

旺季到来 保健酒不温不火

白酒巨头同台竞技 力图唤起消费热情

近日,一场寒潮的不期而遇,使得中原白酒市场进入旺季,但是据记者发现,市场中保健酒、养生酒与传统白酒相比,行情却不温不火,无论是商超还是白酒专卖,总是问多买少。不过对于一些白酒巨头来说,面对开辟的新市场,还是纷纷试水保健酒市场,力图唤起消费热情。有关业内人士认为,保健酒市场目前处在市场培育期,品牌繁多,定位不明,使得消费者对保健酒的理念转变尚需时日。

晚报记者 谢宽/文 赵楠/图

白酒巨头试水保健酒

目前,中国保健酒行业正在以年均30%的速度高速发展。来自中国酿酒工业协会提供的数据显示,2001年中国保健酒行业只有8亿元的规模,2007年就达到了70亿元,到了2008年,一举突破100亿元大关,预计2012年保健酒行业的市场规模要超过130亿元。保健酒正在成为继白酒、葡萄酒和啤酒之后国内酒业市场的第四大市场。

正因如此,众多的白酒企业纷纷试水保健酒市场。在和五粮液签署长达30年的战略合作协议时,黄金酒就已经依靠巨额广告,完成市场的第一步导入,把目标直指3个月内取得10亿元的收益。几个月后,国酒茅台在人民大会堂宣布推出“茅台白金酒”,大举进军保健酒市场。而作为本土白酒行业的领军企业之一的宋河酒业,在依托辅仁集团强大的药业核心业务和技术优势,研发出老子养生酒,投入到保健酒市场。除此之外,湖北的盛酒、天行健等也在近两年纷纷加入保健酒的行列。等等迹象表明,白酒巨头的高调介入,使得保健酒市场再度引来业界一片注目。

究其原因,一位业内人士分析,从国际市场上来看,保健酒、养生酒、营养酒的消费量占酒类消费总量的12%;相比之下,国内市场这个比例还不到1%,未来有着相当大的成长空间。

商超、专卖表现平淡

然而,保健酒市场真的犹如一块甜美的蛋糕吗?

11月2日,记者在市内各大商超专卖发现,消费者更多的是问多买少。据世纪联华超市企



划经理张海军介绍:“自白酒进入传统旺季以来,销量还是不断增长的,不过与传统白酒相比,保健酒的销量一般,除了一些市民买保健酒走亲访友之外,自己买来喝的比较少,在重大节日与平日的市场表现上呈现出两级。”

称心商行总经理宋会生也认为:“市场上主流的劲酒、椰岛鹿龟酒、宁夏红枸杞酒、致中和等在郑州有一定的销量,但量很小,虽然白酒市场进入旺季,但是保健酒的销量依然平平,消费者的购买重心依然在传统白酒之上。”

对此,记者在街头随机采访中,有10年酒龄的市民刘先生告诉记者:“保健酒市场品牌很多,除了劲酒在市场上销售时间比较长以外,其他的保健酒很少能叫的上名字,对于功效消费者就更不了解,毕竟保健酒有进补的成分,不能乱补。”

品牌多、概念混乱,市场有待培育

综观保健酒市场,河南省酒业协会会长熊玉亮认为:当前,中国保健酒的市场基础非常薄弱,仍处于战国时期,鱼龙混杂,品牌良莠难分,个性不足等方面明显,而且消费者对其宣传持

怀疑态度,保健酒的作用是保健,但有的直接就宣传是具有药物功能,这导致消费者对产品不信任,让保健酒重新取得老百姓的认可我觉得还需要一个过程。

“市场的游戏规则在于你能给消费者你想要的东西,而不是你能给消费者你想给的东西。于是,消费者的消费观念、消费形态、消费认知才是市场的准绳。”黄金酒方总认为,“目前市场还处在培育期,大众的消费观念和企业的成长还需要加以时日才能成行。”

而上海胜酒河南总代理河南聚陆集团公司董事长余亿认为:“当前,中国保健酒市场上的一些主流品牌,其品牌战略及定位大多为保健、滋补、壮阳、强身等概念,很少有自己独到的定位,这也是保健酒市场缺乏一个全国性领导品牌的原因之一。如何打破气候、季节观念的枷锁,长远性、规划性的引导市场、培育市场,是目前保健酒企业最当攻克的难题。”

“保健酒市场要想做大,定位和差异化显然是长足发展的需要。”有关业内人士认为:“只有企业自身正确决策、理性发展,才能赢得更为广泛地市场空间。”

贝因美爱心大使送来捐赠物品



作为“真爱回报2009贝因美爱心大使中国行”活动的首站,10月30日,贝因美爱心大使“单氏四姐妹”来到河南省郑州市,对当地受助的多胞胎家庭进行回访,并送去了婴童食品等捐赠物品。“单氏四姐妹”是贝因美“多胞胎之家”的一员,也曾拉受过贝因美多胞胎之家的资助,现已正式进入贝因美工作,这次作为贝因美爱心大使参与活动,践行了贝因美“把爱传出去,让世界充满爱”的理念。

据悉,“真爱回报2009贝因美爱心大使中国行”活动是贝因美“爱婴工程”的重要组成部分。自今年10月开始,这项活动将在河南、齐齐哈尔等地陆续开展,通过选拔决出的爱心大使将奔赴全国各地,回访受捐多胞胎家庭,探访SOS村,孤儿院等慈善福利机构。

鲁虹

珠海名特优产品(郑州)展销暨投资环境推介会即将举行

珠海名特优产品(郑州)展销暨投资环境推介会由珠海市人民政府主办,珠海市经济贸易局、珠海市投资促进局和珠海市工商业联合会承办,定于2009年11月6日至8日在郑州国际会展中心举行。展会参会企业102家,参展产品涉及家用电器、服装服饰、打印耗材和电子、节能、医药、食品、日用品等八大行业。展区面积6000平方米,共有标准展位210个,分为:开幕式场区、综合展馆、特装区、分行业产品展区及洽谈区。本次展销会还同时开辟了网上展会,利用友商网的电子商务平台,为参展企业提供网上拓展市场的平台。珠海参会人数约340人,邀请郑州当地采购商和经销商参会人数接近200人。刘瑞红

河南天地粤海酒店 荣膺“金叶级绿色旅游饭店”

近日,在创建绿色旅游饭店的活动中,经河南省旅游饭店星级评定委员会推荐,根据中华人民共和国旅游行业标准《绿色旅游饭店》(LB/T007-2006),位于农业路东段的河南天地粤海酒店正式通过评定委员会的评审,以优异的成绩荣获全国“金叶级绿色旅游饭店”的殊荣。

据了解,河南省旅游局于2006年6月发布了《绿色旅游饭店》标准,将绿色饭店从高到低划分为“金叶级”和“银叶级”两个档次,鼓励酒店和社会公众树立节约和环保意识,倡导绿色消费。其中“金叶”级要求较高,要具备分区安装水、电、气计量表,有完备的统计台账,不加工和出售以野生保护动物为原料的食品,一年内未出现重大环境污染事故,无环境方面的投诉等诸多条件。

作为“绿城”郑州东部高度最高,投资造价最高,规模最大,内部设施配置及装修档次豪华的高端国际商务会议型酒店。近年来,河南天地粤海酒店按照“绿色饭店”的要求,酒店在设计、建造、装饰上对照国家旅游局《绿色旅游饭店》行业标准来规划,积极响应国家关于节能减排的号召。在硬件设施上,结合自身特点,采用高新技术和一系列环保、节能、减排的科学方法,对饭店设施设备进行技术改造,使酒店的运营成本比以前大为降低,有效降低能耗和废弃物排量,取得了明显成效。

在员工的培训上,组织员工学习《绿色旅游饭店》知识,加强员工绿色环保理念的宣传教育,对客人推广绿色环保概念等多项软硬件措施,在确保不降低酒店设施和服务标准的前提下,完美地做到了环境保护与酒店经济效益

和谐统一。

在酒店的管理上,坚持将环境管理纳入酒店的经营管理中,以环境保护为出发点,调整自己的发展战略、经营理念、管理模式、服务方式,合理利用资源,实施清洁生产,提供符合人体安全、健康的产品,大力倡导绿色消费,为建设绿色饭店打下坚实的基础。

自河南天地粤海酒店申报绿色旅游饭店以来,省旅游局高度重视,多次派星级评定检查员跟踪服务,指导酒店的创绿工作,依照标准,就酒店存在的问题提出了切合实际的整改意见。经河南省旅游星级饭店评定委员会检查、评定,酒店各方面条件已符合《绿色旅游饭店》标准,被批准为最高级别的“金叶级”绿色旅游饭店。

晚报记者 谢宽



栏目主持:贺荣凤 15515569155

百年泸州老窖品质非常棒,是一款值得期待的好产品……在刚刚结束的百年泸州老窖战略规划研讨会上,一位来自新密的经销商这样说。

据悉,百年泸州老窖属于泸州老窖股份有限公司推出的一款战略产品,与国窖1573、泸州老窖特曲并列为泸州老窖公司的“三驾马车”,可见其品牌在泸州酒列中的地位。百年定位于高端酒,其价位仅次于国窖1573。

河南大区经理郭治平说:“一是泸州老窖品牌的号召力。作为白酒浓香鼻祖,泸州老窖长期以来深受广大消费者的认同,尤其是公司推出的超高端产品国窖1573,在全国获得了巨

走进宋河,探秘盛世国尊宋河粮液系列报道之一——品质口感篇

高于国标20个百分点的品质 是宋河粮液一直坚持的信仰

所谓质量标准是一种公认通用的产品质量指标,高于这个标准就意味着企业生产过程中必须付出更多、更大的代价。盛世系列宋河粮液就是靠高于国家标准近20个百分点产品质量,铸造了酒体有口皆碑的至尊品质。

在生产中,宋河粮液把产品质量的关口首先落在人身上,让每一位宋河员工也都清楚“质量”的分量。“所有的营销环节与产品质量发生矛盾时,必须让位于质量”这是宋河酒业公司员工的座右铭,并将其贯穿到所有的生产环节中。

此外,品质的标准化和确定性的维持,还必须借助现代化的技术来监控。宋河酒业在半成品酒的检测上,制定并实施了企业内控标准,其理化指标均远远优于国家执行标准;企业标准指标最高严于国家标准10-20个百分点。企业标准高于国家标准,不仅仅表现了宋河人对产品质量的严格程度,更是一种对自己

大的成功;二是源于百年品质和文化内涵的保障。百年泸州老窖全部采用窖龄达到100年以上的窖池发酵,传承国家非物质文化遗产古法酿造工艺,经过大师勾调,整个酒质级别与国窖属于同一层次,在消费者心目中一直都有“送国窖,喝百年”的口碑效应;三是成熟的渠道管理和市场营销能力。”泸州老窖在操作国窖和其他产品的过程中,积累了丰富的营销和管理能力,在业界有口皆碑。而在河南市场与百年合作的代理商是河南道合酒业营销有限公司,该公司已经成功操作了另一超高端白酒舍得酒的河南市场,有着广泛的高端客户资源和很高的营销能力。

据悉,百年泸州老窖已在沃尔玛、家乐福、正道花园商厦、丹尼斯、易初莲花、中环百货等超市及各大名烟酒店全面铺开,并同步推出了一项极具诱惑力的促销政策,凡购买两箱百年泸州老窖,即可获得价值1580元的建国60周年纪念币一套。

产品品质的信心。这个标准自然使得宋河粮液在品质上先人一步,高人一等。成品酒的质量检验在理化卫生方面,除进行固形物、甲醇、杂醇油、铅、锰等指标检验外,还应用国际先进的色谱-质谱联用仪分析微量成分。每批产品均要由口味会审室进行口感鉴定,酒检室进行理化卫生分析和色谱检测,半成品贮存到期灌装之前,也必须再次抽样检测。

凭着这任何人都没有权利跨越的质量标杆的,宋河粮液于2004年通过国家GB/T19001-2000id/ISO9001:2000质量管理体系认证,2006年再次获省“产品免检企业”和“中国酒类质量认证首批获证企业”称号。宋河粮液的品质不仅仅是一种可以量化的标杆,更有那荣誉背后宋河人对自身品牌的挚爱之情和难能可贵的恒心,成就了盛世系列宋河粮液可赞可叹的品质篇章。