

茅台之上唯有老酒,还在挤泡沫?

老酒市场的规模扩张受限与否,不能单一归咎于其较高的行业壁垒和专业要求,毕竟老酒市场的独特魅力与价值,在于其深厚的文化底蕴、稀缺性和历史传承性,这些因素共同构成了其市场的核心吸引力和竞争力。

本报记者 张瑜宸 发自北京

曾经,“茅台之上,唯有老酒”是老酒圈儿备受推崇的Slogan。然而,近两年,随着外部环境的变化及茅台等一众名酒本身价格的跌宕,老酒市场不可避免地遭遇了行业内部的结构性调整与周期性挑战。

但不容忽视的是,与过去的高速增长相比,现今的老酒市场已在热度与关注度上有所回落。

面对如此现状,老酒圈儿的资深藏家纷纷表示,行业下探不见得是坏事。越是市场的剧烈波动期,

实质上越是行业格局重构的重要契机。老酒市场在告别以往的无序扩张与盲目追高后,就意味着其要逐步迈向一个更加理性和可持续的发展轨道了。

名酒仍在调整,地方老酒价位坚挺

“今年老酒的交易情况还是比较踊跃和频繁,除了老茅台、老董酒价格有些回调,其他中国名酒的老酒价格仍然比较稳定,部分稀缺品种,特别是湖南、江西、江苏、贵州、四川等省份地方老酒的价格尤为坚挺,一直居高不下。”采访中,湖南省酒业协会专家技术委员会委员、湖南省酒业协会老酒收藏与酒文化分会副会长、资深老酒收藏家刘鹏对《华夏酒报》记者总结道。

据悉,目前老酒市场的主要流通产品可归为两大类别:一类是以地方酒为代表的、性价比较高的陈

年老酒;另一类则是以茅台等知名品牌为主导的高端陈年名酒,占市场的七八成。

“在这之中,茅台更是独占鳌头,凭借绝对的优势,占据了整个老酒市场半数以上的份额。”著名陈年白酒收藏专家、曾品堂创始人曾宇在接受《华夏酒报》记者专访时表示,然而,近两三年间,市场出现了变化,茅台纪念酒与陈年茅台的价格回调,直接引发了整个老酒市场的价格下跌。

“究其根源,一方面是受外部大环境影响,高端酒价出现倒挂,导致

以茅台为首的高端老名酒价格下滑。尽管高端市场面临挑战,但低端及次新老酒领域却保持着稳定的增长态势,只是这一细分市场同样遭受假货泛滥的严重冲击,影响了健康发展。”曾宇进一步分析道,另一方面,过去几年间,老酒价格经历了异常迅猛的增长,没有从0到1,而是直接跨到N了,吸引了大量逐利者的涌入,催生了市场泡沫。

“眼下,老酒市场正处于一个挤泡沫的调整阶段,虽然已有所缓解,但仍存余波,意味着市场调整尚未触底。”曾宇如是说。

陈年老酒稀缺资源加剧

值得关注的是,不少老酒收藏与交易领域的专业人士认同,当前老酒行业正在重新“洗牌”。在他们看来,当前市场不及预期的背后,也隐藏着优质老酒资源日益稀缺的问题,特别是很多优质陈年老酒已被资深藏家或玩家珍藏,极少再进入流通领域。

京东超市联合中国酒业协会发布的《2024年陈年老酒消费趋势报告》(以下简称“《报告》”)显示,年份方面,20世纪80年代以前陈年老酒成交额占比8%,20世纪80年代占比19%,20世纪90年代占比27%,而2000年后陈年老酒销售火热,占比高达46%。

不过,也有专家认为,资源枯竭是一个相对的概念。

“我在2008年前后踏入老酒领域,彼时,我们对老酒的界定标准是:1991年以前的酒被视为‘陈年老酒’,1991年至1999年间生产的酒称为‘老酒’,而2000年至2008年间的产品,则归类为‘次新酒’。时至今日,这一划分标准已然演进,十年前的酒被重新定义为‘老酒’,二十年前及以上的则升级为‘陈年老酒’,而五年以内的酒品,则被贴上了‘次新酒’的标签,显示出行业对老酒认知的动态变化。”刘鹏告诉《华夏酒报》记者,如今,早年间的民间老酒资源确实濒临枯竭,但其流通性仍持续存在。大部分老酒并未被实际消耗,特别是那些品相优越、瓶身完好且酒线超高的稀缺产品,它们仍在市场中呈现良性的螺旋上升流通态势。

“老酒收藏和投资不要着急一时的涨跌起伏,更切忌追涨杀跌。”刘鹏坦言,目前需要解决的问题是陈年老酒的真伪鉴定问题和老酒收藏或投资的品种选择问题。

关于陈年老酒的真伪鉴定问题,刘鹏建议,藏家或玩家在收藏陈年老酒之前,首先要具备相当的认知和经验,不要轻易出手;其次要选择规范的交易平台或值得信任的老酒藏家。

“现在个别鉴定机构出具的证书存在较大‘水分’,如果一味地相信所谓的鉴定证书,极有可能走上玉石鉴定证书暴雷的老路。”刘鹏犀利指出,这可能会造成行业里一种不可逆的伤害。



老酒市场的规模扩展与门槛较高有关?

那么,较高的行业门槛和专业要求,是不是在一定程度上限制了老酒市场的快速扩容?答案是否定的。

事实上,收藏老酒的门槛呈现出一种双重性:既非遥不可及,亦非轻而易举。

高门槛的一面体现在,深入涉足此领域,要求收藏者具备深厚的专业知识与丰富的市场交易经验,这些并非通过短期培训或几位专家的指点就能速成。

如今,短期培训课程颇为流行,许多人手握各类培训证书,但仍有收藏爱好者鉴别不出老酒的真伪。这背后的原因在于,国内老酒厂家繁多,各厂家的产品迭代与防伪措施并不统一,包括17大名酒和53国优酒在内的众多评选出的品牌中,不乏已停产或市面上极其罕见的品种,这对于普通收藏者而言,是巨大的辨识挑战。

而门槛不高的一面则体现在,当前老酒圈子的构成正展现出多元化发展趋势:

一方面,一些“元老级”成员依然坚守,见证了市场从稚嫩到成熟,规模从小到大的全过程,目睹了市场的不断进化、优化与扩展,坚守并推动着这个行业的前行。

另一方面,传统的销售渠道,例如烟酒店,也开始转型升级,不再局限于新酒销售,转而涉足老酒市场,将两者结合销

售。同时,来自其他收藏领域,如文玩、玉石、红木家具等行业的收藏家和商家,鉴于原领域市场的冷却,纷纷转向老酒投资,进一步丰富了老酒市场的参与者阵容。

此外,一批国内知名的企业家群体,包括私营企业主、工商界领袖乃至上市公司的高管,都将目光投向了老酒投资,视之为资产配置的重要组成部分。他们的加入,不仅带来了更为雄厚的资金支持,也促进了老酒市场专业化、资本化的进程。

由此可见,老酒市场的规模扩张受限与否,并不能单一归咎于其较高的行业壁垒和专业要求。

毕竟,老酒市场的独特魅力与价值,在于其深厚的文化底蕴、稀缺性和历史传承性,这些因素共同构成了其市场的核心吸引力和竞争力。

或许未来,在“泡沫”被挤掉后,随着消费者教育、市场透明度、真伪鉴定技术的进步,以及收藏投资理念的普及,老酒收藏会迎来更多的参与者,实现健康而持续的成长。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众账号。