

泸州老窖砍掉 1800 多个总经销产品

再喝请认清这五个品牌:国窖 1573、窖龄酒、特曲、头曲、二曲

□记者 付永奇

本报讯 “泸州老窖 8 年陈头曲在周口有多少个品牌在销售?”近年来,记者曾接到过 20 多位市民的咨询。调查发现,周口市场至少有 9 款不同的泸州老窖 8 年陈头曲,比如淡雅、金卡、流金、新金卡、柔和等,价格也从 200 元多到 600 元多一箱,口感更是千差万别。不过,从去年开始许多单品消逝。这一变化来自泸州老窖大单品战略调整。该公司相关负责表示,去年开始他们已经清理总经销产品 1874 个。“以后能喝到更放心的泸州酒了!”2 月 23 日,一酒友听到这个消息后兴奋地告诉记者。

泸州老窖,曾经被认为是国内拥有最

多总经销品牌的白酒之一,不过走过白酒“黄金十年”,这家老牌白酒企业决心砍掉这些总经销品牌,重塑五个大单品。据了解,从去年下半年起,公司开始大刀阔斧清理旗下的总经销品牌,实行大单品战略,希望将品牌力聚焦到国窖 1573、窖龄酒、特曲、头曲以及二曲这五个品牌上,实现规模上量。

“公司管理层的手段强硬,决心很大,用的是‘一刀切’的方法。”有关负责人表示,自去年下半年开始,泸州老窖首先发文提高光瓶酒的结算价,之后又发文停止对遗留包材的生产发货,一系列措施直接为主打百元酒的头曲、二曲清空了跑道。“要知道,在公司内部,总经销产品的包材

和产品存货还是不少的,如按正常要处理完,起码也得一年半载,如此‘一刀切’的做法,非常直接。而且,未来按总经销品牌以 100 元每瓶以上出货来看,到了终端,未来除了头曲、二曲,打着‘泸州老窖’品牌的起码要到 200~300 元/瓶。”

据介绍,这位负责人所说的总经销产品,其实是指有资本与渠道的经销商与泸州老窖合作开发的带有“泸州老窖”字样的产品。经销商负责全国销售业务,泸州老窖只负责生产,这种现象,曾经备受白酒企业青睐,因为运营成本低,也可以在市场上抢得经销商资源。不过这种做法的副作用也大,由于开发的产品太多,价格过低,也造成品牌混乱的现象,泸州老窖

深受其害。

一边砍掉总经销产品,另一边,泸州老窖已经采取暂停供应的措施以控制五大单品的价格。记者获悉,目前老字号特曲、窖龄酒、国窖 1573 都发出停止供应的通知,在五个大单品中,只有头曲、二曲未停止供货。

泸州老窖周口有关负责人透露,2016 年公司主要有三方面工作,大多是围绕价格渠道的,首先是让价格回归原始定位;其次给予终端合理的销售利润;最后是实现高周转、低库存,盘活经销商的资金。

“早该整顿一下了,产品太多了影响我们选购,老怀疑喝的是假酒!”得知这一消息的市民刘先生告诉记者。

春节酒水消费调查 白酒依然占主角



在经历了 3 年行业调整后,酒行业百花齐放的时代已经结束,在竞争激烈的当下,哪些品牌在猴年春节是消费主角呢?

根据记者调查显示,五粮液、茅台、泸州老窖在众多白酒品牌中依然排在销售前三名的位置,而地方名酒也是消费者的首选品牌。

白酒依然占春节消费主角

我国是白酒生产和消费大国,虽然在“三公”消费政策、葡萄酒、啤酒等冲击下,白酒的销售份额在缩减,但总体来看,白酒消费依然占据国内酒水销售的霸主地位。

以酒类电商酒仙网为例,进口啤酒和红酒的份额虽然在增加,但白酒的比重依然保持 70% 以上。

酒仙网提供给记者的数据显示,与去年同期相比,酒仙网春节期间白酒品类依然保持了良好势头,占全品类的 70% 以上,红洋啤酒品类销售占全品类的 25%,其他品类占近 5%。

酒仙网方面表示,红洋啤酒品类销售在这次的线上春节囤货季增幅突出,销售额同比增长了 190%。另外,酒具等周边产品,类似酒柜、酒杯等增长显著,高达 300%,这些都在说明,酒类消费者对高品质生活观念的改变。

事实上,作为中国人最看重的传统节日,春节期间,白酒仍然是国人聚餐宴请馈赠的最佳礼品。而红洋啤酒品类在春节期间的销售增长,一方面反映了消费者饮酒习惯的悄然变化,另一方面则反映出,中国市场上出现了越来越多进口酒类产品供中国消费者选择。

另一家酒类流通企业 1919 酒类直供提供的数据也显示,在春节期间,虽然 100 元/瓶以上的葡萄酒的销售出现攀升,进口啤酒同比增长五成,但是白酒的份额依然保持在 70% 以上。

“茅五泸”依然是消费爆款

大众消费品牌化的趋势在春节期间受品牌影响明显。

根据酒仙网对春节期间整理的白酒、葡萄酒销售排行前 10 来看,品牌知名度高的酒类依然是消费的爆款产品,这与春节特有的消费心理以及酒类行业当下的消费趋势也是吻合的。酒类消费量变小,但是对于高端优质酒水的消费却在攀升。

以白酒品类举例,春节期间四川省会成都白酒畅销榜 TOP10 数据显示,排在第一名的是贵州茅台,其次是五粮液、52 度泸州老窖三人炫、扳倒井 1915 酒庄、智慧舍得、酒鬼·天工开物、全兴大曲、水井坊·水井尚品、剑南春和 38 度泸州老窖三人炫。

从上述排名可以看出,“茅五泸”等传统大品牌名酒仍然是消费者购买的热点,其余如 52 度泸州老窖三人炫、扳倒井 1915 酒庄、52 度智慧舍得、52 度酒鬼·天工开物、52 度水井坊·水井尚品等分别是酒仙网与泸州老窖、扳倒井、沱牌舍得、酒鬼酒、水井坊等大品牌酒厂联合打造的互联网产品,拥有酒厂品牌、酒仙网品牌的双重背书。

而根据 1919 董事长杨陵江的描述,春节期间,五粮液和贵州茅台在 1919 卖得最好,其中,五粮液增幅在 10%,贵州茅台增幅在 5%。而区域名酒卖得好的则是古井贡酒和洋河酒,另外,水井坊有所起步,剑南春也表现不错。

同样,来自山东温和王酒业的一份数据显示,为了让消费者用中档酒的价格可以喝到高端酒,让消费者用大众酒的价格喝到中端酒。温和王推出性价比较高的温和王红双喜和金双喜酒,而这两款酒在春节期间均赢得了 100% 的业绩增长。

事实上,春节期间,白酒的表现也迎合了业内人士的研判,消费向品牌集中,而拥有性价比优势的地方名酒也是受益者。

在酒业人士看来,虽然受“三公”消费政策影响,春节销售旺季缩短 1/3 时间,但是今年春节白酒市场消费升级趋势明显,茅台、五粮液成为自饮和商务消费主流。区域名酒占领一瓶 200 元以内价格带最大市场份额,并以性价比优势赢得高速增长。(据《证券日报》)

逛周口微信公众平台



扫“逛周口”微信平台,获取最新活动资讯。

新闻 热线

13839412578 13592221006

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……

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。