

《鲁见“酒量”》之烟台篇

葡萄酒消费远超白酒,烟台酒市“大”不同

在包容、多元的消费理念下,烟台酒水市场呈现出百花齐放的局面。高端白酒茅台、五粮液表现抢眼,烟台人对高度酱香型酒偏爱有加,喝白兰地和洋酒的氛围也很浓厚,导致次高端白酒在烟台市场难以量上。

本报记者 孙文东 苗倩 张瑜宸 林忠涛 发自烟台

葡萄酒年消费额远超白酒

公开数据显示,山东白酒市场规模超600亿元,白酒消费量居全国之首,在如此巨大的潜力之下,山东酒水市场的真实表现如何?哪些酒企的哪些品牌占据市场主导?不同区域消费者对白酒香型、产品价格带有怎样的偏好?酒商如何破解去库存的压力?

自4月7日起,《华夏酒报》采访团队以“鲁见酒量”为采访主题,走访齐鲁大地的重量级经销商及餐饮大商,面对面交流,采集酒水消费的最新数据,全景式呈现酒水市场的消费动向。第一站,《华夏酒报》采访团队在山东烟台走访酒水经销商,全面呈现省内、省外白酒在烟台市场的终端表现,以及葡萄酒、洋酒等品类在烟台市场的销售情况,展现“烟台酒量”。

“烟台华新酒业是贵州茅台酒的代理商,年销售额约2亿元;烟台全晟酒业作为五粮液酒厂在烟威地区的唯一品牌运营商,52度普五的销售量一度达到3万箱,曾有蝉联山东省五粮液销冠的辉煌业绩。”采访中,烟台新一诺酒业有限公司总经理张良告诉《华夏酒报》记者,“在烟台市场,以茅台、五粮液为代表的高端白酒消费表现抢眼,但作为葡萄酒领军企业张裕公司的大本营市场,张裕葡萄酒、可雅白兰地等消费氛围浓厚,加之皇家礼炮、山崎等洋酒消费的‘包抄’,导致次高端白酒在烟台市场难以量上。”

综合来看,“高端酒消费居全国区域市场前列,葡萄酒、白兰地、洋酒等品类消费氛围浓厚,皇家礼炮、山崎等洋酒消费体量较大,次高端白酒难上



量”,张良的寥寥数语,已勾勒出烟台酒水市场的轮廓。

从品牌的细分体量来看,张良表示,在烟台市场,国台酒年销售额可达近3000万元,习酒销售额达7000多万元,洋河销售额达7000多万元,汾酒全系列产品销售额达5000多万元,汾酒

台销售额约4000万元,金沙摘要销售额不到1000万元,郎酒销售额为5000万~6000万元,国窖·1573销售额可达约2000万元的销售额,董酒销售额为3000多万元,酒鬼酒的销售约1000万元,西凤酒销售额2000万元左右,52度五粮液普五年销售额过亿

……上述市场主力品牌的销售额相加,再加上贵州茅台酒的销售额,烟台的白酒年消费额达到了“5亿+”。

除了“5亿+”的白酒消费体量,张裕公司在烟台本地的年销售额近10亿元,皇家礼炮、山崎等洋酒的年消费量将近1亿元。

包容、多元消费观念下,追求性价比成消费新动向

在《华夏酒报》采访团队走访烟台酒水市场过程中,受访的经销商多用“包容、多元”来诠释烟台消费者的消费观。

从口感偏好上看,孝德名酒总经理孔祥妮向《华夏酒报》采访团队表示,“烟台人喝酱香型酒、喝高度酒、喝白兰地、喝洋酒的氛围浓厚。鲁西南市场对低度浓香白酒情有独钟,烟台人喝酒更倾向于高度酒,对高度酱香酒偏爱有加。”

烟台中唐酒业有限公司创始人王海民表示,“纵观烟台酒水市场,在销售量上,浓香型白酒要大于酱香型白酒;在销售额上,浓香与酱香近乎平分秋色,甚至有可能酱香型白酒销售额大于浓香型白酒。作为清香型白酒的典范代表——汾酒青花系列,尤其是53度汾酒青花20,在商务宴请场合点击率较高;汾酒青花30市

场表现亦较好,这既缘于清香型白酒的适口性好、消费者易接受,也缘于汾酒数年如一日的文化推广。”

3月22日,在中国酒业协会第六届理事会第六次(扩大)会议上,中国酒业协会理事长宋书玉提出,“去库存、价格倒挂,是2023年白酒行业的高频词。”如今,2024年已走过四分之一,烟台市场的终端库存情况如何?

“我们的库存量较3年前相比,上涨了60%左右。”张良表示。

“当前,消费者依然热衷于对品质、品牌的追求,有烟酒店在前期囤积了拿货价较低,但品牌力不强的产品,导致库存高企。”烟台中唐酒业有限公司创始人王海民表示。

在走访终端市场时,《华夏酒报》采访团队获悉,2024年,区域大商亦面临消化库存的巨大压力。孝德名

酒总经理孔祥妮表示,希望名酒厂出台更多扶商、优商、助商的政策,让出经销商“休养生息”的时间,做好市场管控与价格管控,稳扎稳打,莫要急功近利。毕竟,风物长宜放眼量。

尽管厂商面临临市、稳价的市场挑战,但酒水消费的社交属性不会变,酒类消费的存量竞争仍将持续。在酒类消费的存量竞争下,“理性饮酒、理性消费双理性酒类消费观”已是蔚然成风,追求极致性价比成为白酒消费的新动向。

“我们新上了一款贵州青酒酒厂有限公司的酱酒产品,终端售价在200元,既顺应了当前消费者理性消费的市场变化,又能够直面100~200元酱酒空白价位段。”孝德名酒总经理孔祥妮表示,店里还“上新”了口感柔和、易饮的洋酒品牌,缘于烟台消费者对数年来对洋酒的接纳度较高。



以创新应对“终端为王” 地产酒表现亮眼

“终端为王”,是在任一消费时代都颠扑不破的销售核心。曾经引以为傲的商超销售、烟酒店的酒水动销,如今正面临着销量直线下滑的尴尬境地。

“在互联网时代,我们将借助抖音、腾讯视频等进行线上渠道布局,扩大销量。”张良表示,“在线下渠道,公司基于消费市场的多元化、细分化趋势,以精准聚焦的战术打法,与烟酒店开展‘联盟商’的共赢模式,对不同销售能力的烟酒店给予差异化的精准铺货,以实现市场销售的精准突破。”

对于厂商关注的消费者教育,王海民表示,“消费者教育是一个伪命题,在市场上,很多消费者不愿意或是听不懂酿造工艺等术语,选择什么价格带的品牌,完全由个人消费能力、口感偏好决定,名酒以低度酒来赢得年轻消费者的第一口酒,但是随着年龄的增长,未来消费者还是会选择喝高度酒。”

当地人喝当地酒,是酒圈默认的法。则。“张裕、烟台古酿”作为烟台地产酒一红、一白的代表品牌,在当地市场有着不错的销售表现。烟台消费者对葡萄酒、

洋酒的接受度较高,源于张裕公司多年来葡萄酒、白兰地的消费口感培育,这也构成了烟台多元、包容的酒水消费底色。

采访中,《华夏酒报》采访团队来到餐饮终端烟台旺角小渔村(环山路店),该店经理李惠铭表示,“作为全国的网红打卡餐饮店,外地游客来吃饭,点张裕、烟台古酿酒的占比很大,且多会接受我们推荐的烟台古酿高度酒。当下,追求微醺是主流消费观,到店消费的年轻人喝啤酒、葡萄酒的居多,中年消费者喝白酒的居多。”

“3月19日,在张裕解百纳百强经销商年度盛典现场,张裕公司董事长周洪江提出,要继续发扬店小二精神等,以实现厂商共赢。越是在酒水市场的调整期、冷静期,我们越是要做好客情维护、客户服务,任何一个产业都会在波浪式的前进中,逐步走向远方……”张良的一番话,让我们看到了烟台酒商的气度,也看到了更美好的远方。

当想了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。扫码即可。



GREEN
绿色生活, 低碳出行

出行绿色

中宣部宣教局 中国文明网

中华老字号
China Time-honored Brand

人生喜事 兰陵喜临门酒

兰陵喜临门酒全新上市
全国市场诚招代理商

山东兰陵美酒股份有限公司 服务热线: 0539-5588998