

华润收购蓝牌再下一城,金星郑州夜市称王
啤酒厂商热战三伏

炎炎夏日,酷暑难耐,正是啤酒热销的时节,各品牌啤酒之间的促销战术升级,销售大战进入全年最激烈的阶段,除了想方设法地进店销售,奋力抢占销售终端的最大份额,几大啤酒品牌还把夜市啤酒广场作为重要阵地,“挑灯夜战”。
华润河南攻城略地
刚刚以 8.7 亿元收购江苏大富豪啤酒 49%股权和上海亚太啤酒 100%股权的华润雪花再次宣布,公司已全资收购河南商丘蓝牌啤酒公司(简称蓝牌啤酒)。河南已经成为各大啤酒巨头逐鹿之地,去年以来,华润雪花、燕京啤酒(000729,股吧)、百威英博等均在河南展开收购。
对于收购金额,华润雪花表示不便透露。此次收购是华润雪花在 2010 年 4 月收购驻马店悦泉啤酒,今年 1 月份收购奥克啤酒郑州、漯河、安阳三间工厂后,连续布局河南的又一强势动作。在一年左右的时间,华润雪花啤酒在河南连续出手,凸显雪花啤酒在河南发展的决心;通过本次收购,华润雪花在中原市场的战略布局已初显。
由于雪花今年 1 月将奥克收入旗下,在郑州有了自己的大本营,今夏也开始了自己的市场攻势。雪花在收购奥克后,在将雪花品牌作为其推广主力的同时,也没有放弃对原有奥克品牌的推广,3 元左右/瓶的奥克一品牌仍能在大排档和超市里看到。
从雪花目前的情况来看,其并没有急于产品升级,目前在郑州市场的

主要产品大部分还是安徽工厂生产,收购的奥克和悦泉还处在调整期,2011 年雪花在郑州市场处于逐步渗透的过程,已开始瞄准有实力的客户进行攻关。据郑州帝湖四季美食城老板王菊珍介绍,她已和金星啤酒合作 3 年,今年雪花啤酒厂来人和她谈合作,条件很优厚,不仅价格优惠,厂家还表示将提供部分硬件支持。虽然最终没谈成,但已看出雪花的诚意和实力。
啤酒夜市战正酣
忙碌一天之后,喝一杯冰凉的啤酒,可以舒缓一整天的疲劳。随着气温的节节攀升,啤酒在郑州的销售情况也越来越好,而夜市成为啤酒消费活跃、销量贡献率较高的主力场所。
记者近日走访陇海西路、紫荆山路、北环路、未来路等市区的几个大型夜市发现,夜市上销售的啤酒品牌大都很“专一”,有的全是金星系列,有的全是青岛系列,也有雪花、奥克等品牌的系列啤酒。其中门头上带“金星啤酒”字样的夜市占大多数,有 60 多家,在市区“撒得比较匀”,但其规模大小不一,档次参差不齐。有夜市经营者透露,“统一规范,清爽夜市”是啤酒厂家和夜市各合作实体的经营思路,啤酒厂家会根据夜市的地理位置和规模大小评估其一个季节的销量,从而给夜市补贴数目不等的“专卖费”。
而青岛啤酒的夜市广场虽然数量上远远比不上金星,但显得“上规模、上档次”,少而精。据说青岛啤酒

的夜市广场都是厂商自营,不是随便哪个夜市在招牌上加上“青岛啤酒”形成的。上周的一天晚上,记者陪朋友到一家青岛啤酒夜市广场吃饭时,服务人员说冰柜里的冰镇啤酒供不应求,问常温的可不可以。记者询问有没有其他品牌的啤酒。服务人员指着远处的广告牌说:“这个广场就是青岛啤酒开的,咱这里是青岛啤酒专卖,要是有其他品牌的啤酒进来,那不是砸自己的场子吗!”
据了解,雪花、奥克的啤酒夜市在北环附近比较集中,毕竟这里是奥克啤酒的家门口。
据一夜市经营老板介绍,进入 7 月份以后,郑州夜市越发火爆起来,每天晚上从七八点开始营业,9 点左右是高峰,能一直持续到凌晨一两点,有时甚至更晚。业内人士分析,“啤酒+夜市美食”仍然是今年本土啤酒品牌的营销重点,与往年不同的是,今年各啤酒企业对夜市的投入大幅加大,啤酒厂家在郑州夜市厮杀、激战的烟火味更为浓烈。还有一点与往年不同是随着“酒驾入刑”的实施,广大夜市消费者“喝酒不开车,开车不喝酒”的意识习惯或者说对啤酒消费量的控制更趋理性。
郑州夜市本土品牌称王
7 月 22 日晚上 7 点钟,记者来到位于郑州市航海西路的帝湖四季美食城,只见 200 张桌子旁坐满了食客,华灯美食觥筹交错,整个广场变得甚至比白天还热闹。仔细观察就会发现,餐桌上的主角——啤酒都是郑州

的本土品牌“金星”。帝湖四季美食城老板王菊珍介绍说,一个晚上能卖掉 100 扎,3 元一瓶的金星啤酒一晚上能卖掉 20 箱,一箱有 24 瓶。说到营业额,王菊珍透露,生意好的时候一晚上啤酒能卖 5000、6000 元,平均一晚上啤酒进账 3000 到 4000 元。
记者在走访中发现,许多夜市仍以卖金星啤酒和喝金星啤酒的居多。一个夜市老板说,他不光是冲着牌子来,金星管理到位,24 小时保证及时供货,凌晨 2 点来,如果断货,打电话 10 多分钟就送过来了。另一位新入行的吴姓老板说,“相比外来品牌,‘本土老大’金星啤酒的优势更为明显,无论从规范成熟管理还是及时高效服务,对我的吸引力都是最大的。”跟金星合作至今 5 年之久的乔老板则说:“金星在产品质量、促销支持与售后服务方面做得确实很好,这一点我真的服!”
据行业观察人士分析,近几年,本土品牌啤酒始终保持夜市销售的“领跑者”地位,甚至出现“金星一家独大”的局面,这很大程度上和领跑企业得天独厚的“产品新鲜度管理”和广大消费者对本土品牌的认同感有关。金星啤酒负责郑州市区夜市业务的张经理认为,消费者更多还是认家门口的牌子,其中以“七彩扎啤”和瓶装金星新一代为主要特色的金星啤酒表现较为突出。“我们的业务员、促销员有时候最晚要忙到凌晨两三点,帮助客户清场,盘点空瓶,以保证夜市市场瓶子周转的高效率。”金星

啤酒郑州市内销售公司一区域经理说。
饭店里的啤酒热战
啤酒品牌抢占地盘已经不是新鲜事,由于夜市的季节性强,一般到了 10 月份就“告一段落”,相比之下餐馆饭店更是啤酒争夺的重要战场。在省会不少饭店,常常只有一种品牌的啤酒供应。某装饰公司总经理陈先生说,在一家饭店,你想要青岛啤酒时,服务员会告诉你“这里只有雪花啤酒”;在另一家饭店,你想要雪花啤酒时,服务员又会告诉你“我们这里只卖金星啤酒”……“有一次,根据朋友要求,我提出让服务员帮忙去旁边商店买几瓶维雪啤酒,也被服务员摇头拒绝,声称该饭店是某品牌啤酒的专卖店,不方便提供其他品牌的啤酒。”陈先生一脸无奈地说。
据了解,目前在省会中高端餐饮业中,青岛啤酒占的垄断市场份额相对较多,百威、雪花、哈啤等也有一定市场占有率;而在中低端餐饮业中,金星占据绝大部分垄断市场份额。
某品牌啤酒的业务员小武认为,在“销售终端为王”的市场中,零售点掌握了足以左右销售成绩的渠道资源。啤酒市场的竞争一直都比较激烈,但应该在理性平和的气氛下公平竞争,拼质量、拼服务。“适当的市场竞争是件好事,有利于产业升级,而一些恶性垄断市场的行为,可能会引发啤酒市场的无序竞争,结果必将是两败俱伤。”
(魏国剑)

规格最高 人气最旺 选手最强 影响最大
周口市“莲花杯”烹饪技能大赛开赛
主办单位:共青团周口市委、周口市工商联合会、周口市酒店餐饮商会、周口日报社等
媒体支持:周口日报、周口晚报、中华龙都网、周口手机报等媒体全程报道
比赛项目:中式烹饪、中式面食面点、冷拼
奖项设置:一、二等奖、优秀奖若干名
比赛时间:2011 年 8 月 27 日
招商范围:白酒、啤酒、红酒,宾馆、饭店,茶行、茶楼,酒店用品,食品调料、各类厨电、厨具、食品等。
招商电话:0394—8599376
报名电话:0394—8589749
加盟本活动的爱心企业有:
河南莲花味精股份有限公司
Joyoung 九阳 九阳股份有限公司周口办事处
东方秀食用油 东方秀
紫荆花园酒店
华帝燃具股份有限公司周口办事处
Vantage
紫荊花園酒店
蓝带啤酒周口办事处
Pabst Blue Ribbon
黄东酒店用品城
百春永和豆浆
期待更多爱心企业加盟本次活动