

10年后这一轮控货稳价，名酒能稳住吗？

这次名酒企业普遍采用“控量稳价”的方式，与上一轮相同，“控制水龙头，减少供应量，以维持供需平衡的方式来求得价盘的稳定。”从实际效果来看，这种管控水龙头的举措，会有较为明显的效果。

本报首席记者 杨孟涵 发自北京

去年12月，《华夏酒报》独家刊出《挺价，将成为2024年酒业主流现象？》一文，指出在消费需求转变、直播电商对现有价格体系的冲击之下，酒业

在2024年度将再次出现大规模的挺价现象，以求稳住秩序。

今年上半年，以茅台为代表的高端名酒出现了价格波动，进而呈现出控货

稳价的现象，证明《华夏酒报》此前对市场的预判较为准确。那么，与发生于10年前的控货稳价相比，这一轮控货稳价会取得相同的效果吗？

又一轮控货稳价

这一轮的稳价挺价，以茅台为代表。

今年6月，飞天茅台散瓶批发参考价一度下跌到2200元以下，在此形势下，引发了从经销商到整个产业的普遍恐慌，大家都对茅台能否稳住价格持观望态度。

很快，在6月23日，茅台方面的控货稳价措施发出——取消12瓶装飞天茅台市场投放和开箱政策，暂停发货15年陈年茅台和精品茅台。

此前，为了应对市场的热炒，茅台曾出台“拆箱令”，即6瓶装的茅台不能直接原箱销售，而是要拆开6箱原箱茅台后，从中各取1瓶再卖给客户，这一政策被市场称为“拆箱令”。后来，茅台增加了销售12瓶/箱规格的茅台酒，专

门用于开箱零售。

此次新规定取消了12瓶装飞天市场投放、取消了开箱政策，意味着原有限制炒作的措施都取消了，有利于市场的回温。

“这正如同房地产市场的限售令一样。”有业界人士表示，此前各地为了防止炒房客炒作而先后出台各项限售令，从消费者购房资质、贷款额度等各个方面进行限制，从而有效降低了炒作热度，对于房地产市场降温、价格回落起到了一定的作用。

但是，相关的限售措施在2023年、2024年被逐步打破，这被看作是各地为了促进房地产市场回温而采取的有效措施，正如同茅台打破“拆箱令”，进行控货稳价一样。

市场的重心，已经从过去的防炒作，转移到了促进市场回温。

市场上进行控货稳价的，不只是茅台。

6月28日，泸州老窖国窖酒类销售股份有限公司发出“停止接收国窖38度经典装订单及货物发运”的政策；6月30日，陕西西凤酒营销管理有限公司发出“停止接收老绿瓶系列产品订单及货物发运”的通知；7月2日，茅台酱香酒营销公司发出“暂停投放茅台1935酒合同计划”的通知；7月3日，泸州老窖国窖酒类销售股份有限公司发出“停止接收52度国窖1573经典装订单及货物发运”的通知……

这意味着，面对市场的波动，更多的名酒已经采取了控货挺价措施。

上一轮挺住了

与这一轮挺价相比，上一轮发生于2012年-2015年的行业调整，最终以“名酒回归”的形式挺住了价格，迎来了又一轮普涨。

2013年，由于受到市场环境变化的影响，茅台价格受到冲击，飞天茅台的零售价格在调整期前一度达到2000元，而这一年零售价格则跌到了1000元左右，2014年其市场零售价跌到了800元左右。

在2014茅台经销商年会上，企业再次强调了飞天出厂价为819元不动摇。

但是，在管控传统经销商的同时，一些新型电商平台却直接将价格打下，譬如在当年初，1919酒类直供、京东商城、中酒网、酒仙网上面的飞天茅台，售

价在800元-900元，远远低于厂家的指导价。

五粮液也在控量稳价。2014年12月18日全国经销商大会上，企业再次明确了保持609元出厂价不变，并为此控价行为出台了相应的保障措施。

2015年7月1日，泸州老窖完成新老班子交接后，新班子发出第一道“指令”：对泸州老窖中档酒窖龄酒系列产品“停止供货”。

根据当时泸州老窖对产品的指导价，窖龄酒30年约300元/瓶，窖龄酒60年400元/瓶-500元/瓶，窖龄酒90年约700元/瓶-800元/瓶。但是在市场压力之下，传统经销商与电商均只能降价应对，加上窜货的影响，在很多区域市场，窖龄酒价格实际只有100多

元/瓶-200多元/瓶。

此外，其他名酒在这个时间段也都普遍采取了控量措施来挺住价格。但是由于电商的崛起，厂家的这些努力在新平台冲击之下几度动摇。

经过几年的稳价努力，加上消费市场整体回温，酒业在2016年后逐渐进入名酒复兴时代，一线名酒又迎来了普涨。

值得注意的是，上一轮的波动与产能的相对过剩有关，时任泸州老窖总裁张良明确表示，这是由于“白酒产能扩张问题”所引发的；而时任五粮液股份公司副总经理朱忠玉，也同样表达了对当时白酒行业“产能过剩和投资过剩”的看法。



这一轮能否挺住？

这次名酒企业普遍采用“控量稳价”的方式，与上一轮相同。

“控制水龙头，减少供应量，以维持供需平衡的方式来求得价盘的稳定。”有业界人士表示，从直接策略来看，酒企大多采用了暂停供应、放缓供应的方式控货稳价，因为渠道存货过多，如果继续按照原有节奏供货，会导致市场上存货过多而压低价盘。

据悉，有很多企业在进行市场调研并考量了开年的计划推进情况之后，放缓甚至放弃了第二季度的放货计划，以求缓解渠道压力。

从实际效果来看，这种管控水龙头的举措，会有较为明显的效果。

从茅台来看，目前，飞天茅台散瓶的参考价在2400元左右，比之上月波动时候回升了一些，其他高端名酒也都在控量稳价措施之后，有了相对较为稳定的表现——尽管一些名酒仍然小幅下跌。

那么，从长期发展的角度来看，这一轮稳价、挺价能否成功？

有专家指出，名酒的长期价格走势，与其他类商品类似，都是受制于

消费市场的整体状况。以地产行业做横向比较的话，大概会有几个参考值可供预测。

一是对于加税的预期。譬如，房地产行业同样在挺价稳价，但近来有关“房产税”推出的态势已经愈发明显，这说明在政策层面，对地产已经从过去的通过增量来提高收入的预期，转为从存量市场上获取更大收益。

就酒业市场来说，消费税的下移，不仅意味着价格成本的增加，也意味着对其的预期从消费增量，转为在现有消费量之下如何增加地方政府税收的举措。

二是挤压水分的可能。地产市场在2021年达到顶峰，很多区域市场的零售价格，比之2016年增长了50%-100%左右，这意味着在这一轮市场调整期中，可能会挤掉大量因为此前热炒而增加的水分，名酒市场同样如此。

欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众号。

