

各大食用油品牌纷纷押宝国庆中秋

今年油市新油种成为宠儿,但传统油品将继续其市场主流地位

□本版撰文

时报记者 余永坚
吴伟玮
实习生 黄丽嫦

中秋历来是各大食用油品牌异常关注的销售旺季,再加上今年国庆中秋两个传统的重要节日同时登场,因此虽然现在离中秋还有一个多月,但食用油市场似乎有了些许动静。据了解,国内许多食用油品牌已经开始着手准备迎接销售旺季的到来,降价促销还是各大食用油厂商最直接的武器,但是一些新油种也成为市场的宠儿。

市场变动悄然酝酿

记者在市内加乐福、好又多、易初莲花等多家超市看到,不少品牌的食用油都出现了不同程度的降价。元宝牌5L的大豆油由原来的34.8元降为30.8元,鹰唛玉米油则由原来的49.9元降到了40.8元。除了降价,更多的大品牌的食用油选择了买一送一的促销模式。买一瓶5L的金龙鱼葵花籽油附赠一瓶1.25L的果汁饮料;一瓶5L的胡姬花花生油再赠送一瓶500ml的油;骆驼唛玉米油同样是买一大瓶送一小瓶;而粤皇花生调和油则是与酱油一起捆绑销售。同时,某些食用油除了在食用油专柜整齐摆放外,他们已经在超市显眼位置设置独立摆放的空间,提前感受了销售旺季的强大阵势,包括金龙鱼、胡姬花、粤皇等品牌在内的食用油已经占据了独立的“私人”空间,特别显眼。

与近年来,消费者越来越关注营养健康的潮流相符合,以营养价值较高或营养均衡的花生油、调和油受到了众多消费者的青睐,而新油种也逐渐为消费者所认可。易初莲花食用油专柜的销售人员告诉记者,目前市面上花生油和调和油最为畅销,而橄榄油、茶籽油等新油种因为营养价值更高,也吸引了不少顾客。

油脂巨头密锣紧鼓锁定中秋市场

随着消费者对食品安全关注度的不断提高,从正规渠道、购买质量好的食用油将逐渐得到

消费者的认可。有专家认为,今年整个食用油市场会出现比较大的增长幅度。

而国内油脂巨头也纷纷瞄准了中秋市场,开始了中秋销售活动的筹备工作。莱阳鲁花浓香花生油有限公司华南大区品牌经理倪循阳在接受记者采访时表示,鲁花已经在终端销售开始行动。他告诉记者,目前鲁花已经从产品价位调整、终端产品的陈列及经销商备货三方面做出调整。他透露,大规模的促销活动将在九月中旬才正式展开,届时多个品类的油品将出现不同幅度的降价。

而国内另一食用油巨头品牌金龙鱼也开始为品牌推广“发力”。据了解,暑假期间,金龙鱼和迪斯尼在全国的20多个城市联手打造“奇妙亲子之旅”的活动,大推金龙鱼“温暖亲情大家庭”的品牌文化。有业内人士分析,金龙鱼和迪斯尼的合作使得产品宣传和娱乐事件达到双赢。金龙鱼可以借助迪斯尼提升品牌效应,“借船出海”,扩大其在中国市场的份额。而迪斯尼产品借助金龙鱼在国内的网络,影响和带动迪斯尼在国内的品牌形象。

记者在市面上见到,在金龙鱼葵花籽油和玉米油产品上,附带了一小本“迪士尼 & 金龙鱼奇妙厨房手册”,消费者只要刮开刮卡就有可能获得赴香港迪斯尼乐园体验奇妙之旅的机会。

金龙鱼方面表示,金龙鱼对旺季的概念越来越淡,但是像品牌推广、销售通路、公关工作这些日常的工作一直在不断地进行。调和油今年的推广将重点放在脂肪酸平衡有益于人体健康的概念和获得国家发明专利两方面。具体的市场推广计划将针对不同的区域、不同的市场来设置。

同时记者了解到,各大食用油品牌都开始寻找适合自己品牌文化的切入点,来进行品牌推广。鲁花将人民大会堂国宴用油、中国驰名商标、中国名牌的“威水”史做成小卡片附在鲁花花生油上。而福临门则将花生油原料、工艺、品质的过人之处以及符合国家新食用油标准的内容打在附于福临门压榨花生油瓶身的小卡片上。



中秋国庆是食用油的销售旺季,各厂商都看重这一市场。时报记者 黄亦民 摄

新油种走俏市场

记者超市的食用油货架上看到,除了花生油、调和油等传统油种外,今年各式橄榄油、山茶油、葵花籽油也挤满了货架,而且许多食用油品牌直接将新油种的宣传小册子放在货架上供消费者免费取阅。

有业内人士分析,随着消费者对健康的追求不断提升,消费者对食用油的要求将从口味转移到健康上来,新油品因满足了部分消费者对健康的诉求而会出现一个良好的发展势头。

以橄榄油为例,据国家有关部门统计,我国在2001年进口的橄榄油数量还只有400吨,到了2004年,就一跃而升为2700多吨,这一数字的变化形象地说明了目前国内食油消费市场的变化。

据了解,目前国内著名的食用油品牌企业如嘉里粮油、鲁花等都在加大研发新油品的力度。

今年,金龙鱼已先后推出了玉米油、葵花油、山茶油、芝麻油等多款新产品。而倪循阳向记者透露,今年鲁花也会在市面上推出新品葵花籽油。

嘉里粮油有关人士表示,像橄榄油、玉米油、葵花油这些新油种,因其脂肪酸含量的特殊性,可以满足部分消费群体的需求,新油种是非常有前途的。在未来的消费市场,随着人们生活水平的不断提高,部分有消费能力而又注重营养健康的消费者将趋于选择适合自己的食用油。这些因素使得新油种受到有这种需求的消费群体的青睐。

传统油稳占主导地位

面对越来越多的富含营养健康概念的新油品加入食用油市场,并争得部分市场份额,传统油品的江湖地位是否会被取代?有专家指出,目前像橄榄油、核桃油这些新油种是非主流油种,所占的市场份额是微不足道,不足以取代传统的油种。

有业内人士分析说,目前的小包装食用油市场,产品品类方面的竞争格局呈金字塔状:底层的是目前销量最大的色拉油,如大豆油、菜籽油等;中间层是各种风味的调和油,代表者有色拉油加入芝麻油、花生油等,上面的是保健营养油,主要品类有粟米油、核桃油、山茶籽油、红花籽油、橄榄油、葵花油等。可见,越底层的市场占有率越高。

数据显示,在广东地区,花生油的市场占有率高达40%以上。据了解,调和油一直是金龙鱼发展的重点油品,也一直在倡导脂肪酸平衡有益于人体健康上苦心经营。据透露,今年中秋,调和油将是金龙鱼在华东、华南市场的一个重点产品。而对于世界上最大的花生油厂家,中国三大油质企业之一的鲁花,花生油则是鲁花的主打产品。

鲁花华南大区品牌经理倪循阳告诉记者,因为传统油种已经深入到中国老百姓

生活中,以花生油为例,其色香味俱全,而且价位也比较稳定和成熟,比较符合中国人的口味,健康得到了广大消费者的认可。而非大部分消费者只是在厂家的宣传推广的指引下做尝试性的购买。

他认为,虽然新油种的市场在不断变大,但是主流油种的整体销售额也在不断提高。从整个产业链看,中国不是产区,新油品高度依赖进口而致价格昂贵,且不大符合国人传统的饮食习惯,仅靠商家的推广,而缺少完善的产业链作为支撑,新油种是不可能撼动传统油品的市场主导地位。

与此同时,有业内人士指出,随着国家城乡建设的不断发展,消费者对精炼小包装油需求的增加将是大势所在。

据了解,所谓的精炼小包装油是相对于散装油而言的,是消费者在超市、卖场购买的瓶装食用油。这种小包装又满足了消费者对食用油安全、便捷、实惠这三个主要的要求。

金龙鱼方面表示,食用油虽然是一个传统产业,但它同时也是一个阳光产业。随着国家城市化的不断提升,整个市场总会不断地壮大,不断地出现新的消费者,精炼小包装油将迎来一个发展的春天。

VS

■相关报道

8月上旬湖南地区食用油价格小幅下滑

湖南地区粮油价格的变化对广东粮油零售市场的价格波动有着不小的影响,据南京粮网的统计资料显示:进入8月上旬,

湖南地区早籼稻收购价稳中趋升,其它粮食品种价格稳中略降,食用油价格稳中小幅下滑,业内人士表示原料价格的下降使食

用油生产商有更大的利润空间。

据监测,8月上旬,湖南地区菜籽油、大豆油每500克分别为3.71元、3.39元,

分别比7月下旬下降0.54%、0.29%;花生油、大豆调和油每桶为76.69元、37.53元,分别比7月下旬下降0.14%、0.50%。

季华铝材

国家免检产品 广东名牌产品

佛山市季华铝业公司 电话:0757-83836294