

时尚红酒的电子商务发展已领先于传统白酒企业

红酒比白酒爱“触电”



目前,几乎所有酒类上市公司都已建立起自己的电子商务平台,直接介入互联网营销这一新兴渠道,但白酒企业的发展还处于比较初级的层面,红酒企业则走在了前列,比如张裕、长城、王朝等。同时,各种酒类专营的垂直行业网站也层出不穷,如也买酒、美酒网、酒仙网、波波球红酒网等已在业界形成了一定的知名度和影响力。

【现象】红酒电子商务火过白酒

“我是红酒的忠实消费者,这些年通过长期喝干红葡萄酒,治好了失眠。以前买干红要进超市,后来在专卖店办卡,再后来成为红酒会所成员,只需在家点击鼠标,就能够在红酒电子商务网站选购到价格便宜的干红葡萄酒,而且有人免费送上门。”郑州市民陈小姐向记者介绍。

美酒网的相关人士介绍道,人们曾经觉得电子商务是一个新模式,但是现在,电子商务已经成为了所有酒类企业在发展过程中构筑竞争力不可或缺的重要基因。

在法国、美国等网上消费销售环境比较成熟的国家,红酒通过互联网销售已成为重要的销售方式。近几年来,随着行业竞争加剧、消费理性抬头以及区域性品牌谋求全国化的成

长路径,一些酒类骨干企业和专业酒类网站,纷纷试水电子商务。目前,几乎所有酒类上市公司都已建立起自己的电子商务平台,直接介入互联网营销这一新兴渠道,特别是红酒企业更是走在了前列,比如张裕、长城、王朝、新天等。同时,各种酒类专营的垂直行业网站也层出不穷,如也买酒、美酒网、酒仙网、波波球红酒网等已在业界形成了一定的知名度和影响力。

“随着网络的普及以及网上消费习惯的形成,越来越多的白酒企业也已经意识到电子商务的重要性,但其整体行业的发展还处于比较初级的层面,企业网站的目的主要是公司或产品的介绍,相当于一个宣传册而已,而不是为了网上的销售。如茅台等知名企业也仅仅是在其官网上开辟了网上商城一个板块而已,其目的不是销售而是产品的展示。出现这种状况的原因是多方面的,既有白酒企业的领导重视不够的原因,也有白酒在网上的销售和消费环境不够成熟的原因,更重要的是白酒消费者网上购买白酒的习惯还需要慢慢培养。”张裕电子商务公司河南区负责人王博伟说。

但是,王博伟认为,随着整个市

场的发展,电子商务也终将成为白酒的重要销售渠道,这是电子商务发展趋势所决定的。从目前发展速度来看,红酒的电子商务发展已经远远领先于白酒企业。

【分析】红酒为啥爱“触电”

红酒电子商务突破了地域和时间限制,互动、快捷、迅速、自由和交换的低成本,这些为红酒企业、酒商创造了更多贸易机会;对于传统渠道成熟企业利用商务流程电子化、数字化可以大大降低运营成本;而中小酒商施行电子商务可以以相近成本获得与大型酒商同等信息资源机会,提高其竞争能力。

首先是人力成本大大降低,不需要大量的销售人员。其次是经营场所费用可以忽略不计,这是传统销售模式所不能比拟的。其三是销售渠道的大大缩短。产品不需要经过经销商的层层分销,可以实现从网站(厂家或商城)直接到消费者。大大缩短销售渠道,减少中间的加价环节,让消费者得到实惠。其四购买成本的大大降低,消费者只需轻点鼠标,购买即可完成。

目前国内外常见的红酒电子商务模式有网上商城和网上品牌专营店。电子商务的销售对象主要是白

中高端消费人群,这些人更容易接受网络消费和形成网上消费习惯。这也是红酒电子商务快速发展的重要原因。

国内比较知名的专业化红酒电子商务网站如也买酒、酒仙网等,这些网站吸引到风投,已经投入高额广告费用进行全方位的网站推广,网上促销活动更是层出不穷,这些网站已经逐渐成为红酒爱好者经常光顾的地方。国内一些知名度不太高的专业红酒商城多达数百家。另外著名的门户商城网站如淘宝、京东,也通过电子商务的模式进军红酒市场。

国内红酒巨头们纷纷开通了属于自己的网上红酒商城。如张裕公司成立的“张裕电子商务公司”主要开展张裕品牌系列红酒的网上销售,同时根据消费者的个性化需求,成立“中国张裕红酒定制中心”,开展红酒的定制服务。

【展望】未来红酒电子商务咋发展

值得注意的是,红酒在电子商务实践中出现了一些值得思考和解决的问题。

红酒作为一种消费体验品,有其特性约束,首当其冲的就是配送问题。除了对物流公司运输车辆的温度、湿度的要求,交货延迟、配送费用高等也影响了人们的购物热情。其次是“信用消费”,如今人们到商场还怕买到假冒伪劣产品,更何况是在不知道离自己多远的网上消费,所以商誉需要提升和沉淀。

至于一些电子商务的细节问题,如搜索功能不够完善,前后端不一致、管理不够规范、网上商品价格参差不齐、知识产权问题、电子合同的法律问题、电子证据的认定、在线购物发票问题等都是红酒电子商务运营应该解决的问题。

“电子商务的竞争归根结底是用户体验的竞争,谁的用户体验好,客户才愿意留下来。但是无论是谁,这都是电子商务最难达到的部分。基于客户跨渠道浏览偏好,满足个性化需求,是营销前端到供应链端的一个系统工程。而更进一步的是,企业对客户真正需求的认识程度,决定着其电子商务能达到的水平。”王博伟强调。

由于互联网技术的发展,世界范围内商务运动的加快,红酒企业的信息化管理体系建设的策略一定要适应现在和未来电子商务的需求,和电子商务时代的方案实现无缝对接。

另外,电子商务毕竟有别于传统的营销模式,从一整套销售、管理方案的成功实施到内部管理系统的运用都离不开企业管理层和IT部门的积极配合和支持,更离不开普通操作和使用人员的心理认可和规范化操作。电子商务的项目不仅仅是一个简单的软件项目,更应将先进的管理思想与软件系统充分结合,同时要对红酒行业的各个部门提供管理培训、理念培训和软件系统的使用培训,使系统在内部可接受、可运行,这样信息化管理体系的优势才能最终体现出来。(辛渐文 李文波 图)



杜绝假酒危害

捍卫健康生活

投诉热线:8599376