

啤酒企业终端竞夺：营造消费新场景

本报讯 党鹏 夜幕降临,位于成都城南三色路的创意集市开始热闹起来。其中,包括雪花、青岛、百威、嘉士伯等旗下多个品牌都在促销,创意集市已然成为啤酒企业竞夺的市场一线。

今年以来,按照国家相关部门提出的“创新消费场景、营造消费氛围、提振消费信心”这一要求,国内外各大啤酒品牌,纷纷围绕消费场景开始了一波创新,使得啤酒的终端竞争再次加剧。

“中国啤酒市场已经进入理性成熟的消费阶段。”酒类行业专家肖竹青认为,“从长远来看,过去的啤酒营销依靠渠道驱动,而未来的啤酒营销一定是消费者驱动。尊重消费者个性化的需求,与消费者与时俱进地沟通和交流,成为啤酒企业与年轻的消费人群建立互动,建立关联,建立情感依存、品牌链接的重要模式。”

营造新消费场景

户外消费正是夏季啤酒消费的主要场景。在百度搜索“啤酒节开幕”,会发现来自全国各地的、以城市或者啤酒品牌命名的各种啤酒节已经在近期陆续开幕。

“每年夏天,青岛啤酒在每一个县城持续开展一个月的啤酒节,在啤酒节中通过歌舞节目互动和青岛啤酒品牌文化植入交流互动,培育了消费者对青岛啤酒的品牌忠诚度。”肖竹青认为,青岛啤酒从擅长简单地做渠道“推”的工作,已经升级为擅长做中产阶层消费者“拉”的工作。

值得注意的是,许多以原浆、精酿为主的中高端啤酒开始进驻各种餐厅或者私家菜馆等,主攻商务型啤酒消费场景。

就此,肖竹青认为啤酒的高端品牌必须进入商务接待的标配才会放量,只有代表面子消费的产品才能成为商务消费标配。因此,啤酒的高端品牌必须成为商务接待的标配才会放量。

但是啤酒行业专家方刚认为,目前来看,啤酒和商务场景的搭配还有一些不足,主要的原因是啤酒的价格比较低,所以从商务宴请角度来说,它不是一个主要的酒种。“因此,啤酒和商务的结合,未来市场还需要做出很多突破。”

小酒馆的新变革

“我们是昼咖夜酒。”位于成都新华公园门口的百调酒馆负责人表示,酒馆主要以轻酒、轻咖、轻食为主的轻生活方式为特色,旨在为年轻消费者打造沉浸式酒咖体验新场景。

此外,啤酒企业也在加快布局小酒馆。2021年年底,燕京啤酒宣布发展燕京酒號小酒馆;2022年年底,华润雪花方面放出消息称将打造名为“JOY BREW”的线下小酒馆,但是该项目目前尚未正式落地;青岛啤酒现在已在全国60多个城市开了260多家1903酒馆,受到消费者欢迎;嘉士伯旗下京A酒吧已经在北京、深圳开了10多个门店。

值得注意的是,目前很多啤酒企业在社区设立了精酿啤酒馆,但不能做店

内体验。

肖竹青认为,小酒馆业态满足了年轻人社交属性和休闲属性的消费需求,在全国各大中小城市发展都很迅速。这当中有很多是啤酒企业和白酒企业开设的小酒馆。此外酒厂开设小酒馆,可以近距离地与消费者沟通交流,了解消费者对产品的口味、包装、品牌诉求的主张,同时也能快速地完成新产品上市的包装测试、品牌调性测试、价格测试,包括口味测试。可以说,酒厂开设小酒馆是品牌延伸和销售服务延伸。

肖竹青建议,因为卖啤酒和开小酒馆是两个不同的专业,需要的人才属性不同,需要的经营理念和获客的途径也不同,所以小酒馆还是需要专业的人才,在吸引流量和维持小酒馆社交属性的技巧方面展现价值,在营造口碑分享效应的工作中需要不断地创新,需要与年轻人充分地互动交流。

此外,有业内人士表示,啤酒厂开设啤酒馆,首先是展示、宣传、体验或者提货功能,至于能否盈利要看各自酒厂的定位。但是像海伦司则完全是市场化运营,有着自己的运营逻辑。

艾媒咨询数据显示,2021年,国内小酒馆行业市场规模约1280.4亿元。随着夜间经济规模持续上升,小酒馆类业态还将持续发展。预计到2023年,国内小酒馆行业规模将达到1487.8亿元。

安信国际证券在研报中表示,中国酒馆行业整体收入规模从2015年的844亿元增长至2019年的1179亿元,年复合增

长率达8.7%。预期国内酒馆行业收入将于2025年达到1839亿元,复合增长率达到18.8%。三线及以下城市是未来国内酒馆行业增长主力军,发展潜力巨大。或许,小酒馆的终端创新才刚刚开始。

吸引年轻消费者

酒馆赛道的崛起,正是基于酒类消费人群逐渐年轻化。公开数据显示,2021年,国内小酒馆市场年龄在18~24岁的消费者占比达56.7%,25~34岁的消费者占比达27.3%。

面对消费者逐渐年轻化,不少企业都在推动品牌年轻化。燕京啤酒在年报中表示,公司利用电商平台进行新品宣发、直播卖货,实现了燕京品牌年轻化、潮流化转型。同时,依托多维创新平台,精准对位年轻消费群体,深刻洞察消费需求,在产品上不断推陈出新。

针对年轻消费者的消费习惯,肖竹青认为:“社交属性将为小酒馆开辟更广阔的发展空间:年轻人喜欢快乐,喜欢社交,小酒馆如何开得有声有色,如何能够更有趣,能够营造浪漫,创造更加愉悦的消费体验非常重要。”

方刚认为,啤酒品牌的年轻化,主要从以下三个方面着力:首先,产品的品质要符合年轻人的口感特色;其次,产品的颜值要符合年轻人的审美;最后,从品牌的角度来讲,产品的气质需要有一定的传播能力,并且要能够和年轻人的语言相结合,能够与消费者形成互动。

广告



贵州贵酒 封藏酒

— 以时光 酿珍贵 —





中康一品实业有限公司

服务热线: 400-800-2692

销售电话: 010-83362960

