

12月6—8日,2011第二届全国优秀营销商代表大会暨中国(南京)中外酒类博览会在南京国际博览中心举行。尽管这三天正值“大雪”节气前后,室外气温陡降了许多,但是江苏作为全国排名靠前的酒类生产与消费省份,首次承办这样全国性的酒类博览会,对于很多江苏酒人来说,“透过严寒,看到了江苏酒类市场的美好未来!”

冬日里来酒飘香

江苏首届全国性酒类博览会完美谢幕

竹节瓷酒杯: 劝君更进一杯酒

走进酒类博览会现场,首先映入眼帘的是山西汾酒那红彤彤的展位门头。两位工作人员更是热情似火地到处邀请路过的品尝清香型白酒的淡雅。兴许是为了烘托汾酒本次所主推的“竹叶青”酒品,就连邀请过路者品酒的酒器也被设计成竹节的形状。瓷质的竹节酒杯分为上下两头,两头均可用来盛酒。“不同于普通的玻璃小酒杯,这种竹节形的酒杯更能为饮酒增添几分风雅情趣!”正在品尝汾酒的孙先生表示,自己一进门就被这高瘦瘦的酒杯吸引至展柜前。

同样喜欢主动出击,拉人唱酒的还有一位身材略显胖的老外。他所“代言”的是一个来自澳大利亚的葡萄酒品牌。只见他左手端着一只高脚杯,只要有人路过他的展位,他便“hi!”的又是招手,又是大声吆喝,邀请人们进来坐上一坐,喝杯红酒,并请来他的中国经销商为客人讲解其品牌酒品的口感和风味。

建设江苏酒都: 博览会以后每年一次

据悉,此次博览会是由国家商务部全国酒类流通管理办

室指导,中国酒类流通协会主办,属江苏省酒类行业协会承办的江苏酒类史上第一个全国性的酒类行业盛会。“像这样的酒类博览会,江苏以后每年都会办一次!”省酒协的房夕勇说。

省酒类行业协会副会长王建英在之前的新闻通气会上曾表示,江苏省巨大的酒类市场容量以及江苏省快速发展的经济水平,消费者对于酒类消费结构提升的需求等等,都是促使江苏省尽快建成大型酒类交易和流通平台,把江苏省打造成下一个酒都的支撑性基础因素。

数据显示,2010年,江苏白酒产量居全国第五,达到56.39万千升,同比增长64.86%,实现销售收入178.5亿元,利税59.59亿元。其中,江苏白酒龙头企业“三沟一河”总产量21.3万千升,销售收入135.02亿元,利税46.5亿元,均创历史新高。不过,业内众所周知,全国性的糖烟酒交易会已有春交会(每年3月份)和秋交会(每年9月份)两场。江苏若想成功打造下一个酒都,首先在博览会的时间安排上就要进行合理的商定。据透露,江苏酒类博览会的时间将定在每年秋交会的两周后,“未来我们还打算与河南、安徽等酒类消费大省结成联盟,共同承办此类酒博会。”房夕勇说。

更多口感选择: 无醇、烈性葡萄酒

卡斯特?卡拉德隆、好梦玛歌、舜邑拉菲、维格娜……这些都是此次参展的进口葡萄酒品牌。据悉,本次酒博会共有500多家优秀品牌酒厂家云集,其中进口葡萄酒方面,共有法国、澳大利亚、美国、俄罗斯、德国等多个“洋品牌”参展。

在维格娜的酒品宣传册上,记者看到了“无醇系列”和“烈性葡萄酒系列”的字样。该品牌的代理商表示,随着中国葡萄酒市场的日渐升温,有越来越多的进口品牌酒商看好其未来的发展。不过,总体而言,中国消费者虽是对“葡萄酒饮用”有了一定的健康概念,葡萄酒市场也以每年约30%的增速在发展,但是具体到某一个性价比的进口葡萄酒品牌,很多人又不知所云了。这一现象既是目前进口葡萄酒品牌面临的困局,也蕴藏着无限的发展可能。“我们这个单一品牌,去年全年就做了500多万!”

“部分葡萄酒爱好者也开始愿意尝试更多新鲜口感。譬如无醇系列、葡萄酒系列,前者更适合女性饮用,口感与香槟相近,后者更适合男性饮用。”该代理商说。快报记者 笭颖



制图 李荣荣

论坛观点

4年后白酒发展出现拐点?

本次博览会正常运行的同时,“不确定时代酒企/酒商可持续发展之道”等几场酒业论坛也在金陵国际会议中心举行。与会专家和酒商一致认为,中国白酒的快速发展势头不太可能一致延续下去。预计在2015年,中国白酒业发展将出现拐点。

2015,战国时代来临

就像任何房子都有天花板,随着“三公”要求的出台、GDP增长速度放缓等,白酒业未来发展是机会与风险并存。江苏酒协会长陈国锁、酒鬼酒集团总经理范震、《新食品》杂志社社长汪歌等人均表示,中国经济高速增长时代和人口红利到2015年都将结束,白酒业届时会进入一个大分化、大并购、大改组的战国时代。

南京菜巧搭葡萄酒

欧洲酒王CASTEL到访金陵

日前,欧洲最大葡萄酒企业法国CASTEL携旗下诸多酒庄酒造访南京,继续其以“鉴证高品质葡萄酒生活”为主题的酒庄酒年度全国巡回品鉴会之旅。这场品鉴会上,CASTEL以“南京菜巧配法国葡萄酒”的独特方式,在各种精巧的美食美酒搭配之间,展示出南京美食的“跨国”魅力。

CASTEL中国区总经理毕杜维认为,中法各为东西方餐饮文化之典范,其实有着很多共通之处。南京的法国葡萄酒消费市场成长迅速,体现出本地美食爱好者们对这一“舶来”美食体系有很好的接受度。

创建于1949年法国CASTEL集团目前是欧洲最大的葡萄酒企业,早在1998年就开始进入中国市场,在中国运营着近40个自主的产品品牌,其中包括近20个酒庄酒品牌,这些酒庄分布在法国的各个优良葡萄酒产区,其中大多都拥有上百年甚至数百年的历史。

启动于2011年8月的“CASTEL酒庄酒2011年度全国巡回品鉴会”,在全国26个城市推广,以“本地菜配法国酒”的形式,达到“鉴证高品质葡萄酒生活”的目的。

快报记者 沙辰



洋河欲揽入白沙液?

据江苏省酒业网信息透露,江苏洋河酒厂股份有限公司(简称洋河酒业)已与长沙白沙酒业有限责任公司(简称白沙酒业)悄悄接触,如合作顺利,后者将在资本助力下重焕光彩。

前有联想控股入驻武陵酒,浏阳河引入十亿战略投资,长沙的一些老名酒品牌开始积极引进外资。一位知情人士透露,江苏洋河酒厂股份有限公司已经与长沙白沙酒业有限责任公司多次接触,由于双方的洽谈与合作还在进展之中,并不太清楚具体的交易细节。但是,记者联系了另一位苏酒实业的工作人员,他则表示,自己询问了一圈,包括自己在内,没有人知道这件事情。

洋河之所以选中白沙液,估计看中的是白沙液内在的品牌潜力。据悉,20年前,白沙液曾一瓶难求,直逼茅台与五粮液,并与其合称“国内三大名酒”。上世纪90年代初,长沙酒厂的白沙液的销售曾一度达到8800万元。这在当时的市场背景下,是令人咋舌的。洋河方面另一位人士表示,按照惯常做法,如果洋河真的与白沙酒业合作,仍旧保留“白沙液”品牌的可能性大。快报记者 笭颖

茅台逾4亿投王子酒

12月9日,贵州茅台发布公告,公司拟投资约8.37亿元,用于建设2012年新增2800吨茅台王子酒制酒技改工程及配套设施项目和多功能会议中心项目。其中茅台王子酒产能扩建项目投资总额约为4.37亿元。

项目完工并交付投产后,根据茅台王子酒基酒生产成本、销售等现行价格等因素预测,该款酒每年销售收入可达5.7亿元,利润总额约2.88亿元,投资利润率为52.6%。

系列酒盈利贡献对于茅台来说,还属微不足道的部分。因此,茅台方面曾于今年秋季糖酒会期间召开了系列酒经销商大会,公司希望能把系列酒打造成新的利润增长点。

不过,根据贵州茅台公告显示,茅台王子酒最先的生产基地是在仁怀市。而今年的两次投资项目都将茅台王子酒的基地选在了茅台新收购的习酒所在地习酒镇。

快报记者 笭颖

来买酒,就送酒!

春节酒水促销现已启动

圣诞节就快来了,春节还会远吗?每年年末都是酒水行业最后冲刺的阶段,已经完成了全年销售额的,再争辉煌,还没有完成全年销售额的,更是铆足了劲,拼销量、拼金额。纵观目前整个酒水市场,除了以泸州老窖为代表高端酒仍在进行价格拔高战,中高端乃至低端酒品都在各显神招,吆喝自己。



泸州老窖还要再涨?

据市场价格反映看,国窖1573的价格已经有所提高。中央商场烟酒柜上,一瓶国窖1573标价1179元,虽然还没有达到厂方的终端指导价1389元,但显然已比国庆期间的938元/瓶提高了约26%。

相比之下,茅台和五粮液的表现与平常相似。53度飞天茅台仍然普遍缺货。之前所不常见的43度飞天茅台也在部分商超和终端专柜现身,其售价为1180元/瓶。而五粮液的几款畅销酒品,价格自上一轮调价后,目前按兵未动。52度五粮液1618售价为1309元/瓶。据中央商场烟酒销售人员介绍,在售价超500元/瓶的所有次高端及高端酒品中,目前只有剑南春有10—20元左右的价格让利。

同样没有调整价格的还有水井坊。“暂时我们没有调价的打算,但是节前可能会有所行动。”水井坊江苏总代理商金伟说。据悉,前不久刚刚在江苏市场面世的水井坊“菁翠”酒品也将在节前针对高端消费人群推出,售价为1980元。而其他现已面市的酒品价格将平均上调100元左右。

本月初,在已经上调了终端指导价之后,泸州老窖方面继续发布公告,国窖1573今年销售预计将突破4000吨,预计明年一季度公司出厂价将提高30%至800元以上。

丰谷酒,每周进社区

来自四川的浓香型白酒新星丰谷酒于去年底开始进驻南京。在业已完成了全年400万左

右的销售额之后,丰谷酒方面仍为今年春节旺季作完美收官。据其江苏总代理商王忠刚介绍,目前丰谷正尝试进社区,“每周有5天都会进社区,现场邀请市民品尝我们的‘低醉酒度’川酒。而据现场的反映看,大家对这一品牌的接受度比较高,丰谷纯酿等酒品都是现阶段主推产品。”

据了解,丰谷酒方面的促销政策不仅仅针对终端消费者,经销商们也同样能收获不同的惊喜。在两个星期前的订货会上,丰谷就拿出了“四川双飞5日游”的奖励措施。

“作为一个刚刚进入江苏市场的新品牌,我们从影响力上暂时无法与强势品牌相竞争,所以我们在服务品质上格外用心。比如,餐饮渠道的经销商们可能有不同的买赠需求,我们会依据具体要求,有的赠送消毒柜、有的赠送洗碗机。”王忠刚说。

来买酒,就送酒!

今年各酒企的促销政策与往常有些不一样。之前每逢节日,酒企们都会打出“立减20”“返还5元”等现金促销字样。今年各酒企则多采用“买酒就送酒”的方式。譬如买一瓶老郎酒,即可获一瓶50ml的小瓶酒品。

甚至有些酒品牌就以酒版的形式上架,如张裕白兰地、泸州特曲、泸州酒、酒乡坊等。这些酒品包装从100ml至500ml不等,价格也仅为几元至十多元。“这些酒以个人品尝式消费为主。有些愿意尝试更多口感的人,就可以选择这样小容量酒品。对于酒企来说,也是自我推销的一个办法。”超市促销员说。

快报记者 笭颖