

春糖会掀新品上市潮 次高端酒成新宠

3月21日,第100届全国糖酒商品交易会在成都举行,作为行业盛会,糖酒会也是行业的“风向标”,透过糖酒会可以看出行业的冷暖与未来走势。

《证券日报》记者走访糖酒会各个会外展及参加行业论坛可以看出,聚焦到白酒板块,今年糖酒会各个论坛对于新零售的提法少了,区域白酒的话题多了,而推新品成为第100届糖酒会的一大亮点。

次高端酒成酒企新宠

值得一提的是,19家白酒上市公司中有15家公司的2018年业绩主要数据已经发布,其中有12家公司发布的是业绩预告或快报,而舍得酒业、金徽酒和顺鑫农业则发布了2018年年报。根据15家白酒公司的主要财务数据可以看出,去年它们均取得不错的业绩,目前除了ST皇台减亏外,其他酒企的业绩增幅十分可观。而它们业绩增长的背后,均指向了高端白酒的销售。

事实上,在记者看来,自2016年年底至2018年白酒行业的发展,在茅台、五粮液、洋河等高端白酒量价齐升的背后,其他高端酒也有了上升的空间。但是,对于整个行业来说,并非是整体回暖。

或许是看到了白酒上市公司业绩高速增长背后高端白酒的贡献,于是,在今年糖酒会上又出现了久违的新品上市潮。

据记者了解,3月19日,洋河股份打造的“苏酒头排酒”亮相糖酒会,而这款新品将是洋河2019年重点推出的高端新品。

对于新推出的“苏酒头排酒”,洋河股份董事长王耀表示,洋河将苏酒头排酒打造成为品质升级潮流中的高端新领袖、增长新引擎,未来,洋河将聚焦资源,创新思维,以极致化的标准,推动“品质革命”攻坚战,再次引领品质创新潮流。

在中国酒业协会理事长王延才看来,中国的白酒行业正迎来重大的战略机遇,用品质说话是行业的必然选择。



资料图片

事实上,中国的白酒行业产能过剩是不争的事实,但是优质好酒的量并不多。为此,推出优质好酒也成为2019年各大酒企热衷的事情。

据记者了解,在本届糖酒会期间,水井坊推出了井台丝路版、井台珍藏和臻酿八号禧庆版3款新品,目标定位中高端价格带,价格都集中在300元至700元的次高端价格带,这也是水井坊对次高端的再次加码。

另外,舍得酒业也推出了“舍得智慧名人说纪念酒”与“沱牌曲酒名酒复刻版”两款新品。

可以说,2019年的春季糖酒会又回到了2012年之前新酒热的时代,但是与9年前相比,今年的糖酒会外展不见了昔日扛着牌匾打广告的宣传者,而各大酒店内的小广告照片也已成为历史,取而代之的则是“高大上”的产品摆设。通过会外展的整体表现可以看出,时代在变化,酒行业也在向着高品质发展,行业规范度越来越高,小而杂的小酒企在各方成本压力下,它们参加春糖则是为了参观了解行业变化的气息,而花钱参展

这样的事情已经不再列入它们的预算中。

次高端酒是红海还是蓝海?

据了解,中国的白酒市场呈现出两极分化的格局,而次高端品牌数量较少。因此,瞄准次高端白酒成为酒企们的新目标,这里面不乏省级区域酒企的身影。

那么,酒企们发力次高端白酒的争抢,能否带来更好的效益?对于企业来说,是机遇还是陷阱?

对此,行意互动创始人、中原基金执行合伙人晋育锋在接受记者采访时表示,企业在发展,行业也在前进,行业的竞争格局也会随时发生变化。不管是产品的推陈出新还是营销的创新,企业的变化都是为应对行业变化而作出的策略。

“不同的企业会针对自己的实际情况作出不同的应对策略,比如五粮液推出501就是要与茅台对标,缩小产品之间的差距。而舍得在去年打造了智慧舍得IP后,今年再推出新品也是对舍得这个品牌文化深挖。”晋育

锋表示,从2016年行业回暖以来,还能保持业绩增长的一线、二线及区域龙头企业,它们都有一个体会:要想保持品牌的新鲜和活化,就是要有更系统的打法和策略,针对不同的细分领域推出补充产品,形成一个产品组合,这样在未来的竞争中才更有战斗力。

在晋育锋看来,目前9家次高端酒企未来谁能走得更远,现在还是未知数,要想保持原有的竞争优势,就必须通过创新来扩大自己的竞争优势。

不过,对于区域龙头企业纷纷加入到推次高端产品的行列,晋育锋表示,省级酒企加码次高端的机会不大,不如加码高端产品。“因为区域酒企的品牌力和渠道管控力相对薄弱,与次高端酒企无法比肩。”

在晋育锋看来,区域酒企的全国化不太现实。如果不去考虑创新,突破固有的商业模式创新营销行为,几乎没有全国化的可能性。区域酒企应该做减法,集中资源聚焦在细分价格带上,并通过创新营销的方式,改变自己的商业模式,这样才有优势,才有可能在新渠道上有所突围。(夏芳)

白酒有奖销售未明示“中奖概率” 梅河口市民获三倍赔偿

近年来,一些不法经营者利用人们“好运气”“占便宜”等消费心理,采取各种方式坑害消费者。吉林省消协提示消费者:在面对各种“有奖销售”时,一定要理性面对,冷静对待,认真分析,避免冲动。

去年9月末,吉林省梅河口市消协接到消费者张先生投诉,反映在吉林省梅河口市铁峰名酒商行看到一种品牌白酒在开展有奖销售活动,宣传一等奖“苹果手机一部(4890元)”,于是他就购买了6瓶,每瓶48元,共计288元。

张先生回家后立即开始刮奖,结果什么奖项也没中。在仔细查看白酒包装盒上粘贴的有奖销售刮奖区时,他看到刮奖区印有“兑奖说明、兑奖地点、奖项设置”三项内容,但未明示“中奖概率”,张先生感觉不妥,认为是商家侵犯了消费者的知情权。于是,向梅河口市消协进行了投诉。

经查,供货商承认开展了有奖销售活动,也承认白酒盒上的有奖销售活动内容是公司粘贴的,但对于需要将“中奖概率”明示的规定不清楚,并且认为“中奖概率”没有计算过,也不需要告知消费者。最终,经工作人员调解,商家认识到错误所在,同意给予张先生白酒货款3倍的赔偿。

吉林省梅河口市消费者协会工作人员介绍,国家工商总局1993年12月24日发布施行的《关于禁止有奖销售活动中不正当竞争行为的若干规定》第六条明确规定:“经营者举办有奖销售,应当向购买者明示其所设奖的种类、中奖概率、奖金金额或者奖品种类、兑奖时间、方式等事项。属于非现场即时开奖的抽奖式有奖销售,告知事项还应当包括开奖的时间、地点、方式和通知中奖者的时间、方式。经营者对已经向公众明示的前款事项不得变更。在销售现场即时开奖的有奖销售活动,对超过500元以上奖的兑奖情况,经营者应当随时向购买者明示。”所以,本案中,经营者未向消费者明示“中奖概率”,侵犯了消费者的知情权。

吉林省消协提示消费者:在面对各种“有奖销售”时,一定要理性面对,冷静对待,认真分析,避免冲动。参加有奖销售活动时,要多留意活动细则,尤其要谨防不良商家借“有奖销售”推销假冒伪劣产品,一旦发现商家弄虚作假、欺骗消费者,应及时向相关部门投诉。同时,消协希望经营者举办促销活动应讲诚信,要实实在在让利。(吉婉)

强强联合 酱香飘鹰城

中国人寿平顶山分公司高端客户汉酱专场品鉴会落幕

本报讯 3月23日晚,中国人寿平顶山分公司高端客户汉酱专场品鉴会在神马润泽园大酒店圆满落幕。丰盛的晚宴与精彩的歌曲表演,使得现场来宾情绪高涨,纷纷举杯换盏,酱香飘满整个大厅。据了解,当晚有200余名来自中国人寿平顶山分公司的高端客户参与其中,共同见证与品

鉴汉酱酱香酒独特魅力。当晚6点,在一阵歌舞声中,品鉴会正式拉开序幕。据了解,此次活动系贵州茅台酱香酒营销公司主办、平顶山市新城信商贸易有限公司承办的中国人寿平顶山分公司高端客户的专场活动。活动旨在更好地传播酱香文化,以贵州茅台酱香酒优良的酒品质,

逐步引领市场,通过品鉴酱香酒,让消费者们对酱香酒有一个直观的认知与感受,让茅台酱香酒走入千家万户中,成为引领市场的主流酒。

贵州茅台酱香酒营销有限公司河南三区经理王卫华说,茅台汉酱酒是茅台集团133战略的核心品牌,因其与茅台酒同宗同源,

一脉相承,使茅台汉酱成为一款具有超高性价比的酱香酒。近年来,鹰城酱香消费群体逐年攀升,此次品鉴会特邀中国人寿平顶山分公司的高端客户群体,用最直观的方式让客户品尝、认识酱香酒,以达到进一步推广酱香酒的目的,这也是茅台酱酒“万家共享”的一大战略。(张五阳)

小广告 大市场 小投入 高回报

分类广告

第2450期

广告热线: 13183330295 13592179403
地址: 市区建设路西段268号(鹰城广场对面)

本栏目在微信公众平台同步刊登

微信公众平台: ycqueqiaohui

相亲报名热线: 4940520

驾校资讯

三强考场中州白云鹰东时尚连墩驾校

回馈新老客户,每人可获得300-1000元扶贫补贴,限前20名! 4188008

健康美容

三色膏药治颈肩腰腿疼

尿频尿急尿裤子 15224814591

假发、补发

市联盟路中段(联盟鑫城院内)

电话: 13849583359

C 招聘资讯

治皮肤病、痤疮 13137515581

招聘

工商银行子公司、工银安盛

聘理财经理,月薪4000-15000元以上,晋升空间大,员工制签订劳务合同。

18837519615 13393786900

D 教育资讯

原152医院洗涤中心招夜班男女工 18737575530

招生

电工焊工培训考证

市电讯职业学校。电话: 2963913

友情提示: 使用本栏目信息请核对双方有效证件, 投资汇款请谨慎。本栏目信息不作为承担法律责任的依据。

A 商务资讯

工商代理

●注册、代账、商标 18737535133

B 生活资讯

搬家公司

●顺风搬家 13837529909

印刷

●要印刷找龙发 8861818

助听器

●耳聋请配助听器 13087062226

老年公寓

●康乐居老年公寓 13937585159

特色美食

●鹰城名吃-四不腻猪蹄 3413983