

龙年白酒销售市场大揭秘



白酒高端酒消费仍是主流

据了解,在过去的 2011 年,中国的白酒企业经过几轮的涨价,多家千元白酒走上销售平台,但是,高价位并没有阻止他们在这个春节的消费。

“高端酒有比较稳定的消费群体,另外,高端酒多数也是送礼的首选,其作为礼品销售占比总销售的份额就比较大,提价 200 多元每瓶并不影响其消费。”一位白酒上市公司负责宣传的人士说。

五粮液某高管接受采访时对春节白酒消费做出了肯定的回答,“春节五粮液的销售情况很好,保持了供不应求的态势,另外,公司系列酒的销售状况依然保持很好的销售”。

红酒销售同比稳增

红酒消费同样红火。“不管从健康消费还是时尚消费来看,红酒消费已经被众多的消



费者所认可,并成为一种固定的消费习惯,因此,红酒消费呈逐年上升的趋势,今年的春节红酒卖的比往年都好。”一位商超人员说。

“由于没有具体的数据,因此,春节到底卖了多少还不好说,不过,总体来说,今年的销售应该是稳定增长的。”张裕 A 董事会秘书曲为民接受采访时表示。

在曲为民看来,由于春节是传统的销售旺季,也是集中销售的季节,过年送礼送酒的传统会使得不管白酒还是红酒的销售在春节都会有很好的销售。“葡萄酒销售中,中高档酒的销售是稳中有升的,张裕每年都会打造一款新的产品,过年推出礼盒等来满足各种消费人群的过节需求。”

揭秘龙年白酒销售市场

去年,我国白酒业可以用“井喷”来形容,行业景气度持续上升,1~11 月,酒类产品产量大幅增长,下游消费需求旺盛。受居民收入和财政收入持续增长影响,酒类消费升级步伐进一步加快,中高端酒类产品的消费增长远高于低端产品。行业营业收入增速 10 年以来基本保持平稳,利润同比增速处于高位,这一情况在龙年春节这一销售旺季一直持续。

这样需求旺盛的局面在 2012 年白酒业还会不会继续呢?专家预测,保持高速增长的可能性很大,或达到 70%。

有专家认为,近 5 年来白酒行业的高速成

长,是在我国宏观经济高速发展的大背景下,广大白酒企业特别是名优酒企业抓住消费升级机遇,不断创新,调整产品结构,转变增长方式,提高赢利能力而实现的。

专家分析,首先,宏观经济增长带动消费升级,启动了白酒消费的大盘;其次,白酒企业通过采取一系列措施提升了核心竞争力,老名酒焕发了新生机,区域强势品牌群雄并起,这是行业快速发展的内在原因;再者,白酒是较早从计划经济向市场经济过渡的行业,通过充分竞争,淘汰落后产能,产业结构得到了优化;国家“扶优限劣”的产业政策为白酒行业长期稳定发展奠定了基础。

一些业界人士认为,白酒涨价潮泡沫极限的标志是央行连续加息、信贷收紧等受到有效抑制以及国内外经济下滑明显,但上述条件目前尚不完全具备,作为新兴经济体,我国白酒行业将会继续朝“奢侈品”大步迈进。

去年,我国白酒行业发展迅猛,获得丰收,营业收入增长接近 50%。尽管面临国家“限酒令”等不利因素影响,但《2011 中国白酒市场趋势观察研究预测报告》预测,2011 年~2012 年,我国白酒制造行业产值年均增长率约为 25%,2012 年产值将达到 3827.5 亿元,仍保持较高增长态势。

(新华)



广告