

白酒市场打响“营销战”

国庆临近性价比高的次高端白酒受青睐 “去库存”成行业主旋律

“金九银十”是白酒的传统消费旺季,往年中秋、国庆双节期间,人们走亲访友、婚宴聚餐增多,白酒消费量增大,白酒价格会在双节期间出现小幅上涨。今年中秋节前后,白酒市场的行情却一反常态,未出现传统旺季时的价格上涨态势。如今,国庆节临近,记者走访岛城白酒市场发现,行情旺季却在上演“打折促销”的戏码,各种高端白酒品牌纷纷开启节日促销活动。

探访 高端白酒市场呈平淡态势

记者发现,根据往年中秋、国庆双节行情走势,白酒企业会在双节前一轮涨价,今年白酒并未出现集体涨价,甚至还出现了酒价下跌的情况。

作为白酒市场的风向标,茅台酒的价格走势是一个重要参考,记者查询发现,今年6月,散瓶飞天茅台批发参考价一度跌破2200元每瓶;7月,散瓶飞天茅台批发参考价持续反弹,终端销售价格也有所上涨。9月中上旬,散瓶飞天茅台售价仍在每瓶2500元左右徘徊。在中秋节前,记者走访茅台经销门店时,工作人员表示,茅台价格略有起伏,原箱购买单瓶约2700元,购买单瓶为2550元。9月23日披露的最新批发参考价显示,2024年飞天茅台原箱报2365元每瓶,较上一日下跌25元;2024年飞天茅台散瓶报2250元,较上一日下跌20元。

“目前原箱茅台每瓶2400元左右,散瓶2300元左右,国庆节前可能还会微涨,但涨幅不大。”9月24日,一名茅台经销门店工作人员告诉记者,目前茅台的销售情况还可以,用酒需求依然存在,但与往年超3000元一瓶相比,价格还是有差距。

不少高端白酒销售人员透露,往年双节期间,酒水需求大户是企业,主要用于给员工发福利等需求,但今年需求减弱,白酒市场表现不如往年乐观。

“以前中秋节前的半个月,我们就开始为双节忙碌了,今年中秋节已经过了,马上迎来国庆节,但是感觉今年与往年相比,白酒价格和销量都差很多。比如以前中秋和国庆订单是在一起的,有些公司一次就能订10多箱酒,用不完可能会囤着。但是今年不太一样了,去年订10多箱的公司,今年订了5箱,不少公司和之前那样的大单囤货不一样。”闽江路一家酒行老板告诉记者,往年酒行的团购销售业务占比较大,但是今年整体团购情况不如以往,高端白酒卖不上价格,销量也有下滑。

谈及今年双节白酒消费特点,不少白酒销售人员表示,当前高端白酒去泡沫明显,目前2000元以上的价格区间,消费者指名购买的是贵州茅台,1000元以上的价格区间,五粮液和国



市民在超市选购白酒。

窖1573是不二选择,一些二线品牌和区域名酒的千元价格带产品只能呈现“符号意义”,真实销售情况不太理想,整个高端白酒市场呈平淡态势。

促销 打折、“买一赠一”等成卖点

近两年,白酒企业不断深入跟踪、研究主力消费群体需求和偏好,行业对“市场正处深度调整期”似乎已达成共识。相比千元左右的高端白酒,更具性价比的次高端产品销量则增长明显,比如洋河海之蓝、五粮系列酒尖庄、泸州老窖黑盖、玻汾等百元价格纯粮瓶装酒,受到了消费者青睐,迎来放量增长。

记者走访香港中路几家大型商超的酒水区域发现,在货架上,最显眼的位置几乎被100元至300元、300元至500元价格带的产品所占据。热销的光瓶酒玻汾等产品,更是被摆放在醒目的位置,而一些千元档的产品却被“低调”地放在了远端的货架上。

在台东一家大型超市的酒水区域,古井贡酒、洋河、牛栏山等知名品牌旗下的100元至300元价格带产品纷纷占据货架。超市工作人员也以打折促销、“买一赠一”等卖点招揽顾客。工作人员介绍,部分白酒的价格已降至2018年以来在该超市的最低点。

讲述 “去库存”是行业主旋律

业内人士表示,今年中秋、国庆双节白酒消费呈现出“旺季不旺”的特征,一方面是从今年春节过后,白酒行业就面临旺季不旺、淡季更淡的整体局面;另一方面,当前白酒市场依然存在库存过高、价格倒挂的问题,整体观望情绪比较浓厚。

数据显示,根据中国酒业协会发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》,与去年同期相比,2024年1月份至6月份,超过60%的经销商、终端零售商表示存在库存增加;超过30%的经销商、终端零售商表示面临现金流压力;超过40%的经销商、终端零售商表示实际销售价格的倒挂程度有所增加;超过50%的经销商、终端零售商表示利润空间有

所减少。

“国庆节之前,一些酒企主动加大促销力度来抢占市场,导致白酒市场供给量不断加大,需求量却没有明显增加,导致了很多白酒产品价格下跌。”对于现在白酒市场的价格与销量问题,有销售人员认为,消费者如今对白酒消费更加理性,这也使得高性价比白酒获得人们的青睐,消费者希望用合理的价格购买更高品质的产品。“过去,白酒价格主要是提价逻辑和消费升级逻辑,但现在,市场消费形势发生变化,消费者当前对于性价比的需求跃升为核心需求,顺应这个变化,白酒价格逻辑正在进化为消费与价格双理性逻辑。”一名行业人士表示,从酒企角度来说,市场空间仍大、消费黏性仍强,但能更好满足消费者圈层性价比、社交性价比、饮用性价比的白酒企业,无疑将会受益。

出招 春节前后有望迎“拐点”

近期,多家头部酒企密集宣布控货稳价,以维持市场与销售商利益。据公开报道,茅台取消“大箱”投放及开箱政策;五粮液对第八代五粮液酒持续优化投放节奏;泸州老窖对52度国窖1573经典装发出停货通知……在头部白酒企业带动之下,有助于恢复整体市场信心。

此外,不少酒企还在金融政策、奖励政策等方面作出改善,保证渠道的良性运转。由于上半年销售平淡,渠道压力同步增长,构建厂商命运共同体也成为白酒行业今年常提及的话题,厂商之间慢慢形成一个正常的分利结构。

“各大酒厂为抢占双节消费旺季,纷纷出台渠道促销政策,随着渠道促销政策水涨船高,可能会抵消促销效果,国庆节后白酒市场价格倒挂现象可能还会加剧。”从事白酒销售多年的宋经理表示。业内人士分析,随着下半年社会面的改善,酿酒行业整体筑底企稳,以及白酒消费进入旺季,部分优势品牌将开始恢复性增长,从而带动行业的周期性发展。行业目前正在筑底阶段,有望明年春节前后出现“拐点”。

观海新闻/青岛早报记者 杨博文 摄影报道

青大附院胰腺病诊治中心正式成立

破解“胰”难 精准诊疗

早报9月24日讯 近日,青大附院胰腺病诊治中心正式成立,为胰腺病患者提供了“一站式”精准诊疗。

最短时间完成治疗

患者季女士53岁,既往有乳腺癌、卵巢癌病史,因上腹痛、皮肤巩膜黄染到青大附院就诊,经CT检查为壶腹部癌,PET-CT检查为胰头区恶性肿瘤。青大附院胰腺病诊治中心立即组织胰腺外科、消化内科、肿瘤内科、影像科、病理科等多学科会诊,经专家讨论,认为季女士为胰腺癌BRCA基因突变可能性较大,决定实施手术治疗。

胰外科团队进行了周密的术前准备,于会诊次日即成功为季女士实施了根治性胰十二指肠切除术,术后病理诊断为胰腺癌(分期为T2N0M0),基因检测结果为BRCA1杂合胚系变异。目前季女士顺利出院,恢复良好,将在术后3—4周再次入院,由胰腺内科团队为其进行辅助化疗。季女士整个诊治过程均在胰腺病诊治中心完成,在最短时间内完成了精准诊断和治疗。

提供一站式诊疗服务

胰腺癌恶性程度高,早期诊断困难,治疗效果差,被称为“癌中之王”,近年来发病率有快速升高的趋势。青大附院胰腺病诊治中心打破了不同学科划分和专业设置壁垒,整合胰腺外科、胰腺内科、麻醉科、重症医学科、消化内科、肿瘤内科、放疗科、影像科、核医学科、病理科等领域专家,建立胰腺病诊疗专家组,为胰腺病患者提供个体化诊疗服务。胰腺病诊治中心以患者为中心,采取“一张床”的管理模式,对床位进行统一调配,以多学科协作(MDT)为基础,为患者提供一站式诊疗服务,减少了既往诊疗模式下科室间会诊、等待治疗的时间成本,让患者在最短时间内获得治疗,切实改善了患者的就医体验。

青大附院胰腺病诊治中心学科带头人为国家杰出青年基金获得者、泰山学者特聘专家任贺教授,中心包含临床诊治团队、肿瘤免疫及细胞治疗中心、临床试验研究中心、I期临床研究病房、山东省胰腺病重点实验室等,已形成完备的消化肿瘤基础研究、转化研究、临床诊断治疗体系,并利用“杰青”团队优势,与国家级医疗团队密切联系,加强国际交流合作。

(观海新闻/青岛早报记者 徐小钦)

通知

青岛大至荣卓工程有限公司定于2024年9月28日在青岛市市南区福州南路101号-113户举行关于确认清算报告、注销公司的股东会,请股东罗应福届时到场参会,若不出席公司将依照公司章程及《公司法》有关规定处理,后果股东自负。

青岛大至荣卓工程有限公司

2024年9月25日