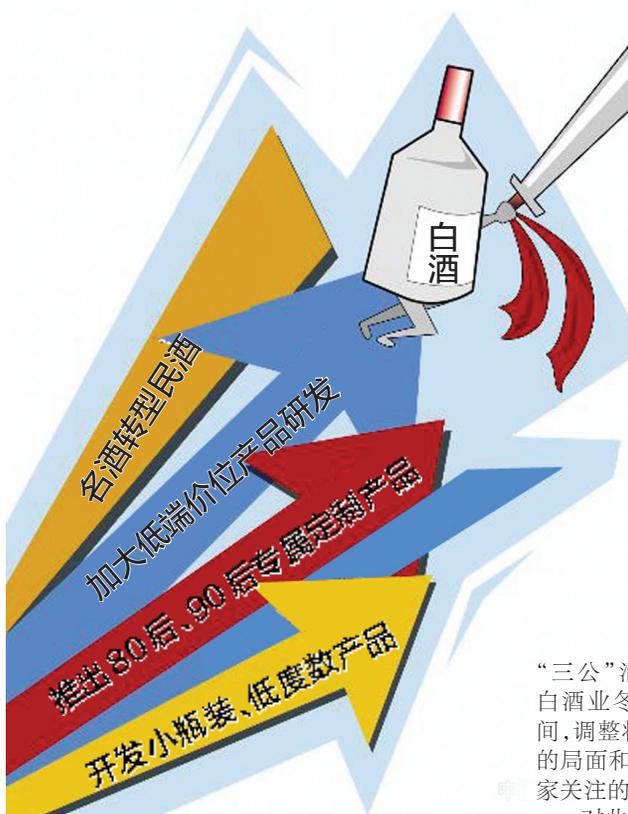


权贵消费终止,十年高速增长白酒业进入调整期 瞄准80后90后 白酒市场舞动“破局之剑”



受限制“三公”消费、禁酒令的影响,高端白酒自2012年下半年以来销售量价齐跌、大幅下滑,十年高速增长的白酒行业进入调整期,消费结构也正在悄然发生着变化。权贵退出留下的需求,需要经历一个漫长的过程来培养,但一个不容忽视的实事是,80后、90后逐渐成为白酒消费主体。因此有观点认为,白酒要想从啤酒、红酒中实现突围,将得益于年轻消费者,这也是当下白酒品牌需做的努力。
郑州晚报记者 朱江华

B 80后90后 白酒消费的新生力量

2012年下半年以来,白酒市场疲软,不少酒商将原因归结于禁酒令、限制“三公”消费等宏观政策。白酒业冬季将持续多长时间,调整将陆续呈现出怎样的局面和结果,一直也是大家关注的焦点。

对此,业界普遍认为,日益成长的80后、90后将逐渐成为白酒企业争夺的消费群体。但酒企如何策划针对性的营销策略,赢得他们的青睐呢?

北京大学经济研究所客座教授贾福春给出的答案

是,酒企要想“搞定”这个在新的时代背景下出生、在新的价值观熏陶下成长起来的新一代消费群体,抓住他们的舌尖,就是王道。

据记者了解,近年来,陆续有国内酒企推出80后、90后专属定制产品,先有亚特兰蒂斯的70后、北京炸弹二锅头及宋河酒业推出了针对年轻人专属打造“嗨80”。而且虽然近年来白酒行业销量整体下滑,但是125ML的小瓶装白酒以其优惠的价格、适合的定位,销售反而出现了增长。某品牌白酒代理商龚正强介绍说:“我经营了6个品牌的小瓶装白酒,今年

以来销售反而逆市上扬,占白酒总销量的30%以上,而80后、90后就是小瓶装白酒的主要消费群体。”

而来自中国白酒消费者年龄的调查数据也显示,目前在中国白酒消费者中,70后占40%,80后和90后占26%。

贾福春称,白酒企业在未来10年必须做好应对白酒市场消费趋势转变的准备,其产品和销售模式必须能迎合80后、90后的消费习惯和消费需求特征,否则大多数白酒企业的前景将会变得渺茫,销量只会下降、不会增长。

C 白酒突围 年轻化转型待时间检验

在节俭廉政之风影响下的白酒行业,正经历着不断变革,名酒转型民酒、销售渠道下沉、加大对低端价位产品研发等,都是白酒企业为了适应新的市场格局所作出的改变和努力。在80后、90后逐渐成为消费市场主力时,如何抓住年轻消费者成了白酒行业新的营销课题。

不过,对于平时是喜欢喝白酒还是啤酒,记者对30岁以下的市民作了调查,其中六成的人喜欢喝啤酒,三成的人表示无所谓,只有一成的人喝酒首选白酒。“白酒度数太高,自己的酒量有限,

不敢大口大口地喝,所以朋友聚会多以啤酒为主。”80后的王先生说。

宋河股份总裁王伟杨表示,作为宋河未来2年的战略之一,今后宋河将开发出具有个性化包装、低度数、柔和口感的白酒,并通过电子商务平台进行销售,以迎合80后消费群体的需求。

但有业内人士指出,白酒年轻化是一个不合时宜的伪命题,是白酒过于精细化的极端表现,时尚化产品并不能承载白酒文化,如仅仅作为功能性产品在市场上竞争中优势不明显,而且年

轻人并没有经济实力大量消费白酒。

对此,贾福春分析说,目前白酒年轻化仍处于“培育”阶段,大多酒企对年轻化概念的认识还停留在表面,这是一个长期的系统工程。

“白酒如何在啤酒、红酒中突围,得宠于年轻消费者,是白酒行业开发年轻消费市场的关键。”贾福春说,“针对80后、90后的消费习惯,开发更多有吸引力的产品,培养他们的白酒消费习惯,是现在白酒品牌正在做的努力。”

A 权贵消费 严重跑偏的白酒消费

在限制“三公”消费、禁酒令等多重利空因素的影响下,十年高速增长的白酒行业,进入深度调整的冬季,甚至有业内人士认为,被视为权贵消费的白酒将走向终极。而且白酒的权贵消费丧失,也让整个白酒行业出现中长期的需求萎缩和需求不足,新的可以替代权贵消费退出留下的需求空档,不会也不可能短期内形成和出现。

白酒营销专家林枫认为,“买的人不喝,喝的人不买”这种过往权贵消费需求,使白酒价格长期脱离普通大众的消费能力。而且此类消费对价格的极不敏感,也让过去10年白酒的繁荣过度依赖于权贵消费,造成大众客观固有的人际关系需求无法实现,从而剥夺了无限广泛的大众和非权贵需求。

鲁酒网首席评论员马修的观点是,政务中的高端酒水消费基本绝迹,地方性的酒企也很难再从政务消费中分得一杯羹。未来肯定是大众消费占据主流,还会允许存在一部分高端的商务消费。

行业快递

第七届“中国最具幸福感城市”评选揭晓



第七届“中国最具幸福感城市”调查推选活动”结果于近日揭晓,十大最具幸福感的“清新正能量”城市分别为杭州、成都、南京、上海、西安、天津、长沙、宁波、广州和深圳,其中杭州综合排名位居第一。活动以“清新正能量 幸福大中国”为主题展开,首次开创性地引入中国衣物护理剂领导品牌金纺从爱生活、爱家人、爱社会3个角度出发倡导“清新正能量”指数,作为调查评选重要参数之一,仅在网络上就吸引112万人次参与,累计收集52万张清新正能量海报。同时,金纺还在北京、天津、广州等地多次开展大型公益活动,将“清新正能量”传递给更多人。 王一品

《中国有个河南》 在郑州首映

由鹤壁市淇河酒业有限公司投资拍摄的中国原创音乐电影《中国有个河南》,2013年12月28日在郑州举行首映礼。

据了解,《中国有个河南》历时一年半拍摄、制作,剧长6分钟,是国内首部宣扬河南正面形象的公益音乐电影。影片以大写意的方式表现出河南及河南人应有的精、气、神,向外界传递出河南人敢于担当、正气凛然、坚贞不屈、铁骨铮铮、勇敢豪迈的正面形象。

据悉,这部音乐电影还将被搬上纽约时代广场大屏幕,同时自1月1日起在河南卫视播出,并在各大视频及门户网站同步播放。 贺荣凤

全省白酒酿酒大师 共话豫酒发展

2013年12月27日,河南省食品工业协会第二届白酒技术专家委员会换届大会在郑召开。全省白酒生产企业的酿酒大师们济济一堂,共同为豫酒发展献计献策。

近年,河南白酒行业在杜康、宋河、宝丰、仰韶等骨干企业的带动下,取得长足进步。本次大会选举产生了新一届河南省食品工业协会白酒技术专家委员会成员,宝丰酒业有限公司总经理卢振营被聘任为河南省清香型白酒首席专家,河南仰韶酒业有限公司勾兑中心主任韩素娜被聘为河南省陶香型白酒首席专家。 贺荣凤

千玺广场 打造中原时尚餐饮新地标

2013年12月30日晚,郑东新区千玺广场,“千玺之夜·盛宴”国际美食时尚之旅在如意湖畔盛大开启。现场嘉宾一边品味美酒、美食,一边欣赏不同地域特色的演艺节目,感受着世界各地的经典美食文化。此次活动举行,不仅意味着千玺广场异域餐饮板块将正式开始营业,更预示着中原时尚餐饮的新地标即将崛起。

顶级时尚餐饮作为千玺广场商业业态的重要组成部分,

甄选全球高端餐饮娱乐品牌。首先是自入驻以来就备受关注的JW万豪酒店,除了低调奢华的住宿体验,在这里还可以让味觉随时经历美国加州、法国南部、东南亚、地中海等地的美味旅程,满足来自全球不同地域宾客挑剔的味蕾。

据千玺广场招商负责人介绍,千玺餐饮板块定位于中原国际时尚餐饮地标,所以在招商过程中设立了较高的门槛,入驻商家均来自国际、国内知

名特色品牌。除JW万豪酒店外,还有能够提供法国知名产区原装葡萄酒的中原首个专业酒庄柏翠名品;有主营新派中式创意菜,在北京娱乐圈享誉盛名的茉莉餐厅;也有誉满鹏城,传统潮粤菜的顶级代表潮江春;有崇尚食物原味,讲究食物色形美的日式料理代表HIBIKI;有洋溢着巴伐利亚热情的德式啤酒花园;更有来自台湾兼具酒吧、Night Club、音乐餐饮的知名娱乐品牌

ROOM18……千玺广场将携手这些国际餐饮品牌,为中原食客带来完美的味觉体验。

据了解,绿地中心·千玺广场不仅是城市地标性建筑,更是一座让城市散发持久魅力,引领高端商业升级的内核引擎。该项目由上海绿地控股集团投资24.45亿元,以全新“垂直综合体”开发模式,甄选高端餐饮、休闲、娱乐、购物品牌,旨在打造中原高端消费群体的专属乐园。
郑州晚报记者 王一品