质”突出性价比。

四川酒企远鸿小角楼酒业有限公司:经历重组改制后的小角楼将发力中端白酒,力图在10年内年收入从目前的近4亿元到突破百亿元。

剑南春、水井坊等白酒企业也纷纷推出价格在200元至400元区间的中端新品。

五粮液:7月23日,五粮液在成都举行中端新品发布会,会上五粮液推出了中价位的五粮特曲、五粮头曲战略新品,价位200元至500元之间。此后五粮液也加快了推出新品的步伐。

9月8日,五粮液品牌战略新品35°、39°、42°三款五粮液低度产品及一款“五粮液2013中国梦纪念版”产品正式面市。

郎酒:在2013年全国糖酒春交会上,郎酒集团旗下流通事业部携嘉宾郎、如意郎、福郎等三款新品华丽亮相;老郎酒事业部也针对1956和精品老郎酒,推出双瓶礼盒装,包括老字号经典款与喜庆贺礼款。

水井坊:9月,四川水井坊股份有限公司召开了2013年第一次临时股东大会,宣布2013年将推出10款新产品,大多针对中低端市场。水井坊董事长黄建勇表示,这6款产品价格大多在几十元到一两百元之间。据公司董秘张宗俊介绍,目前定价最低的产品仅68元/瓶。

经销商看中低端

一五粮液经销商透露:高端白酒市场的表现非常低迷。高端白酒没多少人喝了,中低端白酒的终端零售市场开始抬头。100元~300元价位段的中端白酒销量有所提升,逐渐成为市场主流消费,而这个价位也是大众所能接受的商务价位。另外,100元以下的大众消费白酒目前受经济大环境的影响较小。

四川省内一家知名品牌白酒企业负责

人:目前产品中,20元—50元的产品仍然占到总产量的80%,50元—200元的产品占到5%~10%,不主张做中高端产品的原因就是,本土消费能力现状决定市场和产品导向,高端白酒卖不动。

特点三:川酒走向国门

6月23日,沱牌舍得携手中国服装设计师大文波先生高调亮相米兰时装周。

6月16日,在以“充满机遇的世界”为主题的法国波尔多第17届国际葡萄酒与烈酒展览会上,包括贵州茅台、五粮液、古越龙山等20家中国酒类企业及2000多名中国酒类批发商汇聚于此,寻找商机。其中,五粮液、泸州老窖、剑南春、水井坊、沱牌舍得、丰谷、高洲酒业等7家四川白酒企业集体以“中国白酒金三角”名义参展,向国外酒商推介中国白酒的核心产区。

在2013年成都财富全球论坛上,水井坊成为《财富》全球论坛唯一指定白酒。截至目前,水井坊的产品已经在21个国家和地区的有税及免税市场和超过40个全球国际机场免税系统销售。

7月12日,五粮液集团公司同国家体育总局乒乓球羽毛球运动管理中心在成都签署战略合作协议。五粮液成为中国乒乓球队世界冠军商和中国乒乓球协会官方主冠名商,将全力支持“国球”备战2016年奥运会。

川酒问题与现状

目前全省有生产许可证的白酒企业有1300多家,占到白酒企业总数的26%,其中规模以上企业只有306家。规模以上企业的数量仅仅占到拥有生产许可证的企业总量的四分之一,而若加上诸多未取得许可证的小型白酒企业的话,那么占比更少。

在限制三公消费政策、禁酒令等多方因素下,高端白酒销售受阻,白酒行业进入深度调整期。为了突围,酒企们将目光锁在了中低端价位市场。

低价酒抢占市场 四川川源酒业冲击8000万元销售额

推低价酒抢占市场

“川源2014年要创建20个样板市场+100家经销商,打造销售团队20—100人负责全国市场,销售任务目标为8000万元。”这是四川川源酒业有限公司(下称川源酒)营销中心总经理包俊峰对记者说的一番话。

据了解,目前川源已推出批发价格控制在200元之内的六大系列产品,包括品牌产品——川源独立包装(大师设计)系列;利润产品——川源基酒系列、川源独立包装(大师设计)系列;销量产品——川源小酒系列,川源定制系列,川源低度系列。

对于酒企发力低价位酒一事,知名白酒营销专家肖竹青表示,众多酒企同时大力开发低端白酒,如果没有“性价比”优势,将无法在这轮市场调整中走出来。而以川源酒厂为代表的邛崃酒厂储备了大批优质原酒,很多原酒超过了30年,如果顺应全国白酒消费趋势,以优质酿造技术酿造老百姓喝得起的好酒,将迅速为川酒的新一轮革命打开局面,甚至引领整个白酒产业的复兴。

二锅头的价格 国窖的品质

在以五粮液、泸州老窖等为代表的川酒纷纷推出中低端价位、以老品牌驱动性价比

白酒之际,四川川源酒厂也直接喊出了创造川酒新革命的口号,“川源系列产品的战略定位就是以高品质为核心的多元产品的深度开发,以‘二锅头的价格,国窖的品质’突出产品的性价比,让老百姓能用有限的钱喝到更高档的酒。”包俊峰说。

包俊峰表示,中国中产阶级的崛起从而引起的生产方式和生活方式的转变,使得消费回归理性,这是川源未来面临的最大的商机。包俊峰认为,川酒特别是邛崃白酒仍然是全国白酒最重要的产地,但在近20年的两次革命中均错过了发展品牌的良机,而以川源酒厂为代表的邛崃酒厂储备了大批优质原酒,很多原酒超过了30年,如果顺应全国白酒消费趋势,以优质酿造技术酿造老百姓喝得起的好酒,将迅速为川酒的新一轮革命打开局面,甚至引领整个白酒产业的复兴。

据介绍,川源酒业酿酒技艺领先于行业内,迄今为止,川源传统手工酿造技法仍在传承,并在酿造上讲究艺术灵感和传统工艺的谐和。一方面,川源所有基酒均为自己工厂手工酿造,并积累30多年基酒酿造经验,酿酒品质领先于邛崃的酿酒行业。另一方面,川源酒由国家级调酒大师、国窖1573酒体设计者亲自调制,酒质口感更适合中国绝大多数消费者。此外,川源具备独特兼香型酿酒工艺,是仅次于酒鬼酒、口子窖的中国第三大兼香型酿酒企业,兼香型的前浓、中清、后酱混合



金三角酒业协会会长王国春:川酒企业面临的问题,一是大而不精,二是保守自傲。目前白酒金三角产区之内的各个地区都做了自身的产能规划,例如宜宾、泸州、邛崃。著名白酒专家胡永松认为:这种地方性的、区域性的产能发展规划,和十二五发展规划还有全国白酒产业规划如何衔接?值得思考。需要在一个统一的平台之下,合理规划产能,这才是统一发展金三角产区的前提。

川酒的出路

对于川酒来说,学习同业先进经验与做法成为必经之路,而对于创新的重视也提到了前所未有的高度之上。

从四川省政府到行业协会,都已经加快了对白酒金三角的建设力度,对于这个首先主打产区概念的地方来说,在统一的标准之下,在统一的平台之下,统和、高效是抱团发展的关键。

五粮液集团前董事长王国春表示,川酒企业前景是值得担忧的,各白酒企业需要有一些危机意识,需要向外省酒企学习,要与“市”俱进。川酒要继续学习,即学习省外的技术创新。景芝发现市场口感发生变化,发明了芝麻香型,这就是继承创新发展型学习。

(糖酒快讯)

今年四川泸州将继续 做大做强做优酒业

1月15日,四川“中国白酒金三角”酒业协会、泸州市酒类行业协会专家学者、企业代表齐聚一堂,交流协会工作,分析行业形势,探讨白酒行业未来发展。

泸州市委书记蒋辅义出席会议并致辞。泸州市市委常委、市纪委书记、市酒业发展领导小组组长田亚东出席会议。

蒋辅义说,在酒业遇到严峻挑战时刻,酒业协会联谊茶话会在泸州召开,对泸州酒业发展是巨大促进。2013年,泸州市市委、市政府在酒业发展上提出“稳定质量、稳定市场、稳定队伍”的方针,扎实推进相关工作,全市酒业产量和销售收入保持增长态势。2014年,泸州市将仍以酒业为主导产业,采取更加积极有效的举措,努力把酒业做大、做强、做优。

针对白酒行业当前的发展压力与挑战,与会专家参与讨论,分别作了《川酒如何应对竞争的新形势》、《白酒正能量的宣传模式》、《白酒食品安全、质量控制及监控等要点》等专题发言。与会专家认为,泸州以白酒产业为主导产业,大气魄、大阵容发展白酒产业,有很多办法可以借鉴。专家认为,2014年全国白酒行业重要调整期,酒类企业需要调整产能过剩问题,坚持不断提升白酒品质,坚持以市场为导向,生产百姓喝得起的好酒,满足群众的基本需求。(泸州新闻网)



香型和其它白酒相比有明显的优势。

“川源酒业发展的愿景是打造中国白酒产业性价比标杆企业,我们希望通过融合川酒传统基因和顶尖的酒体设计制造出符合老百姓消费的酒,使川源成为白酒行业划时代典范,成为中国未来白酒行业又一大名酒。”包俊峰如此告诉记者。

据包俊峰介绍,川源未来的区域战略定位将立足邛崃、成都两大区域中心,形成以邛

崃为资源(基酒)基地和研发加工中枢,以成都为管理和营销中心的遥相呼应区域战略格局。市场方面,川源在全国设立八大营销区域,并选择8家省会城市,长三角、珠三角和沿海共10家地级市以及5家全国百强县作为首批重点开发对象。此外,目前川源酒业招商、招标以及招聘的“三招”工作也在如火如荼地进行着,其川源小酒系列也即将在湖北和河南上市。

(编者整理)



上海产权市场:董酒高比例股权转让

上海联合产权交易所最新消息,贵州董酒股份有限公司22.22%股权已在上海产权市场挂牌,实施公开转让。这是近年来上海产权市场上出现的高端白酒企业最高比例的股权转让项目。

据上海联交所人士介绍,贵州董酒22.22%待转让股权项目,是2013年12月24日起在上海产权市场公开进行意向挂牌的,意向挂牌期限为一个月,至2014年1月23日止。这一项目挂牌以来,已引起国内外众多投资者的关注。

代理经纪机构北京九汇华纳产权经纪有限公司人士称,此次挂牌转让股权的持有方,是贵州董酒的两家基金股东,持股比例分别为17.14%和5.08%。由于两家基金存续期将到期,基金决定转让所持的董酒股权。董酒与茅台,是贵州省的两大名酒。

相关人士认为,受“三公”消费限制以及公务高端酒“禁酒令”的影响,白酒市场正在承受较大的压力。

资料显示,董酒在改制之前的1992年生产量居全国名酒前茅,随后不久就进入

了漫长的停产改制期,停止销售长达10余年,所以储存了大量的优质原基酒。2012年11月,随着相关技改项目的竣工,贵州董酒已经具备年出品万吨吨品质董酒的产能。

机构人士表示,新的资本要进入白酒领域,除了收购老品牌以外,新启用品牌难度极大。具有做成全国性品牌能力的,也只能是少数的中国名酒品牌。此次22.22%董酒股份的出让,或是进入白酒领域的一个机会。

(新华网)

