

名酒回暖 中价位品牌市场潜力巨大

■ 张琛

近期,白酒行业开始出现复苏迹象,高端酒纷纷进入涨价通道。尤其是自9月15日起,52度新品五粮液出厂价恢复调整为739元/瓶。澄泓研究大消费工作室分析师杨爽分析认为,本轮行情上涨原因:一是消费升级带动个人需求上升;二是渠道补库存;三是行业估值修复、防御性较强。随着消费的升级,高端、次高端白酒增长空间打开,未来行业会缓慢复苏。

中价位白酒需长期培养消费者

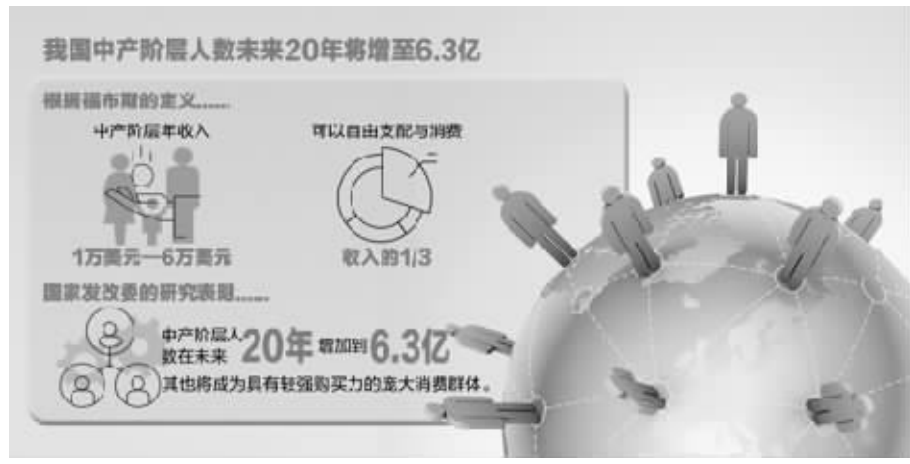
在此轮行业缓慢复苏的过程中,中价位白酒将会迎来市场上升空间。上海观峰智业董事长杨永华认为,目前中价位白酒产品还处于消费者培养阶段,随着消费者消费水平的提高,理性消费以及健康饮酒观念的崛起,此类产品会强势崛起。

在2016年3月20日举行的五粮液战略新品发布会上,五粮液集团公司总经理、股份公司董事长刘中国表示,近年来,五粮液主动谋求改革转型,为加强腰部产品深耕,促进旗下核心系列酒品牌——五粮液更好地发展,五粮液公司组建了宜宾五粮液品牌营销有限公司。五粮液品牌一直深耕中价位,且取得了很好的成效。

五粮液股份公司副总经理朱忠玉在会上对五粮液提出了“把握消费趋势、营销创新、培育忠诚消费者、完善营销体系、推动渠道转型”的努力方向。

五粮液品牌营销有限公司总经理田常春在会上介绍说,此次发布的新品五粮液,由多位国家级酿酒大师历时两年调制,口感上更添柔和,酒品度数优化后,符合现代文明饮酒、理性饮酒的新趋势;包装设计上也创新时尚、沉稳大气、灵动新颖。

北京盛初营销咨询有限公司董事长王朝成表示,白酒行业在本轮调整中,消费者对白酒的口感、度数和品质,以及消费习惯又有了



新的变化。五粮液公司推出的战略新品与当前的消费趋势具有内在一致性,是积极应对变化的表现,前景看好。

中价位白酒品牌绝对优势凸显

经过这一轮的消费升级,白酒行业势必会迎来较大的洗牌。近期,有调查显示,在当下白酒购买的影响因素中,大家最看重的是品牌,其次是产品品质。因此,有品牌力、产品品质好的白酒势必会成为之后发展的风向标。

杨永华表示,目前由中高端白酒涨价带动的此轮白酒业回暖说明,品牌是白酒的主要属性之一,白酒的产业集中度属于弱集中,但以品牌为核心的中高端白酒则属于强集中,强垄断。此外,具有全国性品牌的中价位白酒在与地产白酒品牌的竞争中,品牌的绝对优势得到了凸显。

众所周知,过去白酒企业纷纷进军高端酒,在大众价位的品牌建设上有所忽略。有业内人士表示,如今随着白酒消费向大众消费回归,白酒企业需要在品牌塑造上着力。而且未来拥有购买选择权的是消费者自身,因此品牌拉力将比渠道推力更加重要。

五粮液股份公司副总经理朱忠玉也曾表

示,当前白酒中价位市场迅速扩大,优秀品牌企业前景看好。此次推出的新品五粮液,是五粮液公司推进供给侧改革,创新产品体系发力中价位市场的具体落地。

但事实是,到目前为止,在中档白酒领域至今还没有一个统领全国的大单品。五粮液品牌营销有限公司挂牌成立,就在某种程度上承担起了打造这样一款超级大单品的重任。

据了解,五粮液在1995年诞生之初,当年销售额就突破了亿元大关,到2013年,五粮液年销售量突破3万升,2015年品牌价值高达98.65亿元。应该说,过去20年,五粮液完成了第一阶段战略布局之后,已经具备成长为五粮液旗下新超级大单品的基础。而且,五粮液在多年的市场运作下也形成了坚实的品牌消费基础。

刘中国在五粮液新品发布会上表示,五粮液具备良好的成长空间,要肩负起责任,不仅要实现自身价值,成为中价位第一品牌,更要带领中价位白酒实现价值回归。

总体而言,五粮液是“五粮液公司做强中价位市场环节中的核心战略品牌”。五粮液公司要深入研究“提升品牌形象、创新厂商模式、强化公司化运营”等,推动五粮液品牌迈上新台阶。

中价位白酒未来增长潜力巨大

目前,业内有部分人唱衰白酒业。然而,从国际横向比较,我国人均烈酒消费量距天花板较远。白酒在我国传统文化中根深蒂固,同时年轻一代仍在消费,因此白酒并不会消亡。

谈到中价位白酒未来的发展潜力,杨永华表示,中价位白酒未来的增长潜力非常大。原因一是基于消费者消费水平的提高;二是基于少喝酒、喝好酒的消费理念逐步深入人心。

根据福布斯的定义,我国中产阶层指年收入在1万美元至6万美元,收入的1/3可以自由支配与消费。

国家发改委的研究表明,我国中产阶层人数在未来20年内有望增加到6.3亿人,而他们也将成为具有较强购买力的庞大消费群体。

同时,有数据显示,80后、90后是计划生育实施以来出生人口数量的高峰,目前超过4亿人。这部分人群更加看重品牌,追求时尚与个性,具有超前的消费意识与强烈的消费冲动。随着经济上走向独立,以及作为独生子女与拥有相对较为富裕的家庭,80后、90后的购买力正在逐渐释放。

因此,尽管近年来白酒业的发展遭遇国家政策的压制与经济增速减缓,但在中产阶层人数不断扩大与80后、90后强势崛起的背景下,城镇居民消费继续升级,而中高端白酒在逢年过节,家人、朋友相聚中也将逐渐被作为常态消费品消费。

反映在市场上,从今年年初白酒业开始出现较为明显的回暖迹象,白酒股也开始持续走高。在经历了一段上涨后,近期白酒股进入了回调。业内人士认为,白酒板块短期回调不影响长期向上,当前回调正是择机加仓的良机,预计下半年白酒股仍存在继续震荡上行的可能。

“建湖大米”被认定为“中国驰名商标”

近年来,江苏省建湖县大力推进农产品质量品牌和标准化建设,坚持“三名”商标、地理标志商标、省名牌、认可认证、农业标准化建设同施策、同发力、同争创,推促现代农业高效化发展,提升农副产品市场竞争力。

强化中国驰名商标建设。建湖县着力从已认定省著名商标中遴选优质农副产品争创驰名商标,重点培育,精准培植,今年将“建湖大米”列为驰名商标重点培植对象,支持和指导建湖县粮食行业协会积极争创驰名商标,“建湖大米”商标成功申报并被认定为“中国驰名商标”,成为建湖县首个以区域命名、首

个被认定的农副产品类“中国驰名商标”。

强化地理标志商标建设。建湖县将“建湖大米”“九龙口大闸蟹”“建湖青虾”“建湖草鸡”等列为重点培植对象,支持和指导相关专业协会大力申报地理标志商标。“建湖大米”2008年获原产地证明商标,2013年获地理标志证明商标。今年初,“建湖青虾”“建湖草鸡”被国家工商行政管理总局商标局认定为地理标志商标。目前,该县共认定地理标志商标5件。

强化省级名牌商标建设。建湖县市场监管局作为商标品牌建设的实施部门根据农业

产品特点,增强商标意识,实行梯次培育,强化商标引领,创塑“建湖商标”,打响“建湖品牌”,为争创高层次商标名牌夯实基础。“建湖大米”先后被认定(再认定)为市知名商标、省著名商标、省名牌产品。目前,建湖县拥有中国驰名商标总量12件、江苏省著名商标总量49件、江苏名牌产品总量55个,位列盐城市各县(市、区)第一。值得一提的是,在已认定省名牌产品和省著名商标中,建湖县农产品类占比有了较大提升,达到6个(件)。

强化认证和标准化建设。建湖县市场监

管、农委、粮食等部门齐心协力共推农业标准化、质量管理、认可认证等一系列体系与品牌建设,“建湖大米”通过QS食品安全许可认证及县粮食行业协会产地认证,先后通过ISO9001国际质量管理体系认证、ISO22000食品安全管理体系认证,取得国家级“放心米”和绿色标志11个,通过认证无公害农产品209个、绿色食品39个、有机产品6个、地理标志农产品3个。据了解,目前,建湖县建成国家级农业标准化示范区3个,其中无公害稻米类有2个;建成省级农业标准化示范区2个,另有1个省级标准化试点项目正在有力有效推进实施之中。(李翔 刘祝春 毛长军)

宜怎样对待 ISO55000

■ 蒋坛军 资深管理顾问

2014年1月15日,ISO(国际标准化组织)颁布ISO55000资产(含设备)管理体系的三份标准文件(见备注);2015年12月,已被转化中文版国家标准(征求意见稿)。

(备注:ISO55000《资产管理——综述、原则和术语》ISO55001《资产管理——管理体系——要求》ISO55002《资产管理——管理体系ISO55001应用指南》)

一、在争鸣上,宜怎样对待ISO55000?

就ISO55000的争鸣,已此起彼伏,且有越演越烈之势。争鸣言论褒或贬、对或错、喝彩或喝倒彩,均体现了中国资产(设备)人对这份国际兼国家标准的热情关注、甚至是殷殷期待。但在争鸣的过程中,也出现了不当言行,例如:在公开场所(微信群等)攻击对方的人身、泄露对方个人隐私等。

“一个人挥舞胳膊的自由,止于别人鼻子的地方。”这句名言形象地说明了一个道理:言行是有边界的。盼望不再出现摧毁学术自由精神的类似言行;而且,提醒这类攻击者:网络不是法外之地。

二、在实践中,宜怎样对待ISO55000?

因为在实践中所涉及面错综复杂,故在此只就几个易生误读之处进行叙述:

1. 核心理念

ISO55000的核心理念是“令资产最大化创造价值”,愚以为已涵盖提炼出、或超越了其他各类资产(含设备)管理理论核心理念,例如我国企业普遍更熟悉的TPM(全面生产维护)的核心理念;而且,现阶段国际主流观点认为组织(含企业)是因为创造价值而存

在,而作为组织的构成部分,各类资产(含设备、土地、建筑等),自然也就是为了创造价值而存在的。

(备注:TPM的核心理念是:以创造追求生产系统效率化的极限、以改善企业体质为目标;在现场现物架构下,以生产系统全体寿命周期为对象,追求“零灾害、零不良、零故障”,并将所有损失在事前加以防止;从生产部门开始,扩展到开发、营业、管理等所有的部门;从经营阶层到第一线的作业员,全员参与;利用重复小集团活动,达成“零损失”之目标。<来源:日本设备维护协会《新TPM加工组立篇》>)

2. 不宜狭隘理解“资产”的范畴

“不谋全局者,不足以谋一域”。应将一个组织(含企业)看作为一个“总资产”,继而将“总资产”拆分成“资产系统”“子系统”“单体资产”等层次,再策划如何做到令“总资产”最大化创造价值。

依据高德拉特先生的“TOC”(Theory of Constraints,瓶颈管理),不难得知:若采取的改善措施未有效针对“总资产(即整个企业)”的瓶颈,则该改善措施对该“总资产”的整体收益没有意义(反倒可能浪费宝贵的资源、延误发展时机等);只有改善措施有效针对了“总资产”的瓶颈,“总资产”的整体收益才会提高。而在实际情况中,即便是资产密集型企

业,但有时制约“总资产”的瓶颈,未必就是资产本身,而有可能是其它因素(例如组织激励机制、产品市场定位、产品研发、供应链等)。在此情形下,若还一味顽固地只针对资产本身采取改善措施,最后会发现根本就不能帮助“总资产”增加整体收益。

简而言之,应从企业经营战略的高度来实施ISO55000,而不要陷入“就资产论资产”“就设备论设备”的窠臼。

3. 不宜采用孤立思维对待ISO55000的实践

ISO55000系列标准主要阐述了资产管理的原则、基本框架与流程、基本要求(要点)

等,但未直接细化到日常运行与操作的层次。

作为ISO55000三份标准文件的配套细化书籍,ISO(国际标准化组织)发行的《ISO55000:Asset management-What to do and why?》一书P46-47中,已明确建议:实施ISO55000时,应结合实际情况采纳精益、TPM(全面生产维护)、RCM(可靠性维修)等管理模式。

4. 不宜片面理解资产的价值创造手段

资产(含设备)的价值创造手段,覆盖了资产全寿命周期的各个环节。维护维修确实是令资产创造价值的必要手段(且为基础性手段),但远远不是唯一环节。应从更多的环节来识别资产的价值创造手段,例如:在大批量多品种的市场环境下,某些行业的工厂采用单件流,会比大批量生产模式更好;再例如:企业在适当时的上市、并购、持有专利等活动,也完全可令资产创造更多价值。

5. 不宜片面理解价值衡量手段

赞同组织(例如工厂)采用财务方式来衡量资产(含设备)所创造的价值,但不可认为财务方式是唯一衡量手段,而宜依据实际情况来决定恰当的衡量手段。例如,衡量一台生产设备的所创造的价值,财务手段确实会较好;但财务手段未必能完全直接反映出生产设备的效率状态,而企业往往需要直接掌握生产设备的效率状态,故宜同时采用OEE(设备综合效率)来衡量;若能进一步探索出OEE与财务手段之间的准确关系,对策划改善措施当然就更好了。

再例如:对于生产设备所创造价值的衡量手段,有家企业只采用了“一次性合格品数量/小时”,虽不够完美,但依据该企业的实际情况,我觉得短期内也不是不可以接受。

三、宜怎样对待各类团体标准?

我国有不少资产、设备管理类的协会、学会、研究机构。在吸取ISO55000精髓的基础上,其中有协会、学会有意推出更细化的社团

(团体)标准、行业标准——这自然是一种值得赞赏的好事情。

但希望社团标准、行业标准,按标准化法律法规的要求进行备案;也希望在任何场合,都客观、准确宣传为“某某社团管理标准”,而不宜宣传为“中国管理标准”。对于标准文件,更应贯彻“一切规范,规范一切”的精神,否则就恰好应了那句话:“释规而任巧,释法而任智,惑乱之道也”(《韩非子·饰邪》)。

祝愿这些社团标准、行业标准可早日升级为国家标准,乃至超越ISO55000。

四、宜怎样对待ISO55000认证?

国内的管理体系认证,确实存在只为取证书的急功近利,甚至还可以说比较严重。若不出意外,ISO55000认证也不可避免出现这种急功近利。尽管如此,这也不是贬低ISO55000的理由。菜刀,有人用其切菜以解决饥饿问题,但也有人用其杀人越货,但若将杀人越货之责归咎于菜刀,菜刀何其无辜。当然也希望认证活动所涉及的各方,能进一步规范认证活动。

五、不宜乱拿民族大义来说事

有人居然乱拿民族大义来说事。推行TPM,你就说我们抱着东洋的东西不放;用ISO55000,你就说我们对西洋的东西情有独钟。我们毫无疑问要坚持民族大义,但坚持民族大义,并不意味着拒绝其他民族的优秀事物。否则就是沙文主义了。

作为ISO(国际标准化组织)的成员国,我国参与了ISO55000的英文原版起草;而且,现在已转化为我国国家标准(中文版征求意见稿)。

今年9月10至14日,第39届国际标准化组织(ISO)大会在北京举行,习近平主席发贺信表示,“国际标准化组织(ISO)作为最权威的综合性国际标准机构,制定的标准在全球得到广泛应用”、“标准已成为世界‘通用语言’”。世界需要标准协同发展,标准促进世界

苏州制造业连续两月温和扩张

10月11日,据国家统计局苏州调查队发布最新数据,今年9月江苏苏州制造业采购经理人指数(PMI)为51.8,较8月份回升1.6,此前8月较7月回升1.3,已连续两个月回升。同期中国制造业PMI为50.4%,与上月持平,苏州高出全国1.4。

采购经理人指数是国际通用的衡量制造业发展冷暖的“体检表”。作为江苏制造业第一大市,苏州规模以上工业体量占全省比重达18%,该指数连续两个月运行在50以上扩张区,显示这一行业总体摆脱了6、7月份的相对低迷,重回回暖态势。(杨木军)

山东日照港铁运公司频现团队创新“火车头”

“每个创新达人,都能带出一支善于钻研、勇于创新队伍。”山东日照港铁运公司所属6个职能部门和7个基层单位近年来不断频现团队创新“火车头”。近日,又有3位获此殊荣的创新达人受到公司“冠名”通报表彰。

日照市“金蓝领”“山东省有突出贡献技师”徐玉金,坚持立足机务段检修车间班长岗位,团结带领多名技术尖子和能工巧匠开展团队自主创新活动,先后取得近百项科技创新成果和技术发明专利,成为该公司第一代引领全港班组团队自主创新的“火车头”,成功打造出“全国学习型班组”“全国工人先锋号”“山东省科普车间”“山东省青年创新创效示范基地”;日照港专业技术拔尖人才、

电务段主任(高级)工程师王海霞,常年积极发挥自己的聪明才智和集团专业技术骨干作用,紧紧围绕服务保障港口铁路运输生产开展设备技术管理创新,成为该公司第二代引领基层站段团队自主创新、全面提质增效的“火车头”,创出了“港口铁路智能化运输一卡通”“调压屏式电源屏过压报警装置”等国家新型实用技术专利,其参与技术研发的调度信息综合管理系统,采用当今最先进的技术和手段,集信号微机联锁、微机监测、调度监督、机车监控、调车计划无线传输、平面无线调车灯显系统于一体,实现了调度办公无纸化、流程管理程序化、安全检测智能化、信息交换网络化、计划调整自动化、调度指挥无声化、调度监视图形化,极大促进了港口铁路运输效率、全员劳动生产率和公司经济效益同步大幅提高;在全国沿海港口铁路场站率先采用信号智能电源屏供电、计算机联锁控制、WJJC-2000型微机监测和进出港车号自动识别以及轨道电子衡动态斤检系统,实现了铁路运输现代化、生产数据处理微机化、空重车皮来回过衡电子化,各项技术的研发和应用目前均已达到国内领先水平。

像徐玉金、王海霞这样的创新“火车头”,在日照港全集团的生产和建设团队中接连频现、层出不穷,为港口转型优质发展提供了智力支持和内驱动力。(滕璇)

互联互通”;李克强总理出席了此次大会并致辞表示,“需要把标准化放在更加突出的位置,以标准全面提升推动产业升级,形成新的竞争优势,促进经济中高速增长、迈向中高端水平”。

好吧,我现在就按你的逻辑,请君入瓮问你几句:怎么你连国家主席、总理的指示都不好领会并贯彻执行?怎么你要尽花样来杯葛国家标准?——你这是哪门子的民族大义呢?

结束语:

凡事总得有个过程。作为一种新的资产(含设备)管理思想和体系,ISO55000不可能一下子就得到所有人的正确理解和支持;而且,有利益之处,便有江湖,所以有消极对待、杯葛,也属于正常现象。

但其核心理念“令资产最大化创造价值”,深刻且准确抓住了资产管理的本质;且其基于PDCA的主体框架和流程,较易与企业其他管理体系兼容、继而融入企业的现有日常运行,所以在颁布国家标准正式稿之后,不难预料将逐步会成为主流趋势。

参考文献:

- [1] 习近平.致第39届国际标准化组织大会的贺信(N).新华社.北京.2016年9月12日.
 - [2] 新华社.李克强出席第39届国际标准化组织大会并发表致辞(N).新华社.北京.2016年9月14日.
 - [3] ISO.ISO55000/55001/55002 Asset Management[S].Switzerland: ISO, 2014.
 - [4] John Woodhouse.ISO55000 Asset Management: What to do and why [M]. Switzerland: ISO, 2016.
 - [5] 日本设备维护协会.新TPM加工组立篇[M].财团法人中卫发展中心译.台北:财团法人中卫发展中心,1996.
- 习主席贺信 来源: <http://politics.people.com.cn/n1/2016/09/12/c1024-28710457.html>
李总理出席ISO大会 来源: http://news.xinhuanet.com/politics/2016-09/14/c_1119567794.htm