

# 酒业严控政策刚刚开始



如果说2012年的酒业是逐渐进入政策严控区的话,那么2013年才真正是这种严控措施落地生根、发挥出影响力的关键一年——从政策出台到市场反应,几乎没有一丝停顿,严酷的状况将以往的“黄金十年”狠狠地抛在身后。

## 公务消费持续受限,酒企进入市场化转型

事实上,2013年对白酒行业而言,从中央到地方的多项严控“三公消费”和提倡勤俭节约的措施,不过是2012年的延续,只不过这种措施的影响力至2013年开始发酵,并发挥了最大的影响力。

业界人士表示,过去很多高端酒品都是依赖于政务消费的拉动,而各大白酒品牌运营商过去倚重的“团购渠道”也是主要针对政商消费。这样的持续性政策严控是以往从未有过的,尽管它的初衷是改善政务不良作风,并非针对高端商品本身,但很显然,它打击到了过去一直畸形繁荣的高端酒类市场。

从2013年上半年的市场表现来看,几乎所有的酒类企业都或多或少受到了政策因素的影响——高端酒销售遇挫,整体销量增长率同比下滑。

商务部公布的数据显示,2013年上半年,白酒行业规模以上企业累计完成销售收入2402.13亿元,增速同比回落至10.71%。白酒行业累计实现利润399.09亿元,同比增长

0.57%,累计利润增速出现大幅下滑。

大势之下,既有以稳价、加大对经销商的支持力度等措施苦撑待变的企业,也有直接亏损的企业。

白酒上市公司2013年三季报显示,前三季度,仅贵州茅台、泸州老窖和山西汾酒等少数企业的营业收入实现同比增长。从数据来看,白酒业早已没有了从前“黄金十年”一路上升的势头。反之,共有4家酒企三季度单季净利润出现亏损:沱牌舍得净亏2076.58万元;水井坊净亏9943.56;酒鬼酒净亏1037.19万元;皇台酒业净亏2616.87万元。

为应对这种政策对于公款消费的严控,各大企业开始寻求转型——改变以往过于倚重政务消费的产品、市场格局,转而针对大众消费努力转型。

为此,茅台、五粮液、泸州老窖等酒企都开始纷纷发力中端酒品,抢占大众消费市场。

## 法制环境逐渐严苛,为健康转型预留时间

在很多业内观察者看来,政策对于“三公消费”的严控虽然间接打击到了白酒行业,但这未必是坏事。

“‘三公消费’本来就属于非正常的消费范畴,过去高端酒借此一路走高,给了酒类企业不良信号。”终端营销专家李锋认为,过分倚重高端酒、倚重“三公消费”造成了酒企的自我调节功能退化,他们无法适应市场化的要求、消费者的需求研发产品。而目前中央

政府对公务消费的持续性严控,恰好给予了白酒行业以转机。

“那就是面向大众消费,走上健康轨道。”李锋表示,今后酒类企业需要建立一种真正市场化的调节机制,可以随时视消费者的需求而转变,而这需要彻底摒除非市场化的干扰因素。

业界观察者较为一致的意见认为,中央对于“三公消费”的持续严控并非针对白酒行业本身,这将反推行业转型,重回正常的市场轨道。

也有意见认为,政策性限制因素对白酒行业的打击虽然巨大,但是还并非真正的严控——目前的所谓严控只是针对政务层面,并没有限制白酒行业本身,而真正的法律法规性限制措施才是严控。

例如在国外,许多正式颁行的法律对于酒类消费有着更为严格的限制。以土耳其为例,其议会于2013年通过一项法案,严格限制酒精类饮料的推广和销售,并在酒类包装上张贴警示标语,任何违规者都会受到严厉的制裁。

有业界人士表示,从世界范围来看,各国酒类消费终将会被置于更为严格的法规限制之下,就如同目前的烟草行业一样。那时的法律性措施相比今天的政策性措施,将会更加严格。而对于白酒行业来说,在这样的环境出现之前顺利完成转型,走上更为自律、更为健康的轨道才是正途。

(华夏)

## 蹭酒喝的刘伯

老家的邻居刘伯无儿无女,是个孤寡老人,生活很凄苦。刘伯嗜好喝酒,每天都要喝上几杯,只不过因为经济条件所限,他喝的都是从镇上买的价格低廉的散装酒。

父亲平时也爱喝酒,我参加工作的第一年春节,回老家时,给父亲买了两瓶高档的瓶装酒。大年初一的中午,我们一家人团聚在一起,父亲高兴地打开一瓶我买回来的酒。我先给父亲斟满一杯酒,接着给其他人倒酒。父亲对着面前的酒杯深嗅了几下,就端起酒杯一饮而尽。一旁的母亲笑着指责他:“你这也真是,憋着急干啥,别人的酒还没倒上哩,你就先喝了。”父亲吧吧嘴,孩子气地辩解:“不赖我,都怪这酒香太诱人了。”

刘伯这个时候来了。我心里很不高兴,这大过年的,刘伯怎么好意思到别人家串门?来了就是客,何况是春节?母亲慌忙从灶屋里拿了一双筷子,邀请刘伯入座。父亲早已拿了一只酒杯,让我给刘伯斟酒。在父亲和母亲的劝让下,刘伯一连气喝到“九长寿”,才意犹未尽地离开了。刘伯走后,我气呼呼地说:“刘伯这人真没出息,大过年的到咱家蹭酒喝。”父亲嗔怪我:“别小家子气,几杯酒而已。”我没有反驳父亲,但心里依旧很生气,我大老远带回来的好酒,却让刘伯喝掉那么多!

第二年春节,我回老家时又给父亲买了几瓶好酒,而刘伯依然腆着脸到我家里蹭酒喝。母亲也有些不愿意,大过年的,有了外人,饭桌上的气氛终究有些拘谨和生分。母亲让我再回来时,也给刘伯买一瓶酒,省得他再来烦扰。谁知,我给刘伯买了酒后,他过年的时候还是到我家来。

刘伯去世了,是母亲打电话告诉我的。母亲说:“你刘伯临死的时候说,他这几年很知足,喝了从来没有喝过的瓶装酒,年年还热热闹闹地在咱们家喝酒吃饭……”我明白了,刘伯到我们家来不仅是为了蹭好酒喝,更重要的是想在我们家体验儿女成群的天伦之乐啊!

今年春节再回家,我一定会带上一瓶酒,约上我的几个兄弟,到刘伯的坟头坐坐。我们要让远在天堂的刘伯再一次感受到儿女绕膝的热闹和幸福!

(王东峰)

## 经销商在困境中找寻出路

2013年,一场波及整个白酒产业的调整浪潮向前推进并持续深入,酒类流通业较早地感受到了行业调整的巨大压力。

从目前来看,过去看似繁荣的酒类流通业洗牌已成定局,未来将有大批经销商出局。同时,相比于传统酒商,专业酒类连锁、电子商务等业态在调整期展现出了发展后劲与动力。

### 洗牌已成定局

在过去的十年间,白酒产业黄金发展期所带来的丰厚利润和巨大产能扩张,带动了酒类流通层面的非理性繁荣。

从一斑窥全局,郑州乃至河南都是全国酒水竞争的焦点之一。河南省糖酒食品流通协会的最新统计数据,目前,仅郑州专业从事酒类销售的企业就有7万多家,兼做食品和酒的企业更是多达20万家。而在2000年,郑州市专业从事酒类销售的企业还仅有3000家~5000家,兼做食品和酒的企业则在3万家左右,这种繁荣的背后折射出行业发展的非理性。

北京圣雄品牌策划有限公司总经理邹文武认为,随着宏观经济的放缓和“限酒令”的出台,以及市场调整、产能过剩等问题逐渐浮出水面,经销商最先感受到了困境。

在不同类型的经销商中,团购商受影响最大。据悉,限制“三公消费”规定一出,几乎封住了以政务消费为主的团购渠道。走过2013年,不少城市中的名烟酒店、酒类专卖店已经出现了关店潮。与此同时,价格倒挂、窜货不止、库存严重等问题都在时时刻刻考验着每一个酒水经销商的应对能力。

对于酒类经销商的前途和命运,1919酒类直供董事长杨陵江直言,未来将有60%的经销商被淘汰,只有真正适应市场需求的管理模式才能生存下来。

### 困境中找寻出路

有业内人士这样评价10多年间白酒业的发展——生产企业波澜壮阔,经销商悲壮前行,是典型的制造业强,流通业弱。特别是在行业调整的大背景下,经销商处于更加被动的局面。

如何在这轮调整中找到新的出路,成为经销商的破局和突围的关键。

对于大商、超商而言,其借助在产业链上下游的布局,已经具备了较强的抗风险能力。而居于产业链末端的中小经销商在渠道日益扁平化的趋势下选择抱团取暖,摆脱因渠道层级减少所带来的出局风险。2013年10月,郑州名烟酒店“产品股东式”营销模式发布及价值研讨会召开,烟酒店联盟体形式初步成形。中小经销商通过抱团的形式同进同出,与厂家进行谈判合作,减轻库存、成本等压力,不失为应变之策。

专业酒类连锁经销商和电商平台在2013年备受瞩目。专业酒类连锁品牌顺应了大众理性消费和品牌认同的趋势,以其专业化的运作模式引领了未来酒类流通渠道的新方向。酒类电商则在“双11”出尽了风头,酒仙网一天拿下2.21亿元订单,成为业界瞩目的焦点。

今年酒类经销商需凭借高性价比产品和优质服务等综合竞争力赢得市场,赢得消费者。

(仁民)

## 征稿启事

为引导读者建立正确的酒类消费观念,本报举行“我与酒的故事”有奖征文,欢迎读者朋友将生活中遇到的有趣的酒故事、健康饮酒的心得体会、酒类消费与酒文化、与酒有关的趣事等,付诸笔端,与大家分享。

### 1. 征文内容及体裁:

凡个人亲身经历的与酒有关的事与情,无论大小,皆可提笔为文,发给我们。字数在800字以内,散文、诗歌、杂文、故事均可。

### 2. 征文方式:

电子文档请发送至电子邮箱:guanqiuli1798@sina.com;来信请寄:周口日报社酒水餐饮部付永奇收。咨询电话:8599376

“我与酒的故事”  
征文  
欢迎来稿  
欢迎赞助