

2024.7.30

编辑:闫秀梅 读者热线:0535-6631047

# 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。

五粮酒也在控量稳价。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,并为此次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账号。