

高端白酒夏天销售火爆 经销商喜忧参半

高端白酒的销售在2017年夏天表现的异常火爆,然而,经销商们的心情却是喜忧参半。喜的是酒好卖,利润放大,忧的是产品卖完后无货可卖,而最受益的当属五粮液、贵州茅台、国窖1573等高端白酒企业。

“未来的白酒行业将迎来强者更强的时代,品牌集中度会越来越高,而优秀的品牌会选择优质的经销商,因此,优质的经销商也越来越集中。”正一堂咨询董事长杨光如此表示。杨光指出,这一轮行业集中,表现为优质品牌与优质经销商的双向集中。不仅经销商在积极靠拢优质品牌,品牌酒企也在积极的更新、教育以及寻找更优质的经销商资源。

酒业家董事长林向在“2017中国高端酒展览会”发布会上表示,在这一轮行业调整中,酒企和经销商都在做选择,新旧品牌市场份额的切割在这一轮行业调整中非常明显,没有完成品牌升级的酒企和酒商,会非常困难。

高端白酒市场缺货严重

值得注意的是,从2012年限制三公消费开始,白酒行业由黄金十年的量价齐升阶段转向深度调整,2014年行业企稳分化,2015年优质企业业绩向好,具有品牌力和营销力的企业率先走出调整。

2017年中国酒业加速向上,但是此轮支撑行业成长的不再是政务消费,而是消费升级下的集中度提升和高端需求的回暖,这一点从白酒上市公司年报和季报中则清晰可见。

贵州茅台、五粮液、泸州老窖等白酒上市公司业绩保持高速增长,而其他三四线品牌酒的销售并未出现大幅增长。据了解,目前,以五粮液、贵州茅台为代表的高端酒在市场上的销售十分火爆,经销商库存可以用“零”或极少来形容,“断货”成为经销商们的家常便饭。

北京一五粮液经销商表示,“截止到6月份,我们已经综合完成全年指标90%,低度和1618完成100%,为下半年品牌打造做好了充分的时间和货源准备。”另据五粮液华东营销中心的数据显示,目前,华东地区已经完成2017年年度规划的60%以上。而五粮液华南营销中心则表示,华南力争到2020年五粮液及系列酒品牌实现40亿元销售目标。

正是因为市场上的火爆销售,导致经销商手中产品紧张,惜售五粮液已经成为多数经销商的一致动作。

同样,贵州茅台酒紧俏已经不是新鲜话题,在“无货可供”的背景下,53度飞天茅台酒的价格也一路飙升,为此,贵州茅台不得不出台控价政策,对于扰乱市场价格的经销商进行处罚。进入5月份以来,

虽然茅台加大了市场投放量,但是市场货源依然紧缺,“控价”成为茅台短期内一个重要任务。

茅台集团党委书记、总经理李保芳表示,“如果‘价格上来了,百姓不买了,市场没有了’就是对茅台持续稳定健康发展最大的伤害。不能放任不管,也不能一管就死,要深入研究、把好方向,让价格的管控和市场的稳定沿着正确的方向做好”

茅台北京一经销商近日也表示,厂里统一规定53度飞天茅台酒的市场零售价为1299元/瓶,目前茅台酒的数量非常紧张。对于贵州茅台控价一事,杨光表示,经销商拿到的茅台酒价格为819元/瓶,一瓶酒有200元的利润已经十分可观了,所以茅台控制价格继续上涨,要的就是茅台长久健康的发展。

五粮液经销商利润向茅台看齐

在林向看来,消费能力的提升和消费者品牌意识的增强,意味着白酒行业集中度将继续提升,优质品牌、优质产品将成为最稀缺的资源。值得一提的是,在高端酒行列内,53度飞天茅台和五粮液以及国窖1573是消费者所认可的高端酒品牌,而带动本轮白酒行业上行的也是高端酒品牌量价齐升下的结果。

当飞天茅台酒市场价格站上1300元/瓶时,也提升了五粮液价格上涨的空间。在杨光看来,五粮液目前表现之所以不如茅台,主要是五粮液的稀缺性还没有很好的体现出来。

事实上,据五粮液高管表示,五粮液高端酒本是稀缺产品,就像威士忌酒一样,这由五粮液的工艺和产能双重影响决定的。五粮液市场销售向好,经销商开始赚钱了,对此,北京一位经销商感慨:五粮液又回来了。

53度飞天茅台酒的出厂价为819元/瓶,1100元/瓶的批发价格让经销商有了大约20%的利润空间,而五粮液(普五)的出厂价仅为739元/瓶,目前的市场零售价为900元/瓶左右。

杨光接受采访时表示,五粮液的经销商出现“断货”是因为卖的价格太低,所以提前卖完了。厂家所做的一切除了保证产品持续健康发展外,也会让经销商有钱可赚,只要五粮液坚持目前的策略,下半年经销商也一定会有20%的利润空间,意味着五粮液的批发价接近千元左右。

一位了解五粮液的业内人士则表示,五粮液经销商大会释放出的信号提振了经销商的信心,经销商的状态有了很大的变化,在这样的势头下,势必造成五粮液下半年旺销的局面。(中经网)

东来顺亮相2017北京国际茶叶展

本报讯 崔岚 6月17日,东来顺集团受中国茶叶流通协会邀请,参加了2017年北京国际茶叶展,并在北京展览馆举办了东来顺北京特色小吃体验活动,数十名“小茶人”体验了东来顺美食文化。

小吃体验活动共分为两天,由师

傅教授小朋友们制作艾窝窝、驴打滚、绿豆糕、冰皮月饼等传统小吃。此次活动不仅吸引了近200组家庭参与体验,同时还吸引了澳门驻京办10组家庭。在师傅们的耐心指导下,小朋友们学习得十分认真,做起来也是有模有样,现场氛围火爆、和

谐有爱。

此次活动不仅传播了东来顺美食,宣传了东来顺文化,更让百年老字号品牌在新一代年轻人心中生根发芽,并且锻炼了小朋友们独立动手的能力,开拓思维,让他们在体验生活中快乐成长。

中国京菜走进社区烹饪决赛在大兴区举行

本报讯 记者黄伟伟 6月20日,中国京菜走进社区烹饪决赛在北京市大兴区举行,15位“民间厨神”登场亮相。

今年4月6日,由北京市商务委主办,北京烹饪协会承办的“首届中国京菜美食文化节”在京开幕,“中国京菜”这一具有特殊代表意义的菜系概念正式发布,为期三个月的“首届中国京菜美食文化节”同时启动。北京市百余家京菜品牌企业的营销信息在网上发布,京菜概念通过落地活动植根人心,一时间,关注京菜、宣传京菜、发展京菜,在行业内外形成了良好的态势。中国京菜还走出国门,走进哈萨克斯坦,通过“中国京菜”输出北京文化,通过京菜实现跨国文化交流,大力推广中国博大精深的京菜饮食文化。

作为“首届中国京菜美食文化节”系列活动的之一“中国京菜走进社区烹饪大赛”,得到了京城市民的热切关注和积极响应。自6月5日起至8日,陆续在西城、朝阳、丰台、大

兴、顺义5个区,举办了以“弘扬京菜文化,提升传统价值”为主题的“中国京菜走进社区烹饪预赛”。各区饮食服务行业协会精心组织,广大市民积极参与,100多名社区居民踊跃报名。比赛中,参赛的社区烹饪高手现场秀厨艺,赛美味,各显神通,气氛热烈。预赛得到了社区百姓的高度认可和社会各界的广泛好评,达到了预期的效果。

组织中国京菜走进社区的目的,是通过比赛挖掘传承一批传统、经典的京菜菜式,发现隐藏在民间的烹饪高手。在大赛中,众多优秀民间选手同台竞技,切磋厨艺,传承了京菜饮食文化;一大批美食爱好者走进比赛现场观摩美食展览,推动了京菜文化的传播;专家



评委莅临大赛全程点评,保证了大赛的公平公正。经过本次大赛,民间美食文化的记忆与经验得到交流,推广了“京菜”饮食文化,进一步培养了大众对厨艺、对生活的兴趣,丰富了百姓的生活,为爱好厨艺以及有烹饪特长的普通百姓提供一个展示自己的舞台。

推动南北茶文化交流 2017天津茶博会开幕

本报讯 近日,2017中国·天津茶业及茶文化博览会在天津开幕。本届展会面积1.3万平方米,展品涵盖了中国6大茶类,展会还将集中展示紫砂、陶瓷等各种茶具,茶家具、茶工艺品、茶食品、茶服等。

展会期间举办2017中国茶文化发展论坛、京津冀茶文化交流会等多场活动,来自北京、天津、河北地区的商业、茶行业协会、茶城、茶业市场等业界精英代表齐聚天津茶博会现场,进行茶文化交流,探讨北方茶市发展趋势。

在天津茶博会现场,天津市第三届茶艺大赛为参展企业和参观者带来了一场传承创新中华茶文化的高水平、高品质的茶艺大展示。大赛充分体现了茶文化内涵与艺术性表演的相互交融,演绎传达出茶的文化元素和独特魅力。为促进京津冀茶文化协同发展,大赛主办方还邀请了来自北京市、河北省的茶艺人才来到天津与天津茶艺选手共同登台竞技,一展风采。

除此之外,多场知名企业产品推介、发布会也在展会期间举行。十余场无界茶会在天津茶博会与广大茶友先后见面,来自茶叶业界、社会科学、经济学界、民俗文化等社会各界人士为天津茶博会未来的发展献言献策。

据悉,天津茶博会自2012年首次举办以来,如今已发展成为京津冀乃至北方地区茶经济共同发展及茶文化交流的优质平台,持续助推北方茶文化日渐升温。本届天津茶博会为买卖双方搭建了优质的平台,展会在北方地区的辐射力越来越强。