

■市场调查

郑州白酒市场:豫酒尴尬川酒盛

【特约撰文/李瑞杰】



郑州市行政区划示意图

郑州是河南省省会,全省政治、经济、文化中心。总面积74462平方公里,人口716万。地处中华腹地,九州之中,十省通衢。郑州历来是白酒军团必争的市场。一是因为河南人爱饮酒的习性;二是郑州市场的包容性与开放性。

2002年口子窖在中档市场上创造了神话,2004年黑土地在中档市场喧嚣一时,2005年老白汾又在高档市场上崛起。2008年的郑州白酒市场竞争空前激烈。

渠道: 四大巨头操纵酒店

郑州的酒店总的来说由三睿、喜洋洋、世嘉以及凯源四大商贸公司共同操作。它们是郑州白酒市场的直接操纵者,当然其背后是各个品牌,如河套、泸州老窖、仰韶、黑土地等。

凯源公司目前按照品牌采取了类似事业部的分工制度,河套和泸州老窖(八年陈头曲)分别由两个独立的事业部来负责,前几年运作的宋河现已不做;三睿公司目前主要投入的品牌有黑土地和沱牌,前几年主投的洋河蓝色经典目前已淡出;喜洋洋商贸公司主要代理泸州老窖头曲和仰韶,曾经作为主打的老白汾系列呈现下滑趋势;世嘉公司目前主要运作清雅型的衡水老白干。

除四大商贸公司外,值得一提的是还有郑州卓越,主要操作泸州老窖六年陈和泸州老酒坊这两个产品。

据统计,郑州名烟名酒店的数量是中国最大的,大大小小的名烟名酒店超过1万家,经常是10米远的街面上就有二三家烟酒店。在烟酒店内运作比较好的是杜康系列,但产品比较乱,主要有伊川杜康、汝阳杜康和白水杜康;其次要数泸州老窖了,其中单品永盛烧坊摆放比率最大;衡水老白干和洋河蓝色经典在烟酒店的摆放位置也不错,有上升势头。

郑州大型商超有大商新玛特、丹尼斯、世纪联华、易初莲花、华润万家等,但由于门槛较高,所需费用高,令很多经销商望而却步。对于白酒产品来说,它们越来越沦为价格昂贵的“形象展示台”。但因其极强的便民性、在消费者心目中的信赖度、运作风险小等特点,所以还是有一部分经销商愿意选择

将利润投入到整体市场维护中。

最近,宋河正在运作“平和五年”,这款产品在市面上的投入力度较大。终端零售在88—98元之间,酒店价格在128元。目前,效果并不明显,虽然有一定的销量,但起色不大。

在100元以上价位,宋河品牌拉动乏力,这类产品在酒店中优势并不明显。“共赢天下”明显代表了宋河在这方面的努力,目前该产品正在做酒店。在酒店里,共赢系列活动比较频繁,比如送代金卡、兑奖券等。

实际上,宋河的一些局部市场确实出现了下滑,但整体销量还是可以的。品种杂,价格透明,渠道利润低,量大利薄,这些都是市场普遍反映的问题。最关键的问题是,宋河的价位还是没

不错,在金水路上有一个专卖店。这几个豫酒品牌基本都完成了改制,目前正处于整体造势和起量中,但是从目前的量来看,都集中于中低档市场上,销量还是有所上升的。

除店目前仍然以“中国除酒”为主,但其他产品如“老除店”在中低档市场上也取得了不俗的成绩。“中国除酒”今年趋于理性,更注重于实际运作。特别是在渠道方面,“中国除酒”做足了文章。

伊川杜康目前一共有4家经销商在运作。以前在郑州只看到汝阳杜康,但是目前伊川杜康也能看到。德惠公司已经运作“杜康酒之源”半年,一些终端开展了活动。

姚花春在2005年的时候市场投入很大,但基本没有起来,目前正在把重心向下面的地市转移。

据河南白酒协会会长熊玉亮介绍,豫酒企业开始越来越重视原酒的生产。许多企业包括宋河、仰韶、张弓等企业都在期待重塑豫酒的品质和口感。

省外品牌: 川酒主导市场

省外的成熟品牌主要包括洋河蓝色经典、泸州系列、白云边以及黑土地等,老白汾则因市场管理不善和受假酒冲击渐渐退出“汾老大”的位置。

2005年11月,洋河蓝色经典进入郑州市场,2007年春节前做了几十辆公交车体广告。目前,产品铺进128家中高档酒店,其中5家买断了专场促销权。蓝色经典没有用中低档产品惯用的打火机或兑奖券等,而是送休闲、服务、美容等内容的记分卡。海之蓝积分卡是按摩,天之蓝是足疗,两张可以洗浴。目前,洋河蓝色经典的价格有所提升,42°海之蓝超市价148元,52°海之蓝价格为168元,52°天之蓝价格为338元。梦之蓝分500多元和800多元两个价位,因价格偏高,一些终端没有铺货。

目前泸州系列在流通渠道有相当销量,估计整个泸州系列产品可能有15个左右,总销售量应该在4000万元—5000万元。泸州在烟酒店渠道中的提及率比较高。这离不开三睿酒业的努力。最近几年来,三睿公司先后运作过泸州陈酿、御酒、老酒坊以及百年泸州等品牌,当然还有国窖1573。这几个品牌都是从酒店开始做起的,所以泸州系列的市场基础比较好。目前,泸州系列产品在郑州做促销活动,以刺激市场销量。

从2005年5月,白云边开始强攻郑州市场,重点锁定酒店渠道。此前,白云边已经在信阳做了3年,销售额已经突破1千万,在安阳、新乡也做了2年了,鹤壁、驻马店等地形势也看好。郑州

是白云边第一个重点开拓的省外市场,意义非同小可。白云边在郑州主推星级产品,包括2—5星以及20年陈(该产品主要为了树形象),星级产品酒店价格在68—188元/瓶的价格带上。白云边的度数主要是42度和45度,有别于目前郑州53度的主流度数。

白云边在酒店开展了买赠活动,只要前5桌喝酒的消费者都可以免费获赠白云边用1周时间在100家酒店做了活动,效果非常好,并引起了一些竞品的跟进。在宣传方面白云边的投入也非常大,包括车体、贴片广告、软文文章等,“浓酱兼香”是白云边的宣传重点。在郑州上市3年以来,市场走势一直呈上升趋势。但产品线比较乱,产品比较多。

老村长酒在烟酒店基本没有见到,在流通渠道有低档的光瓶酒在大量流通。老村长的盒装酒目前正在重点操作B、C类酒店,最近正在部分酒店做促销活动,比如购买其“欢天喜地”酒(零售价30元/瓶)就可获赠一盒东北香烟;消费45度老盒(零售价38元/瓶)可获赠2张10元的电话卡。在这类酒店,老村长还安排了大量的便装促销员。

另外,黑土地走量呈下滑趋势,但因其基础市场不错,还是有一定的销量。

据不完全统计,郑州市每年的白酒消费量接近200千升。仅今年上半年,以招商、加盟等形式出现在郑州白酒市场的陌生品牌就不下十几家,但没有一家可以顺利进军郑州。

倒是低调、冷处理的金门高粱酒、乳香飘奶酒以其文化概念和地域特色给人们留下了深刻印象。

在郑州市场上,省外品牌整体销量高于省内品牌。目前共有白酒品牌150余个。其中浓香型占92%;清香型(汾酒、竹叶青)占3%;酱香型(茅台、郎酒)占3%;其他香型占2%,主要有滋补保健型如河南的“小三鞭”、湖

北的“劲酒”、云南的蚂蚁酒、吉林的“鹿鞭”和“东宝酒王”、湖南的“酒鬼”和“湘泉”。

在酒度的选择上,45度—52度最适合当地人的口味,38度以下的低度酒市场情况则较差。

价位方面,13—25元之间的酒最为畅销。在农村,3元多的“四五”较为畅销;在城乡接合部,4—6元的“仰韶”、“绵大”很受青睐;城市普通消费,12—18元的“金六福”、“浏阳河”比较畅销;宾馆、饭店里,全兴是首选品牌,五粮液、剑南春等名酒也较为热销。

川酒主导市场,豫酒紧随其后。川酒市场份额达42%,豫酒约26%。黔酒、鄂酒、皖酒也有一席之地,苏酒开始萎缩,鲁酒则全线崩溃。

豫酒: 新的探索

由于各种原因,最近两年,豫酒整体有所下滑,一些品牌开始改制、整顿、思考,并渐渐把追求市场份额的数量转向追求市场份额的质量上来,开始在主品牌的基础上,研制、开发、储备子品牌。同时,部分酒厂在发挥地域优势的同时,也在努力提升品牌影响力,利用中低端市场做掩护,进行持久、有效的贴身服务,夯实进军高端市场的基础,如宋河、除店、杜康。

而一些新生力量也瞄准了目前豫酒面临的尴尬,打出振兴家乡酒的旗号,如大河村酒业新近推出的“郑州大曲”,主旨就是要打造郑州的第六张门票,提倡喝郑州人自己的酒。

一些酒厂开始思考、探索新的营销思路和方式。如除店的邮政物流、杜康今年推出的品牌形象店等营销模式都具有一定的借鉴意义。其中,除店老酒邮政物流的营销方式经过几年的锤炼,已渐趋成熟,被业界视为成功的营销案例。几年来,河南邮政物流共计配送除店老酒4000多万元,成为除店酒业公司的最大客户之一。

郑州市场白酒渠道概况

渠道	主要品牌及产品	特点
酒店	凯源、世嘉、喜洋洋	铁盒三睿、喜洋洋、黑土地、沱牌
	世嘉	仰韶和泸州老窖头曲
烟酒店	运通最好	杜康系列,如伊川杜康、汝阳杜康、白水杜康
	五次、天也	泸州老窖,如永盛烧坊
商超	宋河、张五、永盛宋河、红鼎宋河、泸州老窖、六年陈、九年陈	酒店费用高,有一定销量

地产酒: 宋河稳居龙头

郑州省内品牌主要有宋河、宝丰、仰韶等。

从2003年下半年开始,宋河确立起了郑州白酒第一品牌的地位,一直持续至今。2005年,宋河在郑州市区市场销售收入将近2个亿。自2002年以来,宋河积极打造郑州招待用酒,在开发特通渠道上颇为用心。作为地产酒第一品牌,宋河在地产品牌保护方面拥有明显优势,机关单位开会和对外招待上多用宋河酒。

从主销产品档次来看,宋河在中高低档均有走量。在100元以下的价位上,宋河有3款主打产品:铁盒五星级宋河粮液,普通流通渠道零售约60元,商超价80元左右,酒店依档次不同,分别80多元、138元到148元左右,年销售额在4000多万;水晶宋河粮液,酒店价一般100多元,年销售额约2000万元;精品宋河粮液,流通渠道零售价约40—50元,年销售额3000万。另外,鹿邑大曲在郑州市区的年销售额也有5000万元,红鼎宋河走势也不错。

以上产品都已经畅销多年了,价格透明,利润很低。实际上,宋河是分品种设置代理商的,一般新品入市后,利润就会下降,有点薄利多销的意思。相比之下,其他竞品的渠道利润要高些,有部分消费者和经销商也会转向。在某种程度上,宋河是通过形象产品获得利润,转而

有拉上去,缺乏能产生利润的主导品牌。尤其是“老白汾十五年”上量后可能会让宋河这方面压力更大一些,“平和五年”的推出让宋河稍稍有点缓和。

在地产酒中,宝丰、仰韶、杜康均以宋河为目标攻击其单品。

宝丰在郑州的运作比较低调。最近几年宝丰一直在增长,2002年宝丰不过300万元的销售额,次年便增加到800万元,2005年的销售额已经到了2000万元。目前宝丰的产品线比较乱,上量产品主要包括低档的大曲酒、陈酿(酒店25元/瓶)、老窖(商超在25元/瓶以上)、国酿(25元/瓶);另外,十五年和三十年的高档宝丰酒,也有一定的量。

今年,宝丰酒业推出“国色清香”3款新品:藏品、尊品、赏品。此3款新品的上市品鉴会于5月24日在郑州紫荆山宾馆举行。自品鉴会以来,经销商加大市场投入力度,主攻酒店渠道,仅郑州市场促销员就达几十名之多,还专门设有直营公司,总体势头比较好。

仰韶的力度较去年放缓,投入在延续2006年的一些方法。仰韶在产品结构调整和营销模式的创新方面都有所突破。产品线较宋河要好,但竞争力不明显,短期内取代宋河的可能性不大。仰韶在郑州西区要更好一点。从去年销售的产品构成来看,仰韶的光瓶酒估计占到40%左右。

张弓在郑州的流通渠道

郑州市场主要白酒品牌

主要品牌	主销产品及终端售价	发展态势	
省内品牌	宋河	1.铁盒五星级宋河粮液,普通流通渠道零售约60元,商超价80元左右,酒店依档次不同,分别有80多元、138元到148元左右; 2.水晶宋河粮液,酒店价一般100多元; 3.精品宋河粮液,流通渠道零售约40—50元。	★★★★☆
	仰韶	30元的陈酿陈酿,酒店25元/瓶,老窖:商超在25元以上,国酿:25元/瓶	★★★★☆
省外品牌	洋河蓝色经典	42°天之蓝:148元 52°天之蓝:168元 52°海之蓝:338元(以二星超市价格)	★★★★☆
	泸州系列	五年陈头曲:38元 铁盒六年窖:76元 铁盒九年窖:88元(以二星超市价格)	★★★★☆
	白云边	53°三星:68元 45°四星:88元	★★★★☆