

啤酒营销成本占65%

4月18日,嘉士伯在北京召开新闻发布会,宣布其中高端啤酒产品“乐堡”正式上市。此前,大富豪也宣称要积极地将纯生和易拉罐啤酒推荐给终端市场。据众啤酒上市公司的业绩显示,啤酒业除了雪花、青啤等几大巨头销量和利润均有上涨之外,二三线啤酒企业则在盈亏的边缘挣扎。包括巨头企业在内,调结构和推出中高端产品显然已成为啤酒企业盈利的制胜点。

在2011年的业绩表现上,三大巨头依然发挥了龙头企业的本色。华润创业去年销量超过1000万千升,市场占有率约21%;青岛啤酒以715万千升的销量排名第二,市场占有率约为14%,而燕京啤酒去年实现销量550万千升,同比增长10.75%,占全国啤酒总量的比例也超过了11%。这三大啤酒巨头共占据了整个市场的约半壁江山,而且无论从营业收入,还是净利润来说,三大巨头最近三年都保持着稳定的增长态势。

相比之下,一些二三线的啤酒企业就没有这么红火的日子可过了。正在“待价而沽”的金威啤酒尽管2011年,销售啤酒93.4万吨,较2010年增加1%,但是集团的净利润则比2010年减少4.2%,仅为3477万港元。

江苏南通啤酒品牌(这是什么品牌?沙辰)虽然没有对外公布2011年的产销量和销售业绩,但是从其2012年的经营目标“产销量确保20%的增长,力争30%以上的增长,销售目标是42万吨,毛利2亿元”,可以大致推测其2011年的销售量35万吨左右。这与雪花去年约65万吨左右的销量有不小的差距。

“啤酒行业集中度不断提高、市场无序竞争加剧、经营成本持续上涨,给公司生产经营带来巨大压力;公司市场占有率、盈利能力和企业管理绩效等都有待提高。”珠江啤酒的年报如此总结眼下的啤酒市场。业内人士李保均认为,珠啤仅仅是二线啤酒品牌尴尬处境的一个缩影:“所有事实都显示区域品

牌生存困难。”

即便是产销量实现上涨的啤酒巨头企业,也在抱怨原材料、人工等成本的上涨。去年11月份,雪花和金百士趁着淡季将其部分产品提价,此举还引发出一波啤酒业淡季涨价潮。当时就有业内分析人士认为,成本压力是导致提价的直接原因。

中国食品商务研究院研究员朱丹蓬认为,在啤酒的成本中,生产成本和营销成本的占比约为35%和65%。前者包括麦芽和瓶子的成本,而后者包括进店费、促销费用、媒体投放、人员工资等成本等。

此前,苏赛特商业数据提供的一份统计数据,青岛、燕京、重庆啤酒、珠江啤酒的2008—2010年销售费用率(即销售费用占营业收入的比例),过去三年均呈现上涨趋势,其中青岛啤酒的销售费用率从18.5%上涨至19.7%,销售费用率为四品牌中最高的,珠江啤酒次之,但也已然从12.7%上涨至15.4%;而重庆啤酒则从12.2%上涨至13%,燕京啤酒从10.1%上涨至11.8%。

因此,调结构和推出中高端成为近两年各啤酒企业都在做的事情。年初,现代快报记者在与雪花江苏区域公司的工作人员接触时,该工作人员表示,力推中高端产品是雪花江苏区域公司今年的工作重点。去年,雪花江苏区域公司已经完成对旗下产品的梳理工作,“清5”“纯生”“世好”等产品都是雪花供应江苏市场的高端产品。为更好地打开“纯生”的市场,一年一度的雪花摄影大赛于今年,被提前至四五月份正式启动。而在往年,该活动都被安排在下半年。

现代快报记者 董颖

2012雪碧“真我飞扬”篮球汇正式启动

南京2014青奥会系列活动之雪碧真我飞扬篮球汇江苏赛区启动仪式于4月21日晚在河西万达天幕广场绚丽登场。此次启动仪式依旧沿袭了雪碧一贯的创意风格,将创意灌篮变成了3V3,但又不仅仅只是3V3,还有音乐和超级粉丝的选拔,创意更富多样性。

此次的雪碧活动将篮球竞技搬到启动仪式上,由南钢明星队员孟达率领的心飞扬黄队和房辉带领的透心凉绿队给现场观众带来了一场精彩的灌篮大比拼。

当天晚上CBA明星球员唐正东亲临现场指导,获胜球队队员还获得了由其亲笔签名的篮球。更夺人眼球的是,此次启动仪式开启了河西万达广场的天幕,天幕的静态视频和现场的动态比拼相得益彰,构成了一幅炫灵感的唯美画面,好似NBA巨星科比和乐坛巨星周杰伦碰撞出来的篮球灵感火花。



据南京中萃食品有限公司市场部经理邓春霞女士介绍,此次雪碧篮球汇将从启动之日起至5月底,将覆盖南京、常州等7个城市。最终胜出的选手将参加全国三大区域的区域决赛,区域决赛中获胜的选手将有机会被邀请参加到9月雪碧的“全明星表演赛”,亲临现场目睹科比、周杰伦等巨星的风采。此次活动后,5月12日,在湖南路狮子桥,雪碧所在的可口可乐公司将会启动奥运品牌活动。

现代快报记者 董颖 实习生 彭何

法国乐朗葡萄酒亮相宜兴 首场品鉴会获社会名流赞誉

4月19日,宜兴宾馆名流云集,由法国乐朗葡萄酒加盟商——宜兴乐之朗酒业商行主办的以“人生在于分享”为主题的法国乐朗葡萄酒高端品鉴会圆满举行,这场集视觉、听觉、味觉于一体的豪华盛宴,吸引了150多位宜兴各界社会名流人士参与。

品鉴现场,音乐悠扬,激情动感的小提琴演奏、浪漫的双人芭蕾、时尚的葡萄酒展示走秀一一上演。在乐朗品牌资深品酒师VICKY的讲解下,嘉宾们品尝了秋之思语和思乐堡两款乐朗葡萄酒,并从历史、文化等多方面了解了乐朗品牌。现场的来宾们在举杯品味后,均被乐朗葡萄酒醇厚的口感、完美的挂杯、丰富的结构所折服。



据了解,目前宜兴许多名流人士越来越喜爱葡萄酒,这次的品鉴会让大家在沟通交流的同时品味杯中佳酿。乐朗酒庄庄主沈东军表示,品牌是乐朗发展的核心,乐朗将借助以往在奢侈品行业的推广经验,致力于乐朗品牌的推广,并通过品酒会等各种形式,加强与葡萄酒消费者的不断接触和持续沟通,和经销商一起把乐朗品牌做大做强。

品雪花纯生之“醉” 摄苏韵古建之美

第四届雪花纯生·中国古建筑摄影大赛江苏赛区正式启动

4月25日,第四届雪花纯生·中国古建筑摄影大赛在全省范围内正式启动。与此同时,江苏赛区官网 <http://jssnow.jstv.com/> 和新浪微博@江苏休闲频道苏韵古城也同步上线,及时跟踪播报大赛最新进展情况。广大摄影爱好者可以通过向江苏官网上传照片投稿,或通过微博参与“古建醉美最江苏”随手拍活动,参与本届摄影大赛。本届大赛以古建筑为拍摄主题和对象,历时3个月。

用照片静止时间,每一件古建筑摄影作品中都浓缩着当时之人的审美趣味和智慧创造。雪花纯生以中国古建筑摄影大赛的举办宗旨在于为摄影爱好者搭建创作与分享摄影作品的平台,并借“古建筑”这一摄影主题,用图片形式,唤起社会对于古建筑保护的广泛关注。每一届的古建筑摄影大赛,其主题拍摄范围均以《中国古代建筑知识普及与传承系列丛书》内容为

蓝本,扩展至带有历史信息和生活气息的古建筑类型,包括具有地方特色的民居、官邸、宫殿、园林、宗庙等。

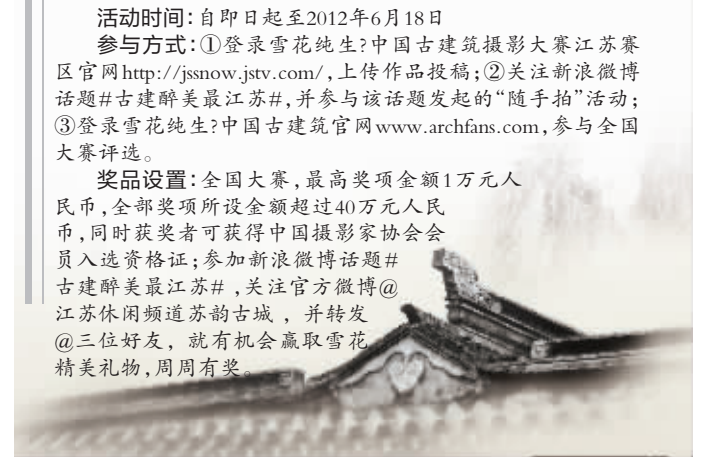
与往届摄影大赛相比,本届大赛的新颖之处在于引入了“微博随手拍”活动。你可以不是一名摄影发烧友,也可以不懂单反与傻瓜的区分,只要你有一双擅于发现的眼睛,就可以抓起手机,定格下触动你那一弯屋檐、那一片瓦当……广大摄影爱好者还可以登录雪花纯生·中国古建筑官网 www.archfans.com,参与全国大赛的评选活动。

本届大赛的主办方华润雪花,现已成功举办过三届中国古建筑摄影大赛,该活动同时得到了中国摄影家协会、《大众摄影》杂志社、清华大学建筑学院等机构的大力支持,并业已成为目前中国规模最大、最具影响力的古建筑摄影比赛。

活动时间:自即日起至2012年6月18日

参与方式:①登录雪花纯生·中国古建筑摄影大赛江苏赛区官网 <http://jssnow.jstv.com/>,上传作品投稿;②关注新浪微博话题#古建醉美最江苏#,并参与该话题发起的“随手拍”活动;③登录雪花纯生·中国古建筑官网 www.archfans.com,参与全国大赛评选。

奖品设置:全国大赛,最高奖项金额1万元人民币,全部奖项所设金额超过40万元人民币,同时获奖者可获得中国摄影家协会会员入选资格;参加新浪微博话题#古建醉美最江苏#,关注官方微博@江苏休闲频道苏韵古城,并转发@三位好友,就有机会赢取雪花精美礼物,周周有奖。



有识之士

拉图欲退出 期酒制度



波尔多五大酒庄之一的拉图近日宣布,2011年将是酒庄最后一个销售期酒的年份。这一消息对于波尔多期酒市场来说,堪称一枚重磅炸弹。但亦有人说,拉图的退出,并非偶然。

在波尔多五大酒庄中,拉图向来是期酒不太感冒,甚至抵触。2007年,它曾因突然性的期酒配给中断而被告上法庭。在历次的期酒测评中,相比于其他几个名庄,拉图向来是提供测评品种最少的一个。

拉图在推出期酒制度后,其酒品销售能否获得成功?多数业内人士对其未来表示看好,原因在于拉图业已获得的品质美誉,及其背后的财团支持。据悉,拉图背后的财团是法国百货业巨子春天百货公司。

现代快报记者 董颖

中国人更倾向于低度酒类

葡萄酒调查机构 Wine Intelligence 在全球多个国家发起的酒类消费调查发现,中国新兴中产阶层对高度烈酒兴趣较低,更倾向于低酒精度的饮品。在对约1000名中国葡萄酒消费者进行调查的结果显示,约有1/3的受访者愿意选择酒精含量在8.5%—10.5%的酒类,1/5的受访者喜欢饮用酒精含量在5%—8%的酒类。这些参与调查者均为一二线城市中

经常消费葡萄酒的高收入人群,年龄在18岁—45岁之间。

该机构表示,中国市场的这一调查结果令人惊讶,虽然该公司在全球范围内的调查均表现出酒类消费倾向于低酒精度的趋势。另外,多数受访者称法国赤霞珠为其最钟爱的葡萄酒品种,智利葡萄酒位居第二,中国国产葡萄酒位居第三,其次是意大利和澳大利亚葡萄酒。

茅台8.5亿元布局自营店

贵州茅台近日发布公告称将加速直营公司的全国布局,首期投资不超过8.5亿元。分析人士认为,茅台“重金”布局自营公司,有利于增强对渠道的控制能力,从而控制终端零售价格的上涨节奏,并分摊中间环节的超额利润。

新建的31家全资子公司将覆盖全国31个省会城市、直辖市,此外还将在计划单列市和经济发达的地级市设立自营

公司。即便前两个月,茅台的经销商进货价格略有下降,约300元左右,但是市场的终端价格,并没有出现集体“跳水”的迹象。另外,茅台的出厂价和经销商报价一直存在着极大的级差。以53度飞天茅台为例,出厂价为619元/瓶,据说现已上涨了20元左右,但是其二级经销商的拿货价则高达1500—1700元/瓶左右,终端零售价有的高至2380元。

“天合慈善酒会”隆重举行

日前,南京天合酒业在北京西路华东饭店隆重举行“天合起航慈善酒会”。慈善酒会上,天合酒业董事长王青宣布,将每年拿出每瓶酒的一部分收益,捐赠给慈善事业。来自江苏省委、军区首长以及安徽沙河酒业、江中集团等200位酒业精英见证了启动仪式。

为倡导公益慈善事业能够继续蓬勃发展,进一步激发企业家对社会弱势群体的关

爱与关注,同时也为了弘扬天合酒业的“同心同德、同共同薪、积极纳税、开拓创新”的企业精神,企业举办了这次慈善酒会。

王青表示,这次活动不是为了赶时髦出风头,只是想主动分担一份社会责任,主动帮助弱势群体,带动更多的仁人志士为社会奉献更多的爱。本次慈善酒会引起了社会各界的高度关注。