

2012年洛阳酒业竞争五大热点

□本刊记者 杨飞

回眸2011年,我们经历了许多,高端酒水品牌的提价、消费者消费理念的变化等,都让酒水经营企业感到市场的残酷。

2011年,在多重压力下,酒水市场却呈现产销两旺的态势。茅台、五粮液、剑南春等一线品牌的价格一路走高,尤其是提价后的茅台更是受到了高端人士的热捧。而二线品牌也不甘示弱纷纷加入到涨价的行列,同时加大了市场促销力度,如我市二线品牌中的佼佼者——宋河酒业加大让利消费者的力度并保质不加价,来抢占更多的市场份额。与此同时,国外的一些红酒品牌也悄然“杀”入洛阳,争夺市场份额。

另外,洛阳的酒水消费也悄悄发生了变化:到酒店就餐自带酒水者日益增多;烟酒专卖店的生意日益红火;消费者越来越理性,健康饮酒、喝好酒的消费观念深入人心;红酒受众群在日益增大。

2012年的酒水消费会不会延续2011年的态势?酒水经销商的竞争焦点将集中在哪里呢?为此,记者走访了我市几家酒企大腕,这些酒界精英认为2012年洛阳酒业竞争有5个热点。

● 品牌形象的树立将成为市场促销的中心

“持续的‘专业化品牌’打造将是2012年白酒品牌建设的基本方向,品牌定位将贯穿始终。”古井贡酒豫西大区徐总这样分析。

随着消费者需求多元化和挑剔性的增强,专业化的品牌将是获得强认知的有效方式。同时,面对竞争激烈的市场环境,理性的、可

被感知的消费价值将是品牌塑造的重心。例如,宋河酒业洛阳分公司总经理闫魁这样谈到,为了能够更好地树立宋河酒业的品牌形象,公司高层领导结合企业所在地的文化和肩负强烈责任心的态度,成立了宋河老子国学基金会来开展国学教育资助的公益性活动,其用途主要是兴建希望小学,资助贫困地区学校;在大学扶持国学教育,赞助国学栏目;在学校建立国学图书馆及相关文化教育设施等。

● 好品质才是企业发展的硬道理

“白酒营销竞争这么多年,最终还是要回到品质营销中来,消费者会越来越理性地选择品牌。”起源小厨有着多年酒店管理经验的王红伟这样说,虽然有部分酒水企业抓住消费者对品牌和质量了解不清楚的特点,用高包装、高促销但品质不高的方法来短暂地吸引消费者,但这些不会支持太久,因为随着消费者对酒类知识的了解,最终买的是好酒的品质,而不是华丽的包装和高额的促销。没有好的品质服务做地基,恐怕盖起来的高楼也不会持久,顶多是昙花一现。正如前面所说的宋河就是利用企业所在地的淮河流域的水作为产酒的基础,结合酿酒专用的高粱和小麦制曲,采用传统工艺酿造,才造出浓香型白酒的绵、甜、净、爽。

● 加强酒文化建设

茶,有茶文化;酒,有酒文化。古时,“李白一斗诗百篇,长安市上酒家眠,天子呼来不上船,自称臣是酒中仙”;“吴带当风”的画圣吴道子,作画前必酣饮大醉方可动笔,醉后为画,挥毫立就。这些都证明了古时的文人雅客对酒文化的认可。

如今,河南仰韶酒业以厚重的7000年仰韶文化为依托,倾尽全力打造仰韶彩陶坊,实现了仰韶文化品牌的回归。而其作为历史上最悠久的陶蒸酒品牌,仰韶酒从不追求变化莫测的现代流行趋势,而是将国陶酒的包装沿袭仰韶出土的人面彩陶瓶,它的造



型简约,却是天地一体的鬼斧神工之作。

● 抓住卖点做营销 突出品牌个性化

品牌个性化是酒水品牌的卖点,要想在市场上追求利润的最大化,就必须寻求与其他品牌的差异,从而占取更多的市场份额。可以说,在白酒产品日趋同质化的今天,缺个性,就缺优势。而古井贡酒在市场中就突出了品牌的个性化,其首创了“年份原浆”的概念,将年份酒划分为“原浆级”和“非原浆级”两种,完美地将“年份”和“原浆”结合起来,真正体现了白酒中的精髓和独有。

● 渠道下沉,做好市场的垂直建设工作

我们知道,当前白酒市场销售主要是以通路市场为主(总经销、二批、三批经销商和终端客户群),同时以商场、超市、酒店和团购市场为两翼。但随着当前酒店市场的变化,店方放开酒水自带,店内的酒水售价和超市的持平。无论是哪种变化,都会减小酒店这个销售终端对市场的引导作用。补强的办法有二:一是提高产品的铺货率,尤其是酒店周边烟酒店,其目的就是提高客人自带本品的概率及带本品的便捷性;二是做好“后备厢工程”,减小目标消费群体带本品的概率,这一切势必大大削弱二批市场作用。同时,市面上的烟酒名店背后都有几个单位的团购支撑。鉴于此,我们可以将市场销售渠道重心下移,将诸多优秀的烟酒终端开发为小经销商,做到真正意义上的通路扁平化。如此一来,不但减小了对大经销商的依存程度,对市场的掌控力也增强了,市场结构会更加稳定。

2011年,影城影事成我市文化产业热门话题

□本刊记者 李莹利

近年来,社会各界有关加快文化产业又好又快发展的呼声越来越高,而电影市场作为文化产业中的生力军,其发展前景也越来越被看好。春节将至,随着贺岁档的到来,2011年的电影市场也将完美谢幕。

无论是在物质与精神层面双重贫乏的过去,还是在生活水准大幅提高的现在,电影以它独有的集文化、娱乐、休闲于一身的特点,成为我们生活中必不可少的消遣方式。随着文化产业的日益兴盛,观众的观影环境也有了质的改变,当上一辈人还在讲述儿时坐个小凳子集体欣赏露天电影的情景时,我们已经感受了多年的全数字现代化国际影城所带来的超震撼的视觉享受。

随着观影环境的飞速改善,消费者对电影市场的需求也越来越强大。据了解,我市目前拥有数家大型影城,分布从东到西,基本能够满足各个城区的消费需求。单洛阳奥斯卡广百国际影城,其总面积已达5000多平方米,共设有VIP放映厅、3D放映厅、普通放映厅等11个放映厅,可同时容纳近2000名观众观影。其超强的视听效果、国外最先进的全数字现代化硬件

设备、五星级影院的观影设施、体贴专业的服务,已然为我市电影爱好者营造出同业“头等舱”的舒适观影氛围,使观众得到绝佳的视听享受和震撼的观影体验。

国际影院超一流的硬件配置再加上国内外影片的精彩巨制,使得我市2011年的电影市场一片红火。从国产片《最爱》、《将爱情进行到底》的夺人耳目到进口大片《加勒比海盗4》、《哈利波特与死亡神器》的经典延续,从上映期间备受瞩目的题材片《建党伟业》、《辛亥革命》到至今仍被热议且好评如潮的《金陵十三钗》,乃至80后集体推崇的《失恋33天》、《那些年我们一起追过的女孩》,每一部精彩的影片带给观众的都是一场美轮美奂的视觉盛宴,同时给电影产业带来了不可小觑的经济收益和社会效应。对于这些收获,洛阳奥斯卡广百国际影城负责人刘冬梅女士深有感触。作为业内人士,她见证了我国电影市场2011年的稳步发展,面对更加值得期待的2012年,她表示,要积极响应政府振兴文化产业的号召,以更加丰富多彩影片、更好的服务、更多的优惠活动,为全市观众营造一个更加美好的观影环境,让到奥斯卡看电影成为全市人民节日文化娱乐生活的首选,为我市文化产业的繁荣尽一分力。



凤翔温泉

FENGXIANG HOT SPRING
— 凤翔温泉 养生天堂 —

让您养生温暖过大年!

年夜饭火爆预订中! 凡到店用餐者即有精美礼品相送! 春节期间在此用餐者送全家福照片1张!

凤翔山庄山地汤屋依山势而建, 独门独院, 一厅一卧, 全套品牌家电、家具、家纺, 并配备麻将、无线上网等休闲娱乐设施。室内浴室温泉入户, 室外庭露露天汤池, 花草葱茏, 私密而天然! 20间山地汤屋恭迎入住! (试营业期间含2人早餐、住宿, 赠送4人温泉及价值50元~80元的玫瑰花瓣浴、红茶浴、绿茶浴、牛奶浴套餐四选一)!

凤翔山庄2012年主推项目之欢乐谷, 部分汤池即将完美呈现! 欢迎各位朋友前来体验! 不一样的感受, 尽在凤翔温泉!

凤翔温泉, 送给亲朋好友最好的新年礼物, 送给员工同事最好的新年福利! 团购火热进行中!

预订热线: 0379-6578 7666 0379-6578 7999 地址: 洛阳王城大道新区体育馆向南6公里 网址: www.lyfxs.com