

**SHWT 中国幸福生活一卡通** 400-670-8869 www.shunhevip.com  
 手机充值 公共事业缴费 酒到家 交通违章代办 机票预订 网上商城 报纸杂志订阅 彩票频道 加油卡充值 酒店预订

**顺和酒行加盟电话**  
 8669999 400-679-1919

2014酒水行业盘点

# 酒企出招救市是“主旋律”

回顾2014年，这一年的酒行业同样是风云再起，有几大巨头的“惊天大动”，也有许多企业的“风雨不动”。在经济增速放缓、国家限制“三公消费”、禁酒令等因素影响下，高端白酒价格大幅下滑，产品出现滞销。个性化消费、大众消费市场，这是当前酒水市场重点关注的两个领域。

本报记者 瞿秀丽



**关键词:定制酒**

2014年，茅台宣布成立贵州茅台酒个性化定制营销有限公司，开始系统化进军个性化定制酒市场；而6月，山西汾酒也宣布正式成立山西汾酒创意定制公司；另外，泸州老窖、水井坊等也在定制酒领域深耕布局。各种定制酒模式中，渠道定制尤其突出。

记者点评：定制酒一方面对白酒的品牌力提出了要求，另一方面也对酒企的资源整合能力提出了考验。未来小批量、个性化将成为白酒业的主流。不过有业内人士指出，国内定制酒存在定位、产品同质化的现象。看来，定制酒能否充分挖掘消费者个性化需求，为高端白酒开辟一条新路，还有待时间检验。

**关键词:腰部产品**

在2014年糖酒会期间，几乎所有的参展厂家都有“腰部产品”亮相糖酒会。但是市场似乎并不买账，多数高端酒企的腰部产品也在腰斩价格，在临沂市场上的多家白酒销售店，泸州老窖、茅台、赖茅等品牌纷

纷打出200元左右的“买一送一”的促销牌。

记者点评：白酒市场的泡沫正在由高端品类向中端转移。随着白酒行业均在加码定位中端的“腰部产品”，整个白酒中端产品市场已经形成了群雄并起的局面。尽管竞争异常激烈，各家酒企也只能无奈地应战。以前以政务消费为主的白酒业目前已转向大众化消费为主，而转变后的白酒业目前正处于培育期，或是中端白酒低迷的阶段原因。

**关键词:电商大战**

2014年的“双十一”电商狂欢节，名酒厂与酒类电商之间的“战争”充满了火药味儿。市场指导价1519元/瓶的53度500毫升飞天茅台“双十一”价为699元，市场指导价729元/瓶的52度500毫升五粮液“双十一”价为499元。其他包括泸州老窖在内的多种酒价格亦均跌破市场指导价。针对电商的超低价促销，五粮液、剑南春、郎酒等纷纷发声维权，撇清同多家电商的合作关系，并提醒消费者在某些电商平台购买产品质量无保证。

记者点评：低价是酒厂和

传统渠道抵触酒类电商的重要原因。而这一场白酒价格低价促销引发的行业动荡，让不少一线酒企开始重新审视电商的能量，很多酒企加紧与综合性电商平台合作的同时，甚至在筹划自建线上平台，力求稳定白酒价格。而资深人士表示，尽管目前白酒传统渠道经销仍占主流，但电商不可小觑，要处理好电商渠道和传统渠道的和谐共融关系。

**关键词:三公消费**

自2013年12月，中央关于改进作风的“八项规定”出台后，限制三公消费政策将高端白酒挤出公款消费的大门，茅台、五粮液等高端白酒开启了行业新一轮的下跌周期。受三公消费限制影响，白酒行业景气度大幅下滑。当政务消费受阻后，有些酒企如国典凤香就果断转型商务消费。

记者点评：有行业专家指出，在三公消费等政策冲击的宏观背景下，中国白酒已进入“L形”底部，但是底部时间会很漫长，未来酒企的转型阵痛期将有三到五年，营销格局将由渠道驱动变为消费驱动。未来中国白酒的营销必须以市场与

顾客为导向，在保证现有市场份额的同时，注重营销的“深度”，争取产品价位更适合老百姓，服务更到位。

**关键词:并购**

2013年，五粮液、洋河、泸州老窖已经开启了行业内的兼并大门，如洋河并购梨花村，而一旦中小品牌出现倒闭潮，一、二线品牌和区域强势品牌就利用自身优势并购中小品牌。除了真金白银的直接兼并，增资入股也成为行业洗牌的一种方式，如中国华孚贸易发展集团整体并入中粮集团，让中粮间接入主酒鬼酒，以及老白干抛出8.25亿元的定增计划，都表明资本的介入希望给这个行业带来新的变革。

记者点评：不仅众多中小酒企挣扎在生死线上，大型酒企的日子都都很是惨淡，一些上市酒企甚至可能因连年亏损而面临退市风险。在业内人士看来，未来将有三分之一的白酒企业不得不退出市场。行业资深专家表示，2015年行业深度调整依然继续，业内和业外资本对酒企的兼并重组事件将会越来越多。

“讲文明 树新风”公益广告 鲁南商报 宣

## 垃圾分一分 城市美十分



- 可回收物处理体系
- 厨余垃圾处理体系
- 其它垃圾处理体系
- 有害垃圾处理体系