

高档酒两次断货,仲秋完成全年销量,婚庆用酒单瓶超百元

中秋给力齐鲁白酒

□记 者 李克新 王丛
实习生 汪思兴 计鹏

中秋白酒大战向来都是一幕大戏,作为白酒消费大省的山东,扎实的群众基础令这场激战颇有看头,鲁酒的崛起从中可见一斑。从今年春天高调亮相全国糖酒会开始,鲁酒已经不满足于在川酒面前只是“耍耍大刀”,市场传来的利好已证实鲁酒前进的步伐,而这一切对鲁酒来说仅仅是一个开始,是一次“牛刀小试”。

中秋提前 销售减时不减量

“最后几天集中爆发,很多地方都到厂里来拉货,今年仲秋增幅至少35%以上。”扳倒井集团副总经理张辉在接受记者时说。

“今年中秋,我感觉市场热起来的晚,但比较集中。”天地缘酒业总经理王公淼告诉记者,这位有着十几年销售经验的操盘手,对今年的销售市场分析得一针见血。临近中秋还有半个多月的时间,记者曾走访济南各大超市时发现市场却没有以往那样升温。“随着中秋临近这一周,来买酒的人才多了起来。”一销售人员告诉记者。

机会总是留给有准备的人,对市场竞争来说亦是如此。面对提前的中秋,鲁酒提前踩好了点,启稳了步,销售数字自然不在话下。“淡季做市场,旺季做销售,今年中秋提前我们的预热也随之提前,现在总结一下,做法是对的。截止今年中秋之前,我们已经完成了去年全年的销量。”百脉泉酒业副总经理马业准告诉记者,据了解从今年五月份开始,百脉泉酒业就开始搞与消费者互动的活动,提升品牌的同时也起到很好的预热作用。

据悉,提前着手的不仅仅是百脉泉酒业,古贝春集团的封坛大典、景芝酒业的全省巡回品鉴会、花冠酒业集团的中秋联谊会等活动都是对市场的提前预热。

品质提升 鲁酒量价齐升

“很好”、“很不错”、“增长至少20%”,中秋节后上班第一天,记者电话采访了扳倒井、趵突泉、泰山酒业、景芝、兰陵、花冠、百脉泉、天地缘等鲁酒企业时了解到,虽然中秋的销售数字还没有出来,但各销售老总普遍反映中秋市场稳中有升。

“今年中秋战役大获丰收,收获好几个意外。”电话里泰山酒业总经理张铭新显得很兴奋:“中高档酒比例大幅提升,比去年同期提升超过30%;省内市场大幅提升,济南、枣庄等地出现翻番现象。”让这位老总想不到的事情,都在仲秋大战中出现

了:300多元的泰山五岳独尊年份酒,因为估计不足,期间发生了两次断货现象;枣庄地区增幅超过二倍,济南地区销量翻番;泰安地区婚宴用酒水平大幅提升,平均单瓶酒价超过100元。花冠酒业集团副总经理郑海峰介绍,“粗略估计销售额同比增长在20%以上,除了在菏泽地区,济南的长清、平邑、日照、潍坊等地区的经销商反映销售情况也都很不错。”

据了解,随着一些一线名酒的不断涨价,也成为中秋期间鲁酒量价齐升的一个客观因素。“消费者对于已经成为奢侈品的白酒望而却步,对于一线白酒的二线品牌又不怎么感冒。随着我们鲁酒质量的提升,消费者的认可度也是水涨船高。尽管不少外地酒都虎视山东市场,但从市场目前反映来看,并未对我们构成多大的影响。”趵突泉酒业副总经理杨连明告诉记者。

走出去 鲁酒“墙内墙外”飘香

受秦池事件影响,鲁酒近些年来一直都是“墙内开花墙内香”。走出去已经成为鲁酒振兴道路上的拦路虎与绊脚石。

中秋期间,鲁酒除了量价齐升外,也出现了省内市场、省外市场齐头并进的状况。今年年初,兰陵集团就将目标定位为,做好省内市场的同时积极开拓苏北市场。“从目前来看,兰陵王酒在徐州等苏北地区销量还是不错,可

以说与省内市场齐头并进。”尹辉介绍道。

同时,泰山酒业在广东、海南、浙江、福建等省维持增长的同时,新开拓的江苏、河南、河北、安徽及内蒙古等市场也有不错的表现,“吴江一个县级市,今年仲秋季就卖了25万箱,去年才卖16万箱,真是意想不到。”古贝春集团依托区域优势,在河北尤其是衡水销售火爆,已经在衡水地区坐稳了白酒第二把交椅。

仲秋热销 品牌再造发力

时间短,爆发力强,鲁酒仲秋在大本营取得了意想不到的成绩,原因何在?

“还是品牌积累和提升的结果。”张铭新如此解读:“除了产品品质外,今年感觉最深的还是品牌提升在中间起到的作用大。”

“要总结经验,我觉得还要归结到品牌再造上。五年前,我们通过在全国进行品牌测试发现,相对于扳倒井这个品牌,国井更容易被省外消费者认可并接受。经过五年的塑造,现在的市场反馈还是令人满意。此次中秋节期间的销售,高端品牌的拉升速度明显加速,同时也带动整个产品线迅速增量。品牌再造,拉动了营销模式的创新,我们在全省实行1+X的营销模式,一个办事处代表企业,与多个经销商共同开拓市场,因此成了全省布局,这是扳倒井的最大优势。”扳倒井集团副总经理张辉坚定地说。

●产经资讯

进口葡萄酒巨头联手保障产品安全

Castel主舵者1960、卡柏莱葡萄酒联手承诺

为了给中国消费者提供高品质的原装进口葡萄酒,全球葡萄酒巨头法国卡斯特兄弟简化股份有限公司联手国内知名进口葡萄酒运营商北京德龙宝真国际酒业有限公司,携旗下主力品牌法国CASTEL主舵者1960、卡柏莱,在山东、四川、湖南、安徽、江苏等地主要城市举行食品安全巡展,并将对消费者郑重做出食品安全保障承诺:此次带来的法国CASTEL主舵者1960、卡柏莱系列葡萄酒,每一瓶酒都是原瓶进口,符合国际食品安全标准。

首款奢侈品白酒登陆山东

轩尼诗旗下唯一白酒欲抢高端市场

由世界顶级奢侈品集团路易威登·酩悦轩尼诗打造的首个白酒品牌文君酒,近日悄然登陆山东,这也是该品牌继四川、广东、湖南之后,登陆的第四个省份。而其最低700多元的定位,意在高端市场不言而喻。

山东鲁糖经贸有限公司副总经理路吉永告诉记者,轩尼诗隶属于世界第一大奢侈品集团LVMH,文君酒则是轩尼诗旗下唯一一款白酒产品,2007年年底从剑南春手中购得。文君酒的倏然不类,尽在“头酒”精挑细选的工序上。文君酒清芬淡雅的甜香从舌尖开始,在口中丰盈蔓延,宛若女子的绵柔音容,舒卷自然,优雅恬淡;甘琼入喉,如花瓣在泉水中流转春暖,不经意间已滑至心底,而回甘湿润清甜,余韵悠长。

作为中国首款奢侈品白酒,文君酒上市只有两款白酒出售,一款是定价700多元的“文君”,一款是定价1500多元的“天弦”,上市定位高端消费群体,也意在剑指目前国内高端品牌茅台和五粮液。而由著名白酒品酒师吴晓萍女士亲手调制的限量版“大师甄选55”没有正式面市,已经被国内收藏家分羹。(晓鑫)



全省唯一的白酒专业检测中心

山东省特种香型白酒产品质量检验监督中心落户高青

9日上午,山东省特种香型白酒产品质量检验监督中心在淄博市高青县隆重奠基。作为省质监局批复的全省唯一的白酒专业检测机构,该中心的建立,标志着鲁酒科技研发,尤其是香型创新将全面纳入政府权威部门的监管,借助全国领先的技术实力和设备检测能力逐步走向正规化和标准化。

山东省技术监督部门在高青县设立特种香型白酒产品质量检验监督中心,是有鉴于近年来山东省白酒行业发展迅速,白酒香

型创新步伐加快,尤其是芝麻香型白酒研发走在了全国的前列,为强化技术引导,规范和促进山东特种香型白酒产业加速发展而采取的一个新在举措。中心建成后,将承担全省白酒产品质量监督检验任务,并为周边地区提供农副产品、食品及食品添加剂质量安全检测服务,成为全省特种香型白酒交易市场和技术监督信息交流平台,并将拓展成为涵盖整个食品酿造领域的产学研基地。

山东特种香型白酒产品质量

检验监督中心由三幢建筑物组成,主体为全玻璃钢框架结构5层建筑,以漏斗为设计元素,是酒器的象征,蕴含汇聚天上之水和传统文化“四水归堂”之寓意。其中1至4层为白酒及食品检测实验室,5层为办公区。

奠基仪式上,山东省质监局局长丛大鸣表示,该中心的建设意味着鲁酒技术监督上步入了一个新台阶,将达到国内领先水平,为鲁酒香型特别是芝麻香型白酒发展提供了强有力的技术支撑。通过强化技术研发和监管,着力

提升鲁酒特殊香型白酒的技术水平和产品品质。

山东扳倒井集团董事长、总经理赵纪文在接受记者采访时表示,山东省特种香型白酒产品质量检验监督中心的建立,对于促进鲁酒企业整体发展来说是件大事、喜事。对于全行业转方式调结构、不断提升产业和产品档次意义重大。借助特种香型白酒产品质量检验监督中心的规范和标准要求,芝麻香型白酒研发必将实现新的跨越,必将极大地增强鲁酒在全国高端市场在核心竞争力。

