

白酒行业亟须品牌化突围



核心提示

有一只鸡和一头猪合伙开饭店。鸡跟猪讲:“为了表示公平合理,我们各占 50% 的股份。”猪认为公平合理。饭店登记开业后,鸡接着对猪讲:“作为饭店的两个股东,我们都应该对饭店的日常经营作贡献,我每天下一个蛋来炒菜,你每天割下一块肉来炒菜如何?”猪认为公平合理。饭店开大了以后,这个饭店的股权到底该归谁所有呢?结论是企业如果不做品牌,最后

一定落得猪的结局,只不过是时间长短问题。白酒行业也是如此。

A 白酒缺乏大品牌

全国将近 3 万家白酒企业,有名字的白酒产品超过 5 万种。但是街头上随意采访消费者,很少有消费者能列出 20 个以上全国性白酒品牌企业。也就是说,白酒业真正的消费品牌实际上很少。白酒业几乎没有行业大品牌,更谈不上垄断品牌。

虽然白酒行业领军企业发展得还不错,五粮液集团 350 多亿、茅台集团也已经超过 125 亿元的规模,成为中国白酒行业超级巨无霸,但是这些企业的个头与家电、IT 行业巨头相比,显然小了很多。家电、IT 行业龙头大多是千亿级企业。

如今白酒企业的产品已经高度同质化,大品牌不多,大部分品牌知名度不高,产品、品质差别不大,只能拼价格。不知道企业如何进行品牌定位、产品规划、卖点提炼,产品质量管理不严格,没有信息调查与反馈。产品和款式设计互相抄袭,没有核心竞争力。因此,白酒企业更需要进行产品定位和产品创新。

B 厂商“离婚”率高

白酒企业的渠道现状可以说是四分五裂、无序竞争。没有正规化品牌运作的企业,就不能出现覆盖全国性的白酒渠道网络,许多白酒企业的渠道零星散乱,不成规模,代理商没有忠诚度和核心竞争力。

许多经销商困惑,不知道如何选择厂家,厂商缺少深度合作,一味看价格,不知道如何在竞争中脱颖而出。厂家缺乏对市场经销商和终端的培训。

没有长远的市场规划,没有长期核心理念和支持,厂商之间只是简单的贸易关系,缺乏长远计划缺乏忠诚合作态度。很多经销商都把精力放在选厂家、选产品、看价格上,没有心思和精力跑市场,学习营销。每年都在选择新品牌。因此,在白酒行业渠道经销商“离婚”率很高,不稳定,厂家对渠道投入大,产出小。许多企业没有渠道建设经验,许多白酒企业做了几十年,都走不出生产区域市场,更别说图谋全国发展。

白酒企业普遍规模小,多是国有企业、中小企业,机制不活、团队素质不高、管理不规范、激励体系不健全。没有正规化营销、生产、服务专业管理团队。不少白酒企业是三无企业,无品牌、无渠道、无团队。营销人员不懂营销,只知道简单的吃喝宴请搞关系,不懂营销管理。这样的团队怎么能培养出全国知名白酒品牌呢?

C 品牌宣传有误区

当前许多白酒企业老板认为,做品牌,就是要投入,就是要在中央电视台台投广告,但资金投入太大,一般酒企承受不了。

还有的老板认为,做品牌,就是请

明星代言。只要是明星代言了,就是品牌企业,就是做品牌。这些认识都是误区。做品牌,不是简单地请明星代言人,是一项长期的系统工程。

做品牌,不但是投广告,还要有定位、有核心理念、企业文化、品牌故事、企业形象、系统营销导入。小企业一样可以做成大品牌。目前,一些企业一味请形象代言人,就以为自己是品牌。殊不知,羊毛出在羊身上。企业成本增加了,质量没有保证,经销商利润和消费者价值并没有得到保证。很多人是商人不是企业家。前些年,一些白酒品牌集中在央视投入巨额广告,还不是昙花一现。

低层次的竞争,并不代表行业竞争激烈。恰恰相反,正说明白酒行业正面临巨大的发展机会。未来白酒企业,只有正规化、专业化、专业、专注、专一地在行业中发展,我们坚信,未来还一定会出现更多百亿元的大品牌白酒企业。

市场呼唤专业化企业,专业化渠道代理商。市场呼唤正规军团队,经销商更希望成为正规军的一员。未来白酒企业的发展,必将进入品牌时代。未来十年能生存下来的白酒品牌企业一定不会超过 300~500 家。

(贾福春)

今年是杜甫诞辰 1300 周年

杜甫缘何烂醉度半生

□核心提示:2012 年是世界历史文化名人、中国伟大的现实主义诗人——杜甫诞辰 1300 周年,全国各地纷纷举办庆祝活动。杜甫的内心是复杂的。他既想当官又懒得上朝,由于情结太重,他只能以酒解忧。用今天的话说,就是杜甫恨上班,那么他爱什么呢?专爱在曲江畔积极地大醉。为“尽醉归”这门功课,诗人开始疯了似的四处欠酒债。

杜甫:烂醉是生涯

“守岁阿戎家,椒盘已颂花。盍簪喧枹马,列炬散林鸦。四十明朝过,飞腾暮景斜。谁能更拘束,烂醉是生涯。”

这是杜甫写于长安十年那段时期的一首诗。杜甫当时在他那颇为发达的族弟杜位家中过年。他看到的是椒盘颂花的过年仪式,以及前来族弟家中过年的其他宾客的热闹场面。

为了获得极乐状态,众所周知,法国十九世纪最著名的现代派诗人波德莱尔用酒精和大麻杀伤自己。杜甫何尝不是如此,仅仅是他没有大麻而已,但用酒精使其达至自虐式的极乐状态可以说与波德莱尔不相上下,同样达到了登峰造极之程度。

杜甫以酒挽留光阴

下面让我们再来读杜甫的《曲江二首》:“一片花飞减却春,风飘万点正愁人。且看欲尽花经眼,莫厌伤多酒入唇。江上小堂巢翡翠,苑边高冢卧麒麟。细推物理须行乐,何用浮名绊此身。”

“朝回日日典春衣,每日江头尽醉归。酒债寻常行处有,人生七十古来稀。穿花蛱蝶深深见,点水蜻蜓款款飞。传语风光共流转,暂时相赏莫相违。”

杜甫这两首诗均是写在曲江畔赏花吃酒、感物抒怀、沉湎颓唐之事。只是前一首着意在花,顺带出酒;后一首却着意在酒,并顺带出花来。

杜甫面对“风飘万点”的“经眼”之花,只得以酒挽留光阴。既然花欲尽、春要去,就得不停地喝下去,因此才有酒虽“伤多”,但切“莫厌”,终于杜甫喝酒喝垮了身体。这时的杜甫被日本汉学家吉川幸次郎看得清楚:“沉湎饮酒之中,杜甫诗作中最颓唐的作品,就是此时写的。”

再看杜甫后一首诗。劈头一句“朝回日日典春衣”点出了一番杜甫的人生观。后一句又将人生的怠惰与无赖写得透入骨髓,仿佛杜甫成了本雅明笔下那个游手好闲的波德莱尔。前者在曲江吃酒、乱走,后者正肆意阑珊地游荡在巴黎的拱廊街头。

(柏桦)



一饮而尽不科学



许多人喝酒喜欢一饮而尽,似乎一杯杯地干才觉得痛快,才显得豪爽。其实这样饮酒是不科学的,正确的饮法应该是轻酌慢饮。

《吕氏春秋》说:“食能以时,身必无灾……口必甘味,和精端容,将之以神气……饮必小咽,端直无厌。”讲究进食时要仪容端正、细嚼慢咽,方是养生之道。

明龙遵在《饮食绅言》中说:“喝酒不宜太多太急,否则会损伤肠胃和肺。肺是心、肝、脾、肾、肺五脏中最重要的部分,好比帝王车子的车盖,特别不能损伤。”

清人朱彝尊在《食宪鸿秘》中也说:“饮酒不宜气粗及速,粗速伤肺。肺为五脏华盖,尤不可伤。且粗速无品。”吃饭、饮酒都应慢慢地来,这样才能品出味道,也有助于消化,不至于给脾胃造成过量的负担。

(韩梅)



我与酒的故事

一心敬老

杨代富

狗德一连几天没酒喝了,狗德像掉魂似的到处溜达。狗德不知从哪儿弄来斤把酒,掂在手上,觉得太少。这时他突然想到,岳父家肯定有酒,说不定还有好酒。小舅子在城里工作,逢年过节经常买好的瓶装酒回来,去年过年的时候,狗德在岳父家喝了一种蛮高级的瓶装酒,那是他第一次喝这么好的酒。好家伙,那酒口味纯正、舒心绵润,只要浅浅抿一口,所有的酒虫子全都从喉咙里爬出来。那天,狗德像娃崽似的,眼睛直勾勾地盯着酒瓶,这瓶酒原本是小舅子买来孝敬岳父的,却大部分被他喝了。至今,只要想起那酒,狗德就忍不住咕咕地咽口水哩。

狗德脑子灵机一动,对妻子说:“今天我去看爸一趟,拿这点酒去孝敬他老人家。”妻子说他几句,狗德不予理会,拿着酒,不多久便来到岳父家。

狗德一进门就说:“亲爷(岳父),我好久没来看你老人家了,今天拿这点酒来看您。”岳父也是个爱酒之人,见狗德拿酒来,

挺高兴的,便说:“我有一两天都没酒喝了,你拿酒来,正好,我也得解解馋。”

狗德听岳父这么一说,嘴巴不由得一歪,他知道,今天,没戏。

饭桌上,狗德提议:“亲爷,我俩干一杯之后就来猜点拳,热闹热闹。”岳父欣然答应。

猜拳时,狗德始终只出一个大拇指,其它的手指都像见不得人似的,紧紧地蜷在手掌里。

“一心敬老”,“一心敬老”……

狗德洪亮的声音催得岳父心头上的开心果熟透了,脸上的皱纹高兴得越来越细,越来越密。

狗德连连输拳,皱着眉头喝酒,不断夸岳父拳高,自愧不是他的对手。

没多久,狗德的酒瓶底朝天了,可岳父也喝不到几杯酒。

狗德提着空瓶起身告辞。岳父目送他趑趄着渐渐远去,舔了舔干涩的嘴唇,突然一拍大腿惊呼:“这回,我上狗德这小子的当了!”

“我与酒的故事”征文启事

为引导读者建立正确的酒类消费观念,本报举行“我与酒的故事”有奖征文,欢迎读者朋友将生活中遇到的有趣的酒故事、健康饮酒的心得体会、酒类消费与酒文化、与酒有关的趣事轶事等,付诸笔端,与大家分享。

1. 征文内容及体裁:

凡个人亲身经历的与酒有关的事与情,无论大小,皆可提笔为文,发给我们。字数在 800 字以内,散文、诗歌、杂文、故事均可。

2. 征文方式:

电子文档请发送至电子邮箱:zkrb2578@126.com,来信请寄:周口日报社酒水餐饮部 付永奇收。咨询电话:8599376

3. 征文评选:

本报对来稿进行评定并择优在报纸上予以发表,凡文章见报作者及优秀作品作者均可持报社发放的奖品卡到万姓缘领取价值 100 元酒品一提。

领奖电话:13838638696

“我与酒的故事”征文由河南万姓缘酒业协办
万姓缘酒业地址:周口市大庆北路 电话:8588999

就餐时不给发票;
菜品中有异物;
被迫接受最低消费;
油烟扰民;
假冒伪劣酒水;
服务态度恶劣;
强制使用一次性消毒餐具;
.....

监督

热线

8599376
15036819999

13839412578
18639402085

发现以上情况,请拨打监督热线电话,我们将在第一时间关注您的呼声,通过记者的调查与呼吁,引起有关部门的重视,让您的合法权益得到维护。