

我市白酒消费出新规

本土外地酒如何同台竞技



□见习记者 牛勇威

本报讯 日前,在市纪委三届二次全会上,市委书记徐光出席会议并以“六个一律”严明各项纪律,其中提出的“晚餐公务招待确需用酒的一律饮用本地酒”一条,分外惹人注目,成了网友与读者关注和热议的话题。

周口新规:

公务接待用酒必须“本地化”

在市纪委三届二次全会上,市委书记徐光提出,“各级领导干部更要严守各项纪律,带头做到‘六个一律’,即到乡镇(办)检查工作,一律在机关食堂就餐;到县市区检查工作,一律吃工作餐;到市直各单位检查工作,一律不准就餐;工作日期间,中午一律不准饮酒;晚餐公务招待确需用酒的,一律饮用本地酒;上班期间一律不准迟到、早

退、炒股、聊天、打牌、玩游戏等。”这表明,周口市将对全市所有行政单位的公务接待酒实行限制管理,以此刹住追求奢侈名贵酒的不正之风。“六个一律”要求,公务接待活动中一律喝本地酒,这对本地酒和外地酒之间的竞争是否会产生影响?

市场现状:

本地酒为日常消费,外地酒是商务主打

近日,记者在我市走访时发现,宋河、四五等本土品牌稳稳占据着超市、酒水批发店、餐饮等终端市场,外地酒虽然品牌数量较多,但市场推广力度明显不大,反响一般,而四五凭借有效营销,取得了不错的市场表现。

周口作为河南省较大的白酒市场,白酒消费氛围比较浓厚,但消费水平不高,高端产品的市场空间有限。记

者发现,在我市,除了固定的批发市场外,街道上随处可见大大小小的酒水批发部,而这些酒水批发部的显眼位置,一般都由宋河、四五等地产名酒占据。

我市川汇区某酒水批发商认为,消费者在日常消费中对本土品牌的认可度和忠诚度还是很高的,但对于送礼、商务宴请,都以洋河、剑南春等外地品牌为主,“茅台等大品牌也有人买,多数是送礼用,但数量不多,这跟消费水平有一定关系。不过本地人对宋河、四五等本土品牌很认可,送礼或者自己喝都很合适”。

本地酒商:

前方的路还是充满了挑战

如今,有政策给本地酒撑腰,周口本地白酒消费能否在龙年发威呢?对此,本地白酒经销商们多持乐观态度。

在我市经营白酒十多年的李经理表示,周口的消费水平还可以,在价格偏高的白酒消费上也具有很大潜力,这对白酒企业来说值得付出努力来争取。“如今有政策上的扶持,本地酒企可能会有一定的营销优势,但估计外地酒的营销力度也会有所加强。”

“虽然现在市场环境有所改变,本地酒有机遇抢占部分市场,但这些外地白酒品牌气势依然强大,对本地酒来说,前方的路还是充满了挑战。”一位业内人士这样评价道。

外地酒商:

能否站稳脚步要看势态发展

近年来,外地部分白酒品牌在我市成绩显著。记者从调查中发现,截止到去年 12 月,我市共有 10 余

家外地白酒品牌在“周口白酒排行榜”上居高不下。其中提出开展惠民、助捐等活动的外地白酒品牌占了宣传活动总数的一半还多,比如新郎酒、泸州老窖特曲、青花瓷等。周口外地品牌酒的发展势头依然呈现良好态势,但今年能否站稳脚步,还要看势态的发展。

据了解,洋河、泸州老窖、双沟青花瓷等知名白酒品牌都先后抢滩周口市场,通过在主流媒体投放广告、卖场集中低价铺货等方式抢占市场,虽然都曾取得不俗业绩,但都没有以绝对优势拿下周口市场,有的品牌因后劲不足而无奈败走。这里面,周口酒类消费市场强大的本土酒品牌也起到了关键作用,给外地酒类品牌盘活市场的空间产生了一定的阻力。

市场营销:

成败的关键还在于民心

“周口酒民队伍庞大,位居全国省辖市前列。白酒消费引导好了,对白酒

企业来说将是一个很大的市场。”一位从事白酒市场营销多年的人士表示。周口四五酒业有限公司的王经理认为,2012 年是四五发展的一个大好时机,表示将在今后的工作中要更进一步,加大品牌宣传力度,重新夺回周口市场。

“我们平时说,老百姓喜欢的是放心酒,这是句实话。”一位在我市某酒企营销白酒多年的王先生说,白酒的营销关键在于形象的塑造和对市场的重视程度,单看春节前的消费市场,不管外来还是本土白酒企业都在我市投入了大量财力,成败的关键还在于民心。

广告