

两大酒企集中动刀系列酒

抢滩中端酒市场 恐五年内难见成效

近期茅台、五粮液密集抛出剥离系列酒的举动,凸显了大佬加码中端市场的意图。在经销商为被压制多年的系列酒终于获得重视而松了一口气的同时,也有业内人士分析称,企业意识的转变及中端酒渠道的建立尚需时日,系列酒成气候可能要至少五年时间。

酒企纷纷剥离系列酒

茅台剥离系列酒的声音由来已久,今年初曾有消息披露,茅台将进行内部拆分,将现有系列酒整体剥离至新公司,2014年完成新公司拆分工作,2015年开始“引进战略投资”工作。今年12月,再传出茅台集团将股份有限公司旗下包括茅台王子酒、茅台迎宾酒、汉酱酒、仁酒等所有系列酒剥离出来,并计划对新成立的公司2-3年内进行混合所有制改革。

时过不久,12月17日,茅台剥离系列酒的构想坐实。该公司公告称,出资2亿元设立贵州茅台酱香酒营销有限公司,主要为“进一步做好公司系列产品营销”。

同样为白酒巨头的五粮液也不甘示弱,且在路线图上与茅台颇为相似。五粮液董事长刘中国在12月18日的经销商大会上称,2015年将做好系列产品布局、消费者群体定位、价格体系和渠道设计建设、团队打造、流程梳理与优化。为此,五粮液将实行品牌与系列酒的独立运作,将成立五粮液系列酒公司,进行市场拓展。

意指提振系列酒

在业界看来,计划经济催化、经历高速增长时代的畸形发展,高端酒受宠,代表中低端酒的系列酒一直处于被抑制状态。

茅台今年财报中的系列酒表现尤为明显。该公司半年报显示,报告期内,茅台酒收入出现2.72%的同比增加,系列酒收入却同比大降23.08%。另从营收占比看,系列酒占比仅为4%。值得注意的是,茅台系列酒占比在2013年财报中还能达到6%。

白酒营销专家铁犁分析,之所以系列酒发展受阻,一方面是整体经济发展情况所致,酒企曾经抓住时机,实现了高端快速上升,在系列酒方面则是缺乏营销行为。缺少人才、难调动发展积极性也是其中原因。失去曾经支撑高端的政务消费后,白酒业进入真正的市场竞争,“压力大了,酒企才有意识重视中低端”。

此前,五粮液提腰部战略、茅台迎宾酒等子品牌降价,都曾有过发力中端酒市场的行动。“但与以往不同的是,成立公司,对系列酒独立运营,有利于在管理、销售等方面更精



细化、标准化,加快其市场反应速度。这是酒企发力中低端一次比较大力的转身。”一位不愿具名的白酒业内人士表示。

系列酒剥离或成趋势

业界普遍认为,酒企依靠包销模式,扩大品牌规模,但也引发了现在的泛滥局面。在行业进入调整期,转入市场化竞争,企业品牌被淘汰或归类独立运作将成为酒业的一大发展方向,甚至多数会以独立公司运营的模式进行。

白酒行业分析师蔡学飞介绍,高端白酒主要依托关系营销,更看重品牌,与此不同的是,中低端产品更重视渠道。“曾经更善

于品牌运作,缺乏直接做市场销售经验的酒企,转型做中端,显然需要一定的时间培养。”

另在铁犁看来,茅台、五粮液能否在中低端上成功,关键在自身,而非市场。“渠道的建设、品牌的完善需要时间,酒企们是否有耐性,是否会重复老动作——压货,决定着他们在中低端市场抢滩的前景。”据他预估,对系列酒独立运营并产生效应,至少需要五年。另有观点认为,目前在国内不同区域,已有强势中端酒存在,两大巨头想要抢滩难度较大,而且他们还要面临两者间的互相角逐。

北京商报记者 马骏昊/文
CFP/图

· 微博声音 ·



■ 程伟雄

产品改良是七匹狼必须面临的问题,渠道模式如不改变,依然离消费者距离比零售品牌更远,对用户体验反映迟钝,产品改良不会有质的改变,流于形式。基于总经销模式是七匹狼之前成功的根源,对店铺扁平化零售精细化管理是七匹狼的必然挑战之路。

——上海良栖品牌管理有限公司首席顾问

网友评论:

现在最重要的是拉近与最终用户的距离。怎么做呢?质量是第一位的,之后是时尚。



■ 许有杰

面临老板换人,要注意哪些事?个人觉得最重要的是别设想新老老板会和前老板有同样的工作、思考,待人处事的模式和方法。准备好去多了解新老老板的思路和作风,做适当的调整。另外,尽量不要在新老板面前一直说这一句:前老板都是让我们这么做的。

——宝洁中国传播与公关副总裁

小编小评:

跟着新老老板的工作思路和作风,迅速调适自己的工作状态。

栏目主持:张茜岚

· 资讯 ·

意大利服装借线上加码中国

日前,电商平台鑫网易商上线,北京商报记者了解到,来自意大利的服装、水、奶酪、葡萄酒等诸多品牌拟通过这一线上渠道进入中国,抢食进口消费品市场。据悉,鑫网易商以在线方式将商品供应商、物流服务商、零售商联接至该平台,将境外原产地商品输送至中国。该平台将覆盖欧美8国,意大利成为8个国家的首选合作方。据商务部部长助理王炳南介绍,2013年双边贸易额达到433亿美元,基本恢复到金融危机前水平。意大利驻华大使白达宁表示,上述平台旨在帮助一些意大利中小企业,帮助其产品能够接近中国消费者。

多企业助力保护森林生态公益

“森林中国·2014中国生态英雄”大型公益活动日前在京拉开序幕。该活动旨在宣传在森林资源保护方面做出特殊贡献的生态英雄。协鑫新能源、贵州大自然科技有限公司等企业纷纷表示,公司正通过直接或间接方式,主打环保产品和绿色生产,响应该公益活动。据介绍,该公益活动于11月起至明年1月的3个月内,通过媒体寻找、主管单位推荐、公众参与寻找形式,最终选出10位为生态保护做出重要贡献的生态英雄。

北京商报综合报道

康宝莱大讲堂

秋冬补水,迫在眉睫

“要多喝水”这句话想必你已经听的都快厌烦了吧?多喝水的好处还需要再三提醒吗?美国加州大学洛杉矶分校人类营养中心副主任、康宝莱营养学院及营养咨询委员会成员苏珊·鲍尔曼博士列举一些科学原理:人体中水比任何东西都多,大约占到人体体重的60%-70%。人体中的水需要参与大量重要任务。足量的水可以帮助身体正确地消化食物并向细胞输送营养,同时排出不需要的物质。若没有喝足够的水,则难以控制体温,身体关节将缺少润滑,肌肉更容易疲劳。综上所述,人体每个细胞、组织和器官的正常运转都需要水。

所有人都知道要多喝水,但真正能做到每天喝掉2000ml甚至3000ml的人有多少?秋冬季节,天气干燥,更是到了必须补水的时候。但无数人还是处于觉得很渴才去喝水的地步,尤其是上班族,不光不爱喝水,也不能按时上厕所,活动量也非常少,患结石的几率也随之增大。

为何你不爱喝水

你身边有这样的伙伴吗?无时无刻不在喝水,一到一个地方马上找厕所;从没有见过他喝水,也没有怎么见过他内急的;还有不喜欢喝水只喜欢喝饮料的……不爱喝水有多种原因。比如有些人不爱喝水,但是喜欢吃水果,那么他可能已经在水果中补充了所需的水分。还有些人是因为体质问题不爱喝水,那他可能有一些如便秘之类的小毛病。

更多的人不爱喝水都是一个原因:他

没有意识到自己需要补充水分。

三招让你爱上喝水

■ 看见水

很多人不喝水,纯属懒的。如果你的手边无时无刻有水存在,可能你就会改掉不爱喝水的毛病了。如果你在公司里,那就买一个超大的水杯吧,现在市售1000ml以上的太空杯可能是个不错的选择。如果你在家里,就在你经常去的地方都放上水,书桌上、床头柜、饭桌上……当水随手可及时,喝水也会更有动力。

■ 定时喝水

很多人起床后会先喝一杯水,这是一个非常好的习惯。但之后喝水的时间却不能固定下来。现在,手机上有许多应用软件可以帮你将喝水时间固定下来,这些应用会给你发送喝水提示,在一天过后,还可以为你统计每天的饮水量。

此外,在三餐前喝水也可以作为一个固定习惯,饭前喝一杯水,还有助于控制体重。

让喝水变得更有趣

白开水确实会让人难以咽下,你可以尝试让水有“味”。这个有味可不是指饮料,不管是气泡饮料还是维生素饮料,都含有许多糖分和添加剂,绝非日常饮用的佳品。

你也可以自己动手让饮料变得有滋有味,如在矿泉水里加一片新鲜的柠檬或者生姜。也可以冲泡一些茶叶。如果想喝更方便,可以选择一些更特别的茶,比如康宝莱的草本浓缩速溶茶饮,作为一款提神的低热量草本茶饮,其中包含了红茶、绿茶的提取物和肉豆蔻粉、锦葵花粉末、木槿花粉末等多种草本精华,可以提神醒脑,喝起来也别有风味。