酒文化成区域酒企营销战新高点

目前,白酒行业现在处于成熟期,高速增长的阶段已经成为过去时,行业结构呈现出高端酒增长、低端下降,消费者选择白酒主要考虑品质以及品牌的阶段。在中国酒业激烈的竞争中,除了产品本身之外,产品的定位、文化的塑造等成为了当下各大白酒争先抢滩的高点。

中国酒类流通协会会长王新国在中国酒业品牌发展论坛上表示,酒文化体现在消费者的饮食、生活习惯等方方面面,也体现在酒的品质和品牌,当前,中国酒业进入了深度调整时期,在酒行业的发展过程中,既需要资本助力,也需要文化的加持。

“近年诸多企业不断加快产品的迭代升级,比如生肖酒、老酒、封坛酒、文化艺术酒、活动定制酒等,这是品牌文化的多元化,并且,未来的营销竞争应该是产品文化和服务的竞争,所谓服务就是增加消费者的黏性,做到从生产端、供应链端到社群和C端的全价值链。”洋河股份产品总监、苏酒集团贸易副总经理张学谦认为。

白酒行业逐渐将目光重点瞄向了文化属性上来,在另外一家白酒企业衡水老白干身上也表现很明显。5月10日,在首届衡水老白干酒文化节上,衡水老白干将此次文化节看作是承担着衡水老白干从渠道竞争向品牌竞争转型的重要功能,相信通过展示衡水老白干独特的香型魅力和行业首倡的新玩法。

不可否认的是,互联网时代,消费者对产品极致的追求远胜从前。除了对属性和功能的需求,消费者更加需要具有差异化比较优势的好产品。

对此,衡水老白干方面认为,老白干香型是国际化口感,其自带“不上头”基因,独特的地缸发酵工艺,杂醇油含量远低于原国家标准。现在消费者饮酒健康化趋势愈加明显,老白干香型白酒更容易被接受。

在中国传媒大学广告学院教授何海明看来,白酒营销迎来3.0的竞争阶段,面对新传播环境、新消费群体,白酒品牌影响力亟须多维度建设。结合多年实战经验,他表示,“定位靠产品、文化显层次、内容要头部、互动玩花样、整合看效果”将成为白酒品牌整体传播的诀窍。

(华夏时报网)

五粮液今年营收目标预计实现五百亿元

本报讯 5月10日,五粮液股份有限公司(以下简称“五粮液”)召开2018年度股东大会。会上,五粮液方面透露,今年五粮液的经营目标是预计实现营业总收入500亿元,保持25%左右增长。同时,实现利润大幅度再提升。

据悉,2018年,五粮液实现营业收入400.3亿元,同比增长32.61%;净利润140.39亿元,同比增长39.19%;归属于上市公司股东的净利润133.84亿元,同比增长38.36%;公司总资产860.94亿元,同比增长21.39%。

五粮液集团公司总经理,股份有限公司党委副书记、董事长刘中国表示,在宏观经济形势持续向好的背景之下,白酒行业进入以结构性繁荣为特征的新一轮发展的长周期,市场份额加速向优势品牌、优质产能集中。因此,未来,五粮液要持续优化市值管理,加大分红,提升资本市场预期和投资者信心。

值得一提的是,截至2018年7月6日,五粮液完成了2017年度利润分配方案的实施工作,共分派现金50.46亿元,现金分红额占当年归属于上市公司股东净利润的比例超过50%。2018年五粮液拟分派现金65.99亿元,较2017年增加15.53亿元,增幅高达30.77%。

记者梳理发现,自1998年上市至今,五粮液已累计实施7次送红股、16次现金分红共244亿元,是上市以来募集资金总额的6.4倍。

另外,刘中国表示,未来,五粮液将继续以“塑品牌、优构架、增信心、扬文化”为核心主题,同时推进五粮液主品牌“1+3”和系列酒“4+4”的规划布局,系统规划五粮液全系品牌的顶层设计,以增强产品竞争力。

天一传承:以行践孝道用心做好茶

密云区食品药品安全企业联盟秘书长李新华致辞

表彰孝亲敬老模范现场

本报讯 记者冯文亮 5月12日,以“弘扬民族传统、倡导孝老爱亲、宣扬亲情友情、构建和谐社区”为主题的天一传承第13届孝亲文化节系列活动在密云区举行。现场对10名孝亲敬老模范,10名孝亲敬老、老有所为标兵,10个孝亲敬老文明家庭进行了表彰奖励,受到了社区居民的欢迎。

该活动由北京天一传承茶叶有限公司和密云区鼓楼街道花园东区居委会联合举办,北京金色乡音艺术团协办,得到了密云区老龄委、工商联、鼓楼街道、食品药品安全企业联盟等机构的大力支持。密云区政协贾海江为该活动题写了“茶韵书香 文化密云”的墨宝,密云区食品药品安全企业联盟秘书长李新华致辞,对活动的举办予以肯定和鼓励。

以茶为媒,孝心天下。据了解,自2007年以来,北京天一传承茶业就致力于孝亲敬老文化建设,旨在弘扬中华民族传统文化,唤起全社会对孝亲敬老的重视。截至今年,已经连续13年举办孝亲文化节,累计投资数十万元,先后表彰孝亲敬老模范、社区文明标兵、孝亲敬老文明家庭近400名(户),累计参加活动人数达到数万人。通过连续的举办,在区域形成了一个弘扬“孝亲敬老”文化的环境氛围。此外,天一传承还在每年的“九九重阳节”期间,为100名65岁以上的老人及孝亲敬老模范、文明家庭、文明标兵奉送“孝亲茶”。

天一茶香,百年传承。天一传承成立于2005年,从一开始就把弘扬民族传统和为顾客提供一流产品和服务作为企业的终身的发展理念,身体力行孝亲敬老的模范和榜样,把茶送给最亲的人,永远做茶农和茶客的“搬运工”,以让人们在繁忙的工作生活之余,亲朋好友围坐在一起,品茗饮茶,体悟人生乐趣。

爱心传承,其乐融融。当天的活动,吸引了大批的市民参与。一大早,法制公园已是人头攒动,老人、孩子,父母、儿女俨然形成了一幅美丽和谐的画卷。来自金土乡音艺术团、社区居委会的文艺工作者表演的歌舞、戏曲、曲艺等丰富多彩的文艺节目,赢得了观众的阵阵掌声,把孝亲文化节活动推向了高潮。

饲料业规模化和集中度继续提升

从全国畜牧总站、中国饲料工业协会获悉,2018年,面对中美贸易摩擦和非洲猪瘟疫情等多重挑战,我国饲料行业保持了平稳发展态势。全年工业饲料产值和产量双增长,产品结构适应性调整,行业规模化程度和集中度进一步提升,企业产业链调整重组步伐加快。

饲料工业总产值快速增长。2018年,全国饲料工业总产值8872亿元,同比增长5.7%;总营业收入8689亿元,同比增长6%。饲料总产量小幅增长。全国饲料总产量2.28亿吨,同比增长2.8%。

饲料添加剂产量较快增长。全国饲料添加剂产品总量1094万吨,同比增长5.8%。从主要品种看,氨基酸、矿物元素、酶制剂和微生物制剂等产品产量分别达285万吨、567万吨、17万吨和15万吨,同比分别增长21.5%、13.8%、55.8%和36.9%,酶制剂和微生物制剂等生物饲料产品呈现强劲上升势头。

生产规模化程度进一步提高。全国万吨规模以上饲料生产厂家达3742家,比2017年增加196家,饲料产量占总产量的94.6%,比2017年增加1.6个百分点;其中,10万吨规模以上厂家数量达656家,比2017年增加81家,饲料产量占总产量的49.7%,比2017年增加5.4个百分点。全国有8家单厂产量超过50万吨,单厂产量最大的厂家规模达114万吨。

产业集中度继续提升。全国工业饲料十强省合计产量占全国比重的71.3%,比2017年提高1.7个百分点。饲料产量超千万吨的省份达11个,比2017年新增1个;山东和广东的单省产量首次突破3000万吨,总产值分别达1353亿元和1187亿元,总产量和产值均比第二梯队前列的省份多一倍。

企业产业链布局出现新变化。受养殖业行情和产业形势变化的影响,饲料企业加快调整产业结构和产业链布局。部分以商品饲料为主的企业加快向下游养殖业发展,部分产能转为生产自用饲料。部分企业面对养殖风险大、行业竞争加剧的挑战,逐步调整经营策略,实施产业转型,发展新的业务板块,个别企业饲料产量锐减一半以上。部分企业为优化产能布局,实现产品结构多样化,扩大市场占有率,加快收购兼并步伐,不断做大做强。

(中国畜牧兽医报)