



今冬白酒市场 进入性价比时代

又到年末,白酒销售旺季应该随之到来,高端白酒的乏力增长让今年的白酒市场有些异样。

以五粮液、泸州老窖等为代表的川酒纷纷推出中低端价位白酒,以老品牌驱动性价比白酒的流行。泸州老窖正式推出了小酒新品“泸小二”,定价在十几元到几十元之间,此外,沱牌舍得推出价格在100~300元之间的曲酒系列产品。

有业内人士表示,众多酒企同时大力开发低端白酒,如果没有“性价比”优势,将无法在这轮市场调整中走出来。

中低端价位新品的不断推出,意味着性价比白酒市场的全面到来,也是理性白酒消费市场的回归。白酒终归是一款普通大众消费品,大众消费品竞争的本质就是“性价比”。

未来5年,白酒厂家主流产品商超标价150元左右将是百姓消费的平均价格。

四川省经济和信息化委员会提供的数据显示,在高端白酒产销大幅下降的同时,由于中、低端产品价位适中,消费群体固定,受宏观消费环境影响较小,中、低端白酒呈现较快增长势头。“既然高端白酒失去了原动力,那么要满足千万百姓的需求,就要形成150元以下零售价产品,带动恢复白酒市场,如安徽、山东、河南的地产酒。”资深白酒专家王朝成预计,零售价在150元以下的白酒产量将占整个白酒总产量80%~90%。

但在80~150元的价位段,名酒厂竞争不过地产酒,毕竟大量深入渠道的业务员是地产酒的优势。大型名酒酒厂要打广告,所以一瓶酒当中有很多钱都是广告费、豪华包装之类的成本,但是拼广告中小酒企拼不过茅台、五粮液等大品牌,所以只能转而关注性价比。如一些县城里生产的酒,哪怕做光瓶酒,或进行简易包装,但只要酒好喝,就会产生联动效应,消费者就会争相购买。

来源:中国经营报

! 导读

玩转冬季 拒绝猫冬

B19

为何定制家具不能退换?

B32