



竞争加剧,产量下滑,啤酒企业纷纷探求发展新路

比拼“有一套”:弃价格战,发力高端

“步调一致,齐心协力方可渡过难关。”1月19日,华润雪花啤酒湖南营销中心总经理曹志民在微信朋友圈写道。“渡难关”折射出当下国内啤酒市场竞争之惨烈。数据显示,中国啤酒行业年产量自2014年起已连续4年下滑,2018年1-11月全国啤酒产量3663.5万千升,同比下降0.3%,继续下滑。

在国内啤酒业竞争加剧,产量缩减之下,青岛啤酒等国内各大啤酒企业纷纷探求起发展新路——创新营销,拥抱新零售;放下价格战,产品高端化。

■记者 胡锐



趋势

价格战或趋缓,产品高端化

众所周知,自2018年年初起,国内啤酒业便掀起一股涨价潮,华润雪花、青岛、燕京等知名啤酒企业纷纷调价。“此前的价格战造成了各啤酒企业利润下滑。”业内人士预测,2019年啤酒业的价格战将有所缓解。

“调整产品结构是青岛啤酒在湖南市场取得良好发展的关键。”徐学德表示,青岛啤酒加大了中高端品牌的比重,如在郴州工厂投入了斤装生产线,并逐渐减少瓶装酒的量,扩大厅装酒的量。2016年青岛啤酒旗下的高端产品奥古特、鸿运当头、经典1903、纯生啤酒等实现销量163万千升,实现五年复合增长率6.32%,在国内市场保持领先。据青岛啤酒公告,2018年上半年青岛啤酒的高端产品共实现销量96万千升,同比增6.8%。

除了青岛啤酒外,近年燕京啤酒的纯生、白酿精啤,雪花的品尊系列、脸谱系列、纯生系列,及其他品牌的中高端品牌也取得了良好的市场效果。

竞争

市场饱和、缩产、关厂

“逆流而上,不进则退。步调一致,齐心协力方可渡过难关。”“纤夫精神”指引2019。”1月19日,华润雪花啤酒湖南营销中心总经理曹志民在微信朋友圈里写道,并配发了一张纤夫艰难拉船的照片。“逆流”、“纤夫精神”、“渡难关”等词充分体现这位啤酒巨头企业湖南营销负责人的奋斗精神与自信,但也同时折射出当下国内啤酒市场的竞争之惨状。

数据显示,中国啤酒行业产量自2014年起持续下滑,2018年1-11月全国啤酒产量

3663.5万千升,同比下降0.3%,延续了下滑趋势。“这几年国内啤酒行业的渗透率已趋于饱和。”青岛啤酒湖南区域总经理徐学德受访时表示。

近年在啤酒产量下滑,市场竞争日趋激烈之下,华润雪花、百威英博、燕京啤酒、重庆啤酒等国内啤酒巨头纷纷选择关停了一些厂区。2017年初,百威英博在长沙市望城区的工厂正式停产;2018年9月,雪花“辽阳干”、“美月”啤酒厂停产;2018年12月,重庆啤酒关闭常德酒厂。

求变

创新营销,拥抱新零售

面对残酷竞争,各大啤酒品牌在缩产的同时也开始探索新营销,新零售。

2018年世界杯期间,青岛啤酒在长沙4个大型商业广场和景区、多家门店、小区、主要夜市街打造了多条欢聚地带,开展各类推广活动700余场,在株洲、郴州、张家界、益阳和怀化等城市同步开展社区商超及食街小型推广活动。此外,青岛啤酒还举行了“石燕湖青岛空中啤酒节”,以及在八一期间举行“敬·最可爱的

人”活动,七夕期间举行“敬·有爱的人”活动等。徐学德介绍,“活动不仅让消费者参与其中,传播了企业品牌和文化,同时也激发了中高端人群的消费欲望。”

去年,啤酒业另一个重大的事件就是新零售兴起。2018年,京东与青岛宣布战略合作,双方将在供应链、大数据、技术、物流等方面展开更深入合作。7月24日,华润雪花牵手京东新通路,开启新零售模式。11月27日,喜力啤酒与京东新通路签署战略合作协议。

啤酒,就要 呷一套

TSINGTAO 有一套

畅享欢聚时刻



有一套 品酒顺序

- 1 百威纯生——百威纯生 鲜活人生
- 2 经典1903——精心复酿 传世麦香
- 3 鸿运当头——品新为牌 鸿运当头
- 4 全麦白啤——尝一口就与众不同
- 5 泰山特——珍珠啤酒 当用啤酒 12度醇厚经典代表
- 6 青鸟鲜啤——紫色醇香厚回味