

第一,去库存化等因素导致酒业销售收入增速会放缓一半左右,至14%~21%。第二,高端白酒增长势头会放缓,一线名酒势必“腰部发力”,做强中端白酒市场,增长空间主要集中在80元~300元中高档价位,正在做全国化的二线名酒省外拓展的步伐可能会减缓。第三,二、三、四线白酒品牌的洗牌重组进程将大大加快,压力逐级传递,第三阵营和第四阵营的地产酒营销将会更艰难。
——白酒营销专家舒国华



去年,可以说是白酒行业“摊上大事儿”的一年,先后经历了塑化剂事件、限制三公消费等事件。

去年,全国白酒行业累计产量实现1153.16万千升,同比增长18.55%,远低于过去10年30%以上的平均增速,而河南白酒行业的产量增速也从超过10%下降到5%多一点,隐现行业拐点。

专家认为,经历了10年的黄金发展时期之后,2013年,白酒行业将回归理性,发展速度将会降到和GDP同步或者略快的速度,转入调整,并且,这个调整期可能持续两年以上。

记者 徐刚领 李丽君/文 马健/图

市内一家超市白酒大促销

去年,白酒行业不断“摊上大事儿”:塑化剂、反垄断、限制三公消费 今年,白酒行业增速开始踩刹车 调整期可能持续两年以上,区域名酒、地方品牌或继续强势崛起

A 刚刚过去的春节,是白酒行业的拐点

“过去10年,是白酒业快速发展的10年,也可以称为黄金10年。”河南九旭商贸有限公司总经理张常贤说,“白酒行业的发展速度甚至超过了GDP的增长。”1999年以后,白酒产量和销量基本上超GDP好几个百分点,截至刚过去的这个春节,白酒行业迎来一个拐点。三公消费的限制、塑化剂事件,此起彼伏的消费者维权行为等这些事件迫使产业链进行理性的思考和调整。2013年,白酒行业将回归理性的增长,发展速度将会降到和GDP同步或者略快的速度,不会继续像以前那样常常超高速的发展。去年,白酒行业的量和价都有一些微妙的变化,高端酒在调整中保持理性增长;商务酒、家庭用的酒受点影响,在增长或者维持中;而中高端酒或中低端酒影响略小。

近3年来,摆脱了体制束缚的豫酒六朵金花,呈现出良好的发展势头,豫酒复兴似乎正在圆梦。遗憾的是,白酒行业在经历了长达10年左右的繁荣发展后,于去年迎来了增速首次明显下降的行业拐点。

B 为期两年以上的调整期已经到来

河南省酒业协会副秘书长、白酒分会秘书长赵书民说,2013年,白酒行业增速将放缓,转入调整期。这个调整期可能需要两年以上,另外还要看经济大气候。因为白酒行业经历了高速发展的黄金10年,现在的主要问题在于产能过剩、供大于求。在这轮调整之中,肯定会有企业被淘汰,就如同一场战争,肯定要有减员,有伤亡。那些发展缓慢的、综合实力不强、质量不稳定的企业,就可能扛不过去,退出白酒舞台。

赵书民认为,对于河南白酒行业而言,有利因素包括:产品主销售在于本地市场、区域市场,用通俗的话说,只是近海作战,不是远洋作战,在根据地作战肯定要好一些,客户对品牌有一定忠诚度。在河南,中档、中高端白酒产品居多,不是靠高端产品、奢侈品来支撑。市场对于高端产品的打压,对于河南产品影响要小一些。另外,河南产品性价比是较高的。很长一段时间,同样产品,人家可能卖800元,我们只卖到200元、300元,是以质取胜,以价格优势来取市场的。不利因素包括:河南企业处于发展中,有的正在改制过程中,综合实力还比较弱,拼广告、拼价格、拼投入是不行的。河南地处中原,大品牌都非常重视逐鹿中原,必然在河南市场加大投入,加大“轰炸”力度。

洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军同样认可今年白酒行业增速将放缓的观点。他认为,限制三公消费,对于高端白酒的冲击较大。另外,经历了去年的塑化剂风波之后,百姓对于白酒的信任度有所下降。

采访中,多位业内专家表示,白酒企业2013年业绩的不确定性在增加,竞争更趋激烈。“无远虑、有近忧”已成为业界对于白酒行业未来前景的重要判断。2013年,预计白酒行业放缓趋势将进一步延续,而区域名酒、地方品牌或继续强势崛起,抢夺白酒市场份额的现象将愈加激烈。预计2013年行业收入增长20%。

>>> 记者观察

正是酒企苦练内功之时

白酒行业,经历了高速发展的黄金10年,也该歇歇脚了。特别是去年,可以说是白酒行业“摊上大事儿”的一年,先后经历了塑化剂事件、限制三公消费以及茅台、五粮液两大白酒巨头遭遇巨额罚单等事件。然而,白酒行业真正的问题不止于此。必须清醒地看到,在过去的10年间,白酒行业增长过快,其实已经埋下了深深的隐患。由此看来,酒鬼酒的塑化剂事件不足为奇。供大于求、产能过剩就是白酒行业的现实状况。企业过于看重资本运作,看重营销,忽视品质的提升,必将付出成长的代价。

2013年,白酒行业增速将放缓,可以说是业内人士的共识,这对于白酒行业未必就是坏事。在这种局面下,调整结构,苦练内功,提升品质不失为明智之举。

➔ 数语

记者从省酒协获悉,去年,我省白酒企业共计生产了**9.99亿升**白酒,生产量居全国第三位,次于四川、山东;实现主营业务收入**236.92亿元**,居全国**第六位**;利润**25.26亿元**,居全国**第六位**。

C 将从扩容式增长转为挤压式增长

河南九旭商贸有限公司总经理张常贤认为,豫酒还在变革中,在调整中,朝好的方向发展。整个行业的发展趋势一定是要靠核心竞争力,一定要有长期投资的观点,一定不要有过分营销的行为。

“如果全行业都在蓬勃发展或处于繁荣状态,那就是下一个危机的开始,因为过去基本上所有的酒厂都处于一种繁荣的状态,这是一种非常危险的信号。”张常贤说,任何行业发展必符合八二原理,60%的企业在维持中,20%的淘汰掉,另外20%的在发展中,这才符合规律。如果一个行业90%的企业都赚钱、大发展,这一定是一个泡沫。

“受三公消费等政策因素的影响,未来白酒行业的增速还将明显放缓,几乎不可能再现过去10年的黄金繁荣,将从扩容式增长转为

挤压式增长。”在九度营销机构总经理马斐看来,这种变化将促使白酒行业告别过去的广告营销、文化营销、概念营销等假大空时代,转为更为理性、更为稳健的品质营销。

“品质是企业发展的根本,品牌是企业发展的灵魂。相对于全国其他区域名酒板块来说,豫酒在品牌文化底蕴等方面优势明显,但如果不多下功夫夯实品质基础,很难应对未来生存发展更为艰难的挤压式竞争,豫酒复兴也将变得更加艰难。”河南省酒业协会会长熊玉亮向记者透露,尽管白酒行业竞争压力加剧,但让他深感欣慰的是,近几年来,杜康、宋河、仰韶等豫酒领军企业,均不遗余力地提升产品品质,而杜康此次聚拢企业、高校、社会等优势资源,很可能将掀起豫酒新一轮的品质营销。

D 酒水消费结构悄然变化

事实上,近年来酒水消费结构也悄然变化,红酒、黄酒、啤酒的销售量快速上升,为什么会出现在这种情况呢?

业内人士分析,酒驾入刑对于白酒影响很大。塑化剂风波,对白酒也有一定冲击。随着健康知识的普及,越来越多的人改喝红黄酒。另外,新生代成为消费主力军,80后90后追求潮流时尚,干红成了新生代的首选。西风渐进,各种各样的Party以及西方节日,也促成了一股红酒消费浪潮。有着

10多年黄酒销售经验的郑州易禾兴商贸有限公司副总经理张宗良介绍说,近10年来,我省黄酒市场发展迅速,产量从10年前的1万吨增至现在的6万吨。销售量从10年前的不到100吨,发展到现在的5000吨左右,增幅惊人。

就啤酒行业而言,今年金星啤酒集团提出,继续优化产品结构,促进品牌升级。餐饮渠道3元酒向4元、5元酒转化;流通渠道以新一代和易拉罐为主导产品,并且,研制出了口味独特的金星“红啤”和金星“冰糖雪梨”。