

## “狼来了”的悖论

### ——专访四五酒业销售总经理 刘亚平



□记者 张艳丽

“三公消费”被限让中国白酒业陷入寒冬,被白酒界称为“狼来了”。四五酒业销售总经理刘亚平却质疑“狼真的来了吗”。他认为,“三公消费”的禁令让价值和价格相符的白酒回归到大众消费者中,老百姓喝酒不再花冤枉钱,是件好事。

刘亚平说,“三公消费”被限犹如一场“梦魇”,让白酒业人人自危、厂家自危、品牌自危、经销商自危,甚至农村的村长都自危,酒都不敢喝。他认为,这是一种怪现象。“三公消费”禁令让白

酒业告别爆发式增长,步入理性发展和理性消费时代。消费的转型和变革,并不是说老百姓不喝酒了,而是说喝高价酒、喝一些价值与价格不相符的酒少了。让价值和价格相符的酒回归到消费者当中,是做企业应该做的。

刘亚平表示,过去的10年是老名酒回归的10年,未来的10年将是老百姓酒的回归,当大多数的人们摆脱“面子”、“炫耀”、“排场”性消费而趋于理性消费之际,当名酒向“民酒”转变,营销渠道下沉时,老百姓喝酒就不再掏冤枉钱了。从这方面来说,“三公消费”被限是一件好事。

刘亚平认为,只要酒企的思想在变、观念在变、营销在变、渠道在变,相信白酒业一定能度过这个寒冬,2014年、2015年,白酒行业一定会迎来一个好的发展前景。

## 酒水餐饮业要重视平民化消费

### ——专访国之骄子酒总经理 张永立

□记者 张劲松

在酒水餐饮业高峰论坛上,记者采访了国之骄子酒总经理张永立。

张永立说,自从今年年初中央推出“八项规定”,新消费形势下的白酒业、餐饮业必然要进行战略调整,旧的市场发展观念也要改变。目前,酒水餐饮业转向平民化消费非常重要。

当然,平民化非一夕之功,行业大调整还要忍受阵痛,由权贵消费向大众消费转型需要一个过程,品牌重新定位与渠道重建的阵痛还将持续一段时间。作为厂家,也将更加侧重于大众营销,并重建厂商分工合作关系。在我国,白酒行业长期一向很好,白酒是中国传统文化的代表,根深蒂固,未来不会消亡,理性消费将是未来趋势。未来消费升级的驱动力将主要来自消费能力提升迅速的城镇居民。

强者恒强。目前,白酒强势企业仍然保持其成长性,今年能够持续增长的酒企主要集中在强

势品牌中。强势品牌+大众定位+向下扩张的优势将保证酒企明年收入与业绩的稳定增长。

作为国之骄子酒,是中国出口收藏级酱酒,CCTV上榜单品牌,贵州省茅台镇第二大酒厂国宝酒厂旗舰产品。酒厂创建于1818年,白酒老字号品牌,企业占地1000余亩,酒池600多个,库存原酒22000多吨,中国白酒业出口量排名第一,该厂距茅台酒厂仅2.5公里,地处茅台镇核心产区。

国之骄子酒以专利绿色工艺“植物埋藏法”、“酒糟窖酒法”、“桑拿老熟法”三大专利技术酿造,口感细腻绵软、回味悠长。由于国宝酒业对中国酿酒技术的巨大贡献被贵州省授予“绿色消费企业”称号。



## 强练内功 搞好服务 联盟互动

### ——专访古井集团驻周办事处主任 高云腾



□记者 梁照曾

“在这个道法自然、美酒飘香的季节,我们迎来了‘节约、创新、发展’为主题的酒水餐饮业高峰论坛,我代表古井集团向周口晚报十周年生日表示祝贺,对周口各界朋友、行业同仁给予古井贡酒的发展支持,表示衷心的感谢和崇高的敬意。”古井集团驻周办事处主任高云腾在周口晚报举办的酒水餐饮业高峰论坛上激动地说。在接下来的专访中,他热情地介绍了古井贡酒和酒水业以后的发展方向以及销售方式的转变等。

周口是老子故里,亳州是曹操、华佗故里,齿唇相依,自古一家,同是历史文化名城。在中国五千年的历史中,白酒文化是传统文化一部分,血脉相连。古井贡酒是中国白酒界的酒中牡丹,从曹操向汉献帝进贡以来,有1800多年的历史,设计老八大白酒之一,4次获得白酒金奖,获得很多荣誉,酿酒工业园被评为国家4A级景区,四处酿酒遗址被授予国保单位。所以,古井集团诚邀各位朋友去旅游、品酒论道、感受五千年的酒文化。

结合论坛主题,他认为,首先,如何提升品牌很重要。品牌提升了,销售人员不那么累。其次,强练内功。这方面是内因决定外因。冬天来了,又能怎么样?无论酒水或者餐饮,要创新。卖酒的,把酒研究好;卖饭的,把菜研究好。酒不好,谁喝?菜不好,没特色,谁来吃饭?要与消费者心智对接。提升服务是关键,让每个消费者在这里有一种贵宾的感觉、舒服的感觉、爽的感觉。酒店老板要把自己当一个消费者,感受一下服务得怎么样?如果酒店之间合作的话,可相互消费、互访一下、提提意见。

销售方面,现在全国直销业爆棚,直销是未来5年销售主题,也是未来的主流模式,值得思考。在当前形势下,同行要抱团取暖。大家都不要牛,放低身段,做好服务,同行团结,异业结盟。现在,酒店、烟酒店、婚庆公司是我们的主流渠道。酒店、婚庆结合得非常好,谁家有事,酒店小姑娘能找到家里来,实在是厉害!这是直销,异业结盟。大家花很少的钱,可获得很大的收获。

所以说,周口晚报举办酒水餐饮业高峰论坛的目的、意义非常明显,打造一个交流、合作、共赢的平台,传递一种正能量,这显示了周口晚报在推动周口酒水餐饮业发展方面的传媒力量。

最后,他再次感谢周口晚报的支持,再次祝周口晚报生日快乐!

## 搭建交流互动的平台

### ——专访道和酒店总经理 陈艺勇



□记者 张艳丽

走进道和商务酒店,大堂四周悬挂着的《道德经》紧紧吸引着记者的视线,记者忍不住边走边小声念诵。道和酒店经理陈艺

勇告诉记者,他们酒店的品牌和文化底蕴就是道家老子文化。

陈艺勇向记者简要介绍了道和酒店。坐落于周口市八一路中段的道和商务酒店于2011年开业,集客房、餐饮、养生、会务接待于一体,其中客房100余间,房间装修得温馨、典雅、舒适,管理规范,设施齐全。其豪华楼酒店也是周口的老字号,装修大方气派,文化色彩浓厚,菜品有粤菜、湘菜及独特的私家菜等,酒店经营以来得到了

大家的支持。

2013年是餐饮业、白酒业的“寒冬”,大家在经营上遇到了这样那样的阻力,做得非常艰难。一些大的餐饮公司和高档酒店或转型或转让,想办法适应市场。陈艺勇表示,对道和这样的中型酒店来说,也有不容易的一面。作为总经理,她做得比较辛苦,感到很有压力,一直在考虑怎样让酒店适应市场、怎样适应“三公消费”被限政策环境。为此,道和酒店做了诸多努力,不停调整菜价、调整菜品、调整服务、调整营销方向,以满足市场需求,让客户来到道和酒店能消费得满意。

最后,陈艺勇建议,餐饮、白酒及相关产业可以做一个交流互动的平台,在这个平台上,大家能交流经验,共享一些可利用的资源和信息,只有这样才能达到抱团取暖、共谋发展的目的,在2014年迎来一个明媚的春天。

## 酒水餐饮婚庆共生共赢

### ——专访周口华富酒业有限公司经理 理卫东

□记者 张劲松

在国家厉行节约的新形势下,如何面对消费者日益提高的服务要求,将成为酒水餐饮业的头等挑战。

周口华富酒业有限公司经理理卫东认为,首先,实行资源和信息共享,搭建酒水、餐饮、婚庆等行业的流通平台,实现一站式消费服务是很必要的。这样,既避免了消费者耗时耗力的选择,又能把商家丰富的商品资源更好地呈现给消费者。为迎接挑战,商家跨界合作共赢已经成为销售服务业的共识。其次,酒水行业推出的个性化信息——定制酒,也能满足消费者的各项需求。总之,酒水、餐饮、婚庆行业息息相关、共生共赢。但由于行业跨界较大,信息流通相对不畅,周口晚报作为周口地区影响力强大的信息媒介平台,拥有广泛的信息覆盖传播能力,依托这个平台,三方的资源可以实现互换、互惠、互利的新型商业模式。

他介绍,周口华富酒业有限公司成立

于2005年,公司

主要经营酒类产品,现有员工80多人,经过几年的发展,公司已成长为专业致力于酒水销售的经销商。周口华富酒业有限公司与各个名酒厂家是一个完整的战略利益体,整合了酒水市场上游和下游资源,依靠各个名酒对消费者的影响力,“周口华富”从商品采购到商品销售均有稳定的保证。在周口全区与700多家名烟名酒店签订供货协议,全区所有县市都有销售分销商,由此,“周口华富”获得了对销售渠道的强大掌控力。

“周口华富”作为贵州飞天茅台、剑南春、泸州老窖在周口地区的战略合作伙伴,所运营的系列品牌皆是厂家运营系列的强势主导品牌,具有强大的品牌优势,保证了经销客户稳定长期的收益。



## 企业要勇于担当社会责任

### ——专访毛铺苦荞酒周口办事处经理 范永芳



□记者 张劲松

近日,毛铺苦荞酒周口办事处经理范永芳在周口晚报举办的酒水餐饮业高峰论坛

上接受了记者的采访。

他说,随着中国经济结构的调整和市场软性需求的特征,很多企业不得不面临艰难的选择,特别是白酒行业,应该说出现了前所未有的挑战。“禁酒令”、“三公消费”的限制以及“八项规定”,这些都对白酒行业在一定程度上形成了冲击,特别是对一些中小企业,应该说是致命的打击。以信誉求生存、以质量求发展是每个企业都应遵循的原则,同时,作为企业,还应该树立良

好的社会形象,勇于担当一定的社会责任。

我们都知道随着社会经济的发展和精神文明的不断提高,人们对自身的健康问题越来越注重了。劲酒公司在好多年前就已经把健康饮酒放在了第一位,所以,他们看清了时代的发展,走在社会的前沿。劲酒公司去年的年销售额是62个亿,成为了中国保健酒第一品牌。而且每年以35%~40%的速度在增长。遵循这个原则,劲酒公司在2013年又研发了“毛铺苦荞酒”,以顺应人类社会对健康白酒的需求。

毛铺苦荞酒周口办事处目前主要经营毛铺苦荞酒系列的3个单品,125ml装的售价15元,500ml装的有78元和148元两种。毛铺苦荞酒是劲酒公司2013年的一个核心战略产品,它的定义是健康型白酒,其功能主要是“辅助降三高”、“减少肝损伤”。