

12 白酒金三角 Liquor Golden Triangle

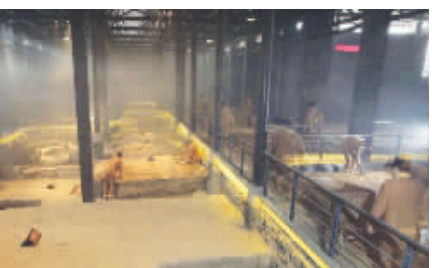
2014年酒博会打造永不落幕的专属展场

备受关注的2014年酒博会，将于3月23日在泸州酒业集中发展区举行。记者从泸州市商务局获悉，今年的酒博会将再升格，由地方政府主办变成由中国酒业协会主办，展会名称也由“西博会白酒专业博览会”变成“中国国际酒业博览会”。目前，包括茅台、五粮液等16大名酒企业有望悉数到场，国际国内40多家各类知名酒企和河南、山东、福建等酒协将组织当地企业抱团参展。

2014酒博会亮点纷呈

据泸州市商务局有关负责人介绍，2014年的酒博会，规格更高，由地方政府主办变成由中国酒业协会主办。展会名称也由“西博会白酒专业博览会”变成“中国国际酒业博览会”，主办方改变为中酒协，突出了展会的专业性，展会名称的改变则突出了国际性和范围广的特点。除了国内名白酒、红酒、啤酒、黄酒、果酒等外，还包括法国、巴西、澳大利亚等国际知名烈性酒、葡萄酒等，增加了本届酒博会的知名度、美誉度和影响力。

同时，泸州市决定本届酒博会公开遴选品牌策划和运营商，选择国内一流的专业团队进行策划运作，负责本次酒博会各项活动创意策划、设计和实施；争取在3—5年内将酒博会打造成国内一流、国际知名的专业性展会，并以此推动泸州会展业的发展，打造川南会展业中心城市。打造永不落幕的酒博会。



“中国高端白酒文化的引领者”曾经是水井坊的核心定位，而这个定位在“白酒黄金十年”成就了水井坊，如今，行业进入深入调整期，水井坊的高端酒销售出现滞销，从其业绩的大幅下滑则一览无余。如今，水井坊不再选择“守价”，推出腰部产品来扩充自己的产品线。

对于水井坊推新品一事，在业内人士看来，这次白酒行业的调整是深度的调整，高端酒价格下调是大势所趋，水井坊为了守价必将影响企业的未来发展，推出腰部产品是明智之举。不过，在推广中，水井坊产品是否能获得好的招商，还有待观察。

缓解高端酒销售压力

去年12月8日，水井坊宣布，将推出名为“臻酿八号”的新产品，这款产品将主要面

白酒消费遇冷 行业不景气带热老酒收藏

受中央限制“三公消费”等因素影响，白酒行业遭遇“寒冬”，行业的不景气，却带热了老酒收藏热。近日，记者获悉，泸州老窖陈年老酒上海嘉禾秋拍会再创新高。据介绍，泸州老窖携手上海嘉禾拍卖有限公司，精选出1963至1998年的陈年老酒进行专场拍卖。其中1963年的泸州老窖年份老酒创纪录地拍出最高价格1100万元，刷新迄今为止白酒拍卖场上单一标的物成交的历史新高。

据悉，2012年，泸州老窖五届金奖年份老酒北京拍卖专场，1952年泸州老窖金奖年份老酒创纪录地拍出最高价格1035万元，创下了至2012年白酒拍卖场上单一标的物成交的历史纪录。这一纪录于2013年年底被打破。

白酒消费遇冷，但对关注投资收藏老酒的藏家来说，却是难得的建仓机会。投资收藏界的业内人士认为，收藏陈年老酒如同收藏字画一般，十分稀有珍贵，即使大环境波动，不仅价格不会跌，还可能逆市上升，这也反映出作为“浓香鼻祖”泸州老窖的价值所在。

相关人士透露，陈年老酒向来是各大酒企的核心战略资源，中国名优白酒的生产需要用陈年老酒来对基酒进行调味，加入少量的老酒就可以使基酒发生神奇的变化，醇厚陈香，对酒的口感起到画龙点睛的奇妙作用。各大酒企每年都要精选少量高质量白酒，形成梯次作为调味酒储备。因此，各大酒企均视陈年老酒为企业最宝贵的核心战略资源，非常稀缺。

上述人士称，当前临近农历新年，陈年老酒作为高端礼品也非常有特色，因此，此次拍卖活动受到了投资收藏者们的热捧，再次刷新老酒拍卖市场的纪录，实属预料中。

(国际金融报)

据悉，本届酒博会除了新闻发布会、老窖公司的封藏大典、开幕式等常规的活动外，还将举行国际名酒论坛；在纳溪区大渡镇举办样板酒庄开庄暨酒庄联盟授牌仪式；举行布鲁塞尔烈酒大赛金牌酒庄论坛；举行中酒协名酒收藏分会成立大会等。

筹备工作正在有序进行

据介绍，本届酒博会从泸州市委市政府各成员单位抽调精兵强将，成立了办公室、会务组、会展组、宣传组、后勤接待组等8个工作组，去年12月下旬各个工作组已经抽调人员进行集中办公，确保酒博会各项筹备工作的顺利进行。通过公开遴选，已经确定了本届酒博会的专业策划运营商和场馆搭建商，对本届酒博会的方案进行进一步的打磨和细化。目前，中酒协、场馆搭建商等已经进入驻泸州，并与酒博会筹备领导小组办公室联合办公，以加强沟通和协调，各项工作正在有序推进。

酒博会主展场达4万平方米

据悉，本届酒博会主展场展览面积4万平方米，分设名酒馆(国内外主要名酒产品展示)、省区馆(酒类主产区地方名酒集中展示)、综合馆(其它酒类产品及包装、印刷、物流、金融等衍生产品展示)和室外展区(酒庄、酒库、大师工作室等展示)等功能性专业展馆。其



中，名酒馆和省区馆将邀请专业设计公司进行专业化设计、搭建和运作，将其作为参展中外名酒企业在“中国酒城”固定开设的、具有永不落幕的酒博会专属展场，供酒博会后外

地游客及客商团队参观和采购。据了解，去年参会参展酒博会的观众是27万，预计今年将超过30万人。(泸州新闻网)

高端酒业洗牌加剧 水井坊急推“腰部”产品

对“自买自用”个人消费市场，产品零售价位位于428元/瓶。

而据了解，这也是水井坊新任总经理大米上任后推出的第一个新品。对于推新品的初衷，水井坊对记者回应称，目前，消费趋势在变化，过去消费的场景是应酬场合，未来则是聚餐场合，消费者的消费心态也在改变，过去买贵的，如今是只买对的。水井坊推出此价位的产品就是为了满足消费者的需求。

众所周知，水井坊多年来一直走的是高端产品路线，其价位在千元以上。在“限制三公消费”、“禁酒令”等政策下，我国的白酒行业进入深度调整期，高端白酒一下子失去了昔日的辉煌。在以茅台和五粮液为首的高端酒销售受阻的情况下，价格的下滑也积压了水井坊等市场空间。为“保价”而没有降价的水井坊销售更是雪上加霜。这从其业绩表现可以看出。

根据水井坊2013年的三季报显示，2013年1月—9月，公司实现营业收入4.89亿元，同比下降60.47%；归属于上市公司股东的净利润为3459.98万元，同比下降89.1%；每股收益0.071元。

虽然水井坊也有自己的中低端产品，比如“天号陈”系列酒，然而，天号陈的销售多数集中在四川省内，缺席省外市场。

如今，水井坊推出“臻酿八号”，且价位在500元以下，其目的就是扩充自己的产品线。水井坊要改变依赖高端白酒团购的尴尬处境。

在白酒资深专家铁犁看来，水井坊受高端酒调整影响较大。其主动向下寻找价格出路，推出腰部产品的策略是正确的。另外，腰部产品也会给公司带来业绩的改善。

全国市场推展或遇阻力

在业内人士看来，此轮白酒行业的调整大约需要3年至5年。而高端酒的价格及销售不可能再回归到之前的水平。因此，酒企纷纷推出低价位的酒来降低高端酒销售不畅带来的业绩压力。但是，当所有的酒企将目标都盯在腰部产品时，市场竞争必将更加激烈。

事实上，为应对高端酒销售遇阻给公司带来的业绩压力，一线酒企五粮液就在腰部产品上做了文章。公司在推出五粮头曲、特曲和精品特曲外，又推出了低度低价位的酒来扩大产品线。通过实践证明，五粮液的系列酒在较短的时间内取得了不错的业绩。

如今，水井坊也效仿其他酒企开始发力腰部产品，但是，水井坊的市场拓展能否像五粮液那样取得较好的收获呢？

对此，白酒资深专家铁犁接受记者采访时表示，水井坊的高端策略成就了当时的水井坊，为其带来了品牌价值。如今，高端酒受到行业调整销售减少一半，水井坊早晚要退出高端市场，定位到次高端市场。

对于水井坊的市场推广，铁犁表示，一个新产品的推广是否能得到老经销商的认可和经销商的牵手，这要取决于水井坊品牌的影响力。不过，500元/瓶的价位的酒符合市场的需要。

在资深白酒专家肖青青看来，水井坊推出腰部产品丰富产品结构的战略是对的，不过，由于水井坊的销售队伍处于边缘化状态，水井坊能否给经销商带来丰厚利润，解决好价差问题，这都需要水井坊在营销模式方面作出调整。在肖青青看来，卖方要有利润，而买方则要求性价比，这是水井坊目前要考虑的问题。

为应对市场调整，水井坊迈出了与其他白酒企业一样的步伐，决定在中价位区间寻找新的机遇，但挑战大于机遇。

对此，水井坊对本报回应称，公司产品未来要回归消费者、回归大众，实现价值回归。“高品牌价值不等于高价格。未来，公司产品要符合不同消费者以及不同场合的多元需求”。(证券日报)

最近，你只要到仁怀，当地的“酒文化房”一定会给你留下深刻的印象。外地客商母建设说：一进仁怀，酒的味道就扑面而来，这里的酒文化很多、很独特，为仁怀的形象加了不少分。

仁怀：酒文化“酿出”旅游生机

近年来，仁怀市在发展白酒工业的过程中，以白酒文化为媒，酝酿旅游产业，实现了酱香酒产业、酒文化产业和旅游产业的相互依存，相互促进。2013年6月以来，仁怀市投入4000多万元，沿境内高速公路而建的“酒文化房”已经全部完成，2000多户村民住进了“坡屋顶、小青瓦、高粱红、雕花窗、酒元素”的新房。仁怀市住建局村镇管理站站长王首发说：这种房屋是对“四在农家”房屋改造的延伸和深化，同时更符合中国酒都仁怀的地域特点。

为使仁怀酱香酒能赚取更多的眼球，仁怀2013年5月启动了“茅台镇酒文化展示体验区”建设。该项目概算投资4.8亿元，目前已完成投资1.2亿元，预计2015年就可以建成对外开放，建成后的目标是日均接待游客3000到5000人。

与此同时，仁怀市许多酱香酒企业也把宣传商机，更加注重酒文化传承、挖掘和保护。在中心酒厂，没有喧嚣的生产厂房，只有一栋栋古色古香的建筑，每年前来旅游观光、品酒洽谈的游客络绎不绝。(遵义在线)



四川设白酒地理保护标志 买酒或需出示身份证

近几年，国家为保障未成年人权益，不断地制定对其保护条例，针对未成年人抽烟人群逐渐增多，国家规定商店不准向未成年人出售香烟，近日四川省又规定不得向未成年人出售酒类产品。

近日，在四川省第十二届人大常委会第六次会议上，审议了《四川省酒类管理条例(修订草案)》。其中拟规定：禁止向未成年人出售酒类产品，违者最高可罚款2000元。同时，加大对假冒伪劣名优白酒等的处罚力度、增设对白酒“地理保护标志”的保护及

加大对生产企业周边大气和水资源的保护等。

顾客或需出示身份证

《四川省酒类管理条例(修订草案)》规定，酒类商品是指酒精度(乙醇含量)大于0.5%的酒精饮料，包括啤酒、葡萄酒、果酒、黄酒等发酵酒；白酒、白兰地、威士忌等蒸馏酒。禁止向未成年人出售酒类产品。四川省人大法制委员会负责人表示，商

家可在卖酒时查看顾客的身份证件确认年龄。对于擅自向未成年人出售酒类产品的商家，最高可罚款2000元。

设白酒地理保护标志

此次《四川省酒类管理条例(修订草案)》中，增加了对白酒“地理保护标志”的保护，鼓励白酒生产者申请使用“中国白酒金三角(川酒)”地理标志产品专用标志。四川省将制定并发布知名酒类品牌准入制

冯小刚的电影《私人订制》的风靡，标志着中国已经进入个性化消费时代。当前，在白酒行业开始流行私人定制，定制酒市场前景广，已成为白酒“大佬”的必争之地。定制这种以往小众的渠道如今正在有心人的推动下亲近大众消费者，前景被普遍看好。

定制酒市场前景广 白酒流行“私人定制”

据介绍，个性化定制的酒体形态涵盖茅台年份酒、飞天茅台、汉酱等所有贵州茅台股份旗下产品，定制酒的价格会略高于现有各种非定制类酒体。目前主要向个人和企业开发业务，未来业务还将围绕“个人个性化定制、企业定制、中外名人定制、区域定制”展开。

泸州老窖以国窖1573封藏定制酒壹号、中华坛、国韵、国礼、国花、君冕、君睿、至尊等8款大坛定制酒，已实现销售收入超10亿元。业内认为，定制酒在未来呈现的升值空间是吸引投资者们最大亮点。

其实定制酒的品质跟主品牌是一样的，我们可以自己选择，指定定制某某酒，但定制的价格具有明显的团购优势，是终端零售酒不可比拟的。如市场上常见的一款中高端白酒产品，市场价高达七八百元，但统一定制的进货价仅为200多元。有家企业一共定制了市场价相当于7个多亿元的酒，实际成本只花了4个多亿元，实现净利润1个多亿元。

在高端白酒销售普遍困难的情况下，定制酒销售火爆，充分证明定制白酒能够赢得市场，定制酒市场前景广，贴近消费者，长期会给企业带来较好的利润。(3158名酒网)

中国白酒：去向何方？

去年年底在四川宜宾市举行的“中国白酒转型升级”高峰论坛，集聚了酒水营销业内人士、白酒产业研究专家，他们围绕白酒产业未来发展趋势、突围方式、新形势下的营销策略等问题，分享了研究观点。

论趋势：白酒出路在“人、品、销”

“2012年，白酒产业的关键字是剩、负、禁。”宜宾学院中国酒文化学院的郭五林教授说，“这一年中国白酒产业遭遇了塑化剂、食用酒精勾兑等影响。同时又受中央八项规定影响，白酒产业发展脚步缓了下来，步入深度调整期。”因此，2012年后的白酒产业关键字，就变成低和降。“还有个关键字是争，白酒产业，同时存在着省际竞争和城市竞争。”郭五林同样用关键字概括2013年后白酒出路：“人、品、销”。“理性消费时代中国白酒需要各类人才：酿酒师、勾兑师、检验员、包装工、营销师、政工师、管理员。”郭五林说，还要保证白酒品质，同时做好市场营销。

论转型：多个相关产业虚实融合

针对白酒产业突围，酒水营销业内人士林枫强调以白酒为龙头的产业生态融合。“白酒和文化产业有着天然的基因。白酒产业、文化产业、旅游产业等多个相关产业的多产业之间虚实统合，将竞争提升到一个新的层次——产业生态竞争。”林枫在列举了美国加州盛产葡萄酒的纳帕谷、美国巧克力之城好时镇、台湾埔里酒厂。这三个地方产业发展，都是几个产业生态融合的结果。

而针对白酒行业的发展，深圳市中博兴业有限公司董事长江禹甫提出证券化模式发展白酒产业。“白酒企业可通过商业模式设计、企业并购重组、产品管控变革、金融模式导入、资本市场运营，实现证券化。”(陈淋)

度，建立知名酒类品牌资源保护区，加强对知名酒类品牌企业周边生态环境的保护和管理。四川省目前还有4000多家白酒生产作坊，主要分布在农村地区，无法办理酒类生产许可证。今后，这些“小作坊”可以通过备案登记制度“转正”。为加强对四川名优白酒的保护，四川规定所有产品采取溯源机制。消费者如买到假酒，可以投诉、追溯问题环节，再逐级追查。(四川在线)