

关注河南酒类市场系列报道

展示形象和实力 销量占市场一半以上

中高端酒八成要“走”专卖店

一直以来,开专卖店是一线名酒的“专利”。因为专卖一可防止假货,二能进行形象展示,三可拓宽渠道。随着白酒竞争日趋激烈,名品白酒专卖店从几年前的“专利”已变得随处可见。受访的多数业内人士表示,就酒品专卖店在市场销量中占据的重要位置而言,其市场数量只会多不会少,它将是中高端酒最看重的市场出路之一。 晚报记者 唐善普/文 赵楠/图

市场现状 从精品走向大众化

近些年来,专卖店作为一种新的渠道模式,随着中高档白酒在终端营销费用的不断上涨和竞争同质化的日趋激烈,能提升品牌影响力和市场份额的专卖店,也越来越受到知名酒厂的青睐。与此同时,消费者更加看重品牌和终端形象的成分加重,名品白酒专卖店从几年前为一线名酒的“专利”,变得如同雨后春笋般出现。而更让一些品牌或名酒厂家乐此不疲的深层次原因是其销量的可观度。“能占到40%以上吧。”一位资深市场观察人士断言。而另一个多年经营某名酒的代理商更是语出惊人:“一些名酒至少在80%以上。”如今,越来越大众化的身份不仅没被经营者和厂家看轻,相反,却得到更大的重视。

“名牌白酒企业更多的走专卖店之路,一可以强化、提升品牌形象,二能给消费者提供更方便快捷的服务。”郑州市酒类协会秘书长薛忠喜分析认为,市场是最好的检验剂。其实,无论是经营者还是厂家,最终认准的仍是市场考量,市场占有率不高,说什么都没用了。“更为厂家看重的是,可依托专卖店为销售平台,搭建另一张营销网络,创造新的市场增长点,从而打开市场并提高市场占有率。”

名酒布局 河南酒业的战略

而作为厂家,也并不避讳自身对专卖店的布局战略。“应该说是激烈的竞争,导致酒类专卖店的诞生与普及。”接受采访时,河南杜康酒业股份有限公司总经理范冠超表示,“为了争得一席之地,提升自己经营的白酒品牌,白酒经营者纷纷建立特色各异的专卖店,以品牌的影响来凝聚消费者,达到有效控制终端的目的。”

“对品牌和消费影响力,以及市场销量都有利而无害,我们何乐而不为?”河南省宋河酒业股份有限公司营销副总经理刘晓光坦言,近年来,豫酒正在进行中高端酒推广战略,厂家对专卖店的重视比任何时候都大。正是通过包括专卖店等多种形式的推广,才使得中高端酒成了大多数人的消费用酒。

宝丰酒业有限公司营销总监晋育锋对此深有感触,专卖店市场的大众化是一个表面现象,深层次里是为了更多地细化和瓜分正在兴起的消费者“专卖消费”市场。“应该说,名酒专卖店大规模的布市,将是未来一段时间里一个阶段性的经营策略。”

业界建言 诚信经营是制胜之道

采访中,在谈到酒品专卖店的大市场时,经营者或厂家代表都对未来的发展抱着莫大的企望,但也对目前市场上一些影响专卖店快速、健康发展的不和谐因素表示了担忧。

“原因有很多。”现正在全力推广江西南古坊的河南帝仁商贸有限公司总经理王维分析说,过去专卖店少时,名酒的供应及时且基本能满足市场的需求,但随着经营专卖店的增多,社会需求加大,尤其是“茅五剑”等知名品牌酒被假冒查处的新闻也时有发生。“有些甚至出现了无酒可卖的地步,这也是导致假酒出现的原因之一。”

金水路上的一位不愿具名的名酒店负责人告诉记者,他们通常是把货款提前数月打过去,一两个月收不到货很正常。这也是他们摒弃过去单一品牌转向多品牌酒经营的原因之一。诚信商行总经理王凯说,因为名酒名气大带来了市场上的假酒盛行,这也给经营者带来不少困扰,比如有些消费者点名五粮液,但因



害怕买假最终选择了其他高档酒。“这种事碰到的不少。”

“做高档酒专卖店,诚信要放在首位。”河南正航酒业有限公司总经理刘伟认为,经营者不能因为这样或那样的原因售假,这是对消费者和经销的品牌不负责任,更是对自己不诚信的一种放纵。拒绝售假,帮助消费者识假,应该成为经营者的一种行业行为。

而前不久在郑州市酒类协会运作下刚成立的郑州市各县市协会分会及监督站,正是为了倡导经营者自律、规范市场的一个大动作。“净化酒类市场,首先要从经营者做起。”该协会秘书长薛忠喜表示,酒类专卖店市场在健康快速发展同时,竞争越来越激烈的中高端白酒厂家,将会更多地建立自己的专卖渠道。

京都薇薇
《丰胸小课堂》第七讲
JDWW 专家热线
60622988
63845399



教你两招丰胸方法

上一讲我们讲了内分泌与乳房的关系,知道了雌性激素分泌量的增加能促进胸部的生长、发育,知道了腺体和经络最密集的胸部是容易发生经络不通及闭阻现象的,也知道了运用京都薇薇中医点穴的手法可以打通经络,调整内分泌,促进雌性激素的分泌。下面,讲一下丰胸方法:

调理月经。经期不准或有痛经等月经不规律者,服用中药调理月经。成效分析:中医认为月经不调与肝郁、脾虚、气滞血瘀有关。肝郁引起的内分泌紊乱、脾虚造成的营养不良等都导致月经不调。由于乳头、乳腺、乳晕归于肝、脾、胃经,因此从肝、脾入手调理月经的同时也能起到丰胸作用。

抓住丰胸佳期。在月经来的第11、12、13的3天,或第18、19、20、21、22、23、24的7天,多做胸部按摩,多吃有丰胸功效的食物。成效分析:这3天为丰胸最佳时期,这7天为次佳时期。因为在这10天当中,影响胸部丰满度的卵巢动情激素24小时等量分泌,因此是激发乳房脂肪增厚的最佳丰胸时期。可在此期间运用京都薇薇的家居保养手法按摩保养。

以上两种方法配合京都薇薇独创的十一代丰胸方法效果显著。下一讲将教您食物丰胸方法。

中国清河 羊绒制品市场已启动运营

近来,位于河北省清河城区北部的中国清河羊绒制品市场,成了吸引国内外客商及旅游购物者们的亮点:来自石家庄、济南、沈阳、北京等地的批发商络绎不绝;周边的衡水、聊城、邯郸等地的游客也纷纷组团前来旅游购物。

清河是全国最大的羊绒加工基地,年加工山羊绒、绵羊绒等2万多吨,生产羊绒衫、裤、裙等制品3000多万件。被国家有关部门授予“中国羊绒之都”、“中国羊绒纺织名城”称号。为了使羊绒制品直接与批发商和消费者见面,该县投资10亿元建起了国内最大的羊绒制品市场。该市场自今年9月份运营以来,不但有本县的雅宝思带、东高等知名品牌入驻,还吸引了包括鄂尔多斯、鹿王、雪莲、恒源祥等在内200余家外地羊绒制品生产企业和经销商入驻。

清河羊绒制品市场既面对国内外经销商进行批发,又直接对消费者零售。市场的批发业务非常红火,每天都有几十个批发商光顾,多时达二三百人。因为该市场是由生产厂家与批发商直接见面,给批发商留下了很大的利润空间。山西太原一批发商,一次在清河市场批发走1000件羊绒衫,不到半月时间就销售一空,获得的利润比投入的本钱还多。邯郸王女士自依托清河市场进货后,生意做得非常火,她在邯郸开的经营门店由一个扩展到两个。

清河羊绒制品市场还营造了良好的消费购物环境。市场管委会推行了“市场化经营、商场化管理”的新模式,所有商品一律以出厂价与批发商和消费者见面。市场还邀请了国家羊绒检测中心在市场设立了检测机构,免费给批发商和直接消费者进行检测,这不但奠定了市场健康运营的良好基础,更是受到了广大客商的称道和欢迎。 许金亭 郑春雨

市场咨询电话:0319-8125555

昭元摄影与韩国摄影第一品牌携手

12月1日昭元Studio32韩国儿童摄影中国形象总店开业

昭元 Studio32 韩国儿童摄影中国形象总店将开业

艺术之所以被尊重,是因为其无国界的文化及背景所赋予的精神魅力与无穷创造力。昭元摄影一直在倡导“艺术与世界同行” Enjoy special days and love。12月1日,昭元 Studio32 韩国儿童摄影中国形象总店将开业,给消费者带来宁静深邃、典雅气质、细腻唯美的纯正韩国风尚。

2008年7月,昭元经典代表中原联合国国际交流中心、France Bleu蓝色法国电台、LC1/TF1法国电视1台文化婚礼节、法国电视一

台盛大启动“爱在昭元”第二届法国文化婚礼节。普罗旺斯紫色花海爱恋、罗马许愿池爱情誓言、嘎纳艺术的美丽邂逅、塞纳河畔左岸的香颂歌唱……中西婚礼的文化交流再次产生共鸣。2008年11月,昭元经典再次携手美国皇家生活游轮公司、美国柯达,联手打造西班牙、希腊、埃及、意大利等“7国15日环球公海蜜月婚照之旅”,演绎《沉醉·地中海》婚纱大片。在这幅Enjoy special days and love!的画面中,艺术得到了最美的诠释。

据昭元经典店长介绍,2008是昭元摄影的国际艺术年,现在的昭元经典除吸收西欧17

国贵族风格外,更融合了古老的尼罗河文化,增添了地中海元素,现在纯正韩式摄影艺术风格的加入,对昭元来说更是一种自我的完善与丰富。在明年昭元韩国分部也将开业。

庆开业昭元再优惠

11·28~11·30年度盛典期间,预订婚照、写真、儿童、全家福内容全面升级,价格全面低至580元,套套加送纯正韩国主题拍摄,摄影照片全奉送,再送十大豪华拍照礼。

晚报记者 虎萌

年度郑州娱乐休闲第一品牌开始申报

活动咨询电话:67655022 67655031

城市的白天,人人都行色匆匆,为了生活四处奔波;城市的黑夜,疲倦的人们更想找一个健康、安全、时尚的休闲方式,忘掉生活的烦恼,让身心在舒适的环境中得到放松。为更好地活跃和引导市民的娱乐休闲生活,同时也在行业内树立新的行业标杆,增加品牌的市场竞争力。郑州晚报、郑州消费联盟及新浪网、餐饮业网,在圣诞节前夕隆重推出“2008年度郑州娱乐休闲第一品牌评选活动”,活动申报工作即日起正式展开。 晚报记者 虎萌

活动共设置 15个奖项

本次评选活动将评出15个奖项,其中包括“郑州星级酒店第一品牌”、“郑州慢摇吧第一品牌”、“郑州KTV第一品牌”、“郑州洗浴第一品牌”、“郑州足疗第一品牌”等。凡郑州市范围内的星级酒店、迪厅、酒吧、咖啡厅、KTV、茶馆、洗浴、足疗、美容、美发、健身场所等,均可自荐报名。自荐报名表详见本报今日A27版,自荐表可通过邮寄或送达方式,送至郑州市陇海西路80号郑州晚报综合部,邮编450006。

活动分为五个阶段

评选活动分为五个阶段,即日起至12月5日,活动自荐和摸底阶段,本报将派出三路特派行业记者及工作人员,通过调查问卷,对市民的娱乐休闲消费进行调查,倾听和征集市民意见;12月5日至12月20日,为活动评选阶段,本报及相关网站发布“郑州娱乐休闲xx第一品牌有奖评选活动”,读者和消费者可通过邮寄送达选票、手机短信或网上选票进行自由投票;12月

20日至22日,选票统计阶段,本报及相关网站对本次活动的网上选票和手机短信进行汇总统计,并对选票进行抽奖,每种投票方式各抽取5名幸运奖,各奖价值300元奖品;12月23日《郑州晚报》发布“郑州消费第一品牌圣诞邀请函”,正式公告此次评选结果,发布幸运读者名单;12月24日、25日,幸运读者和餐饮业会员可凭相关手续在入选的第一品牌单位享受会员特惠。