

商超挤进直供渠道 茅台IP灵不灵

飞天茅台已经成为商超眼中的“吸粉”利器。继物美、华润万家、大润发等零售商后，华联BHG超市、金鹰商贸等区域性零售企业也赶在春节前挤进了茅台直供的赛道。全国已有近20家商超拿到了飞天茅台的直供资质，借助茅台大IP的影响力，商超们着实收割了一波流量，不过节日热度过后，如何持续吸引和留存用户仍然是个问题。



零售限价，所以买到就是赚到。而且茅台可以作为商家与其他商品捆绑销售的引流产品，带动其他商品的销售。另外，除了带动各种附加消费以外，每天准点发放茅台的活动也会为商超平台带来一大波固定流量。无论是多点App还是天猫、苏宁等平台，数万瓶53度飞天茅台酒通常在投放的一瞬间便被消费者一抢而空。

流量持续性待考

对于传统零售业态而言，提供优质的购物体验 and 场景、提供爆款商品都是重要的引流方式。不过，并不是所有单品都能带来茅台所具备的聚光灯效果，而传统商超依靠茅台这一大IP所带来的暴增流量能持续多久也还有待观望。

北京工商大学商业经济研究所所长洪涛教授认为，实体商超或者电商仅仅靠茅台的品牌效应来引流是不可持续的、不持久的，因为茅台品牌效应虽然能吸引客流，但是春节假日或者其他假日效应过去后，商超长期可持续发展仍需要商超自己的品牌和服务。而且，当大多数商超开始卖茅台酒后，对于单一超市个体来说，其价值和竞争力也是会被稀释的。

此前，由于受到电商冲击等，实体超市门店客流下降明显，如何提升门店流量、人气成为实体零售业要解决的首要问题，利用茅台这个大IP捆绑营销确实让一度冷清的实体超市赚足了人气。龚胤全表示，超市最终一定是依靠商品力来获得竞争优势，而打造商品力并非只是选择高性价比、有品质的商品，而是要挖掘出顾客潜在需求开发合适的商品，因而从消费者日常生活出发开发出顾客喜闻乐见的商品才是关键。只要茅台购买难的问题长期存在，那么为实体商超带来的流量就是长久可持续的。但超市经营的好坏只靠茅台是不行的，不断提高自身的零售运营能力才能让客户长久留存和变现。

北京商报记者 王晓然 赵驰



近期部分商超茅台购买资格

商超名称	购买资格	活动开启时间
北京华联	电子会员凭2500积分可申请购买1瓶资格,4000积分可申请购买2瓶资格,每日限量发售,售完即止	2020年1月21日
物美	物美电子会员预购前3个自然月消费累计金额大于2000元,当月可购2瓶;大于3000元,当月可购4瓶。消费品类需覆盖至少三种类别(2020年1月11日-21日另有活动)	2019年8月首批
沃尔玛	山姆会员商店: 收到定向推送券及短信的付费卓越会员可以在指定时间段前往指定门店购买2瓶500毫升装的53度飞天茅台 沃尔玛购物广场: 收到短信的顾客可以去沃尔玛微信小程序“沃尔玛到家”下单购买2瓶500毫升装的53度飞天茅台,并在指定时间内前往所购城市的指定门店提货	2020年1月22日
双安商场	近3个月,B1超市累计会员积分(超市消费每10元积1分): 满200分,有机会被邀约以1499元的单价购买1瓶飞天53%vol 500ml贵州茅台酒 满400分,有机会被邀约以1499元的单价购买2瓶飞天53%vol 500ml贵州茅台酒	2020年1月21日

近20家商超挤进茅台直供

春节临近，成为茅台直供渠道的传统商超也借势拉开一轮营销战。北京商报记者注意到，继物美、华润、沃尔玛等商超之后，北京BHG生活超市也于1月21日起开始开放53度500毫升飞天茅台的预约活动。据悉，BHG生活超市的电子会员凭2500积分就可以通过小程序进行预约购买，购买后可在BHG生活超市的8家门店提货。

伴随茅台加码直销，传统商超卖场也有机会成为茅台直供的渠道。据悉，此前在1月初，茅台已经分别与山东、江苏、重庆、四川、北京、上海、广东区域KA卖场签约。

从公开消息可以看到，2020年以来，王府

井集团、北京华联、重百新世纪、金鹰商贸集团及伊藤洋华堂、沃尔玛中国等相继获得茅台直销资格；沃尔玛中国则宣布首批货源于春节前投放包括深圳在内的广东地区门店，山姆会员店则在上海门店加量投放了近万瓶茅台，而刚与茅台集团签约的金鹰商贸也宣布首批销售贵州茅台酒门店覆盖南京、昆山等六城10家门店。至此，已有近20家区域商超与茅台签订直供协议。

事实上，从去年开始，虽然茅台高层多次喊话“酒喝不炒”，但茅台仍一瓶难求，而拿到茅台直供资格的商超也展开了一波营销比拼。在线下战场，会员制超市costco、山姆的门店内“哄抢”“排队购买”等火爆场景频频。

此外，还有些零售商将抢购活动挪到线

上，比如物美电子会员则采取多点App点击预约购买、并选定线下物美门店提货的形式，为线上平台聚集流量。多点方面表示，通过多点线上渠道可以做到茅台预售价格可控、流向可查，遏制倒卖、囤货现象。与此同时，为吸引年轻消费群体，物美还在抖音、微博等社交平台上发放飞天茅台购买资格，捆绑营销的同时为自己吸引大批年轻用户。

借势收割用户

“飞天茅台”下凡，将传统商超成功推至流量高地，也为其带来销售业绩的高涨。以物美超市为例，根据其此前设定的茅台销售规则，消费者要连续3个月在物美有购物记录，且累计消费超过2000元才有茅台预约资格。

北京商报记者随机采访消费者了解到，一些用户会为了获得茅台预约资格，连续在物美消费。

“能够买到1499元的飞天茅台确实很不容易，反正本来就要买生活必需品，既然物美可以买到平价茅台，在物美多花点钱购物也可以。”消费者于女士表示。据于女士透露，自从知道物美可以购买茅台以后，为了获得预约资格，他们全家就将日常生活用品开销主要都集中在物美解决。像于女士这样的消费者不是个例，茅台的到来无疑为物美等商超带来了大量新用户和消费。

茅台早已不是简单的白酒商品，其品牌价值和社认可度更被零售商所看重。精益零售理论创始人龚胤全表示，茅台是珍稀稀缺品，真正的市场零售成交价远远超过茅台

专访北京市生态环境局副局长张乙铭：

排污监管将走向行业全覆盖、精细化

两年前，北京市环境监管翻开新的一页——北京市排污许可证管理模式正式“上线”，下发首批排污许可证；“一证式排污”成为企业规范操作。两年探索下来，环境部门和企业尝到了该管理模式的“甜头”。日前，北京商报记者对北京市生态环境局副局长张乙铭进行了独家专访，据他透露，北京去年以来加快推进排污许可证核发，预计今年基本完成计划内的核发工作。而据了解，在大力推进重点行业排污一证式监管后，排污精细化、全行业化监管也被提上日程。

持证排污企业将达1.2万家

“2019年我们总共发放了排污许可证6364张。今年的话，基本实现计划内的发放任务，届时全市持证排污的企业将达1.2万家左右。”张乙铭告诉北京商报记者。

排污许可证管理制度经历了长时间“摸着石头过河”的探索后，于2017年开始全面启动。北京商报记者从市生态环境局获悉，截至2018年底，本市已完成火电、造纸、钢铁、水泥、石化、屠宰、淀粉、陶瓷、水处理9个行业294家企业核发。其中，顺利完成140家污水厂核发工作。

据张乙铭透露，北京市2019年核发排污许可证达到了6364张，显然比前两年核发速度加快。张乙铭提示，持证排污还要靠企业自觉。今年，在主管部门核发工作启动后，企业如果拒绝申报排污许可证，那么环境主管部门将进行处罚，通过强制手段来推进企业申报。今年年底基本发放完计划任务，而按照统计部门的分类，2020年以后可能就不再有重点行业的区分，全市或将围绕国民经济的108个行业，实现排污许可证全覆盖。”

推进环保与经济良性互动

排污许可制，被认为是固定污染源监管制度体系的核心，其中，企事业单位的治污主体责任，又一直是排污许可证管理制度的核心之一。企业作为经济的细胞，承载着推动国民经济发展的任务。

一旦触及这个话题，就不得不探讨环境保护和经济发展之间的关系。对此，张乙铭自有一套逻辑：如果把发展看作一枚硬币的话，那么环保工作和经济工作就是这枚硬币的两面。”

“以排污为切入口，通过环境方面的反馈，我们能够提前诊断经济是否不正常的过热，是不是有损坏和过剩，这是在倒逼企业节能减排。”以产能过剩为例，张乙铭进一步解释：与发达国家相比，在消耗同样社会资源的前提下，别的国家产出高质量产品，我们企业生产质量参差不齐，产品卖不出去就过剩了，而且还是低端产能。”

企业的实践，从某个层面验证了她的看法。我们每隔一个季度就上交一次排污许可证执行报告，对自身排污情况严格把控。北京太阳宫燃气热电有限公司环保安全专业主管王五清此前告诉北京商报记者，通过初期的试点，该公司在清洁生产上有了很大改进。2017年，这家公司成为北京首家正式获得附有国家统一编码的排污许可证企业。

“当然，如果以后以排污许可证作为依托，推进氮氧化物之类的大气污染物排放，像碳排放一样在一个规范化的市场上进行交易，全行业也就能在控制总量不变的情况下，推进产业的整合，加快优胜劣汰，实现清洁生产。”王五清补充建议道。

推进监管精细化、全覆盖

排污许可制是环境监管模式的一个升级版。张乙铭通过对比原来的监管模式，道出了新制度具体的优越性：“原来，我们是从环评角度去监管，就管单个项目，在这一模式下，实际到了最后，底数总账总搞不清楚。”

底数不清，就没法做到精细化。而与原先制度不同，2017年以来排污许可制度衍生出来一种新生的管理理念，强调的是只要企业存在与自然产生关系的生产行为，都要进行登记。在国家统一标准下，企业如何排放、排放多少、超标排放如何处罚等，都进行统一的管理。

“排污许可证对于企业排放设定了不同的标准和规范。确定了企业属于什么行业、所在行业里什么工序产生了什么工艺、用什么原材料等信息，我们通过模型就能计算出企业的排放量，那么通过排污许可制度，我们也就能实现精细化监管了。”张乙铭介绍道。

张乙铭进一步指出，在这项制度的管理下，排污许可证实际上已经超越了行政许可的意义和范畴，成为了信用管理的基础，是构建诚信社会的一项重要制度设计。

在张乙铭看来，前期的试点存在探索的性质：“推行排污许可证的头一年，我们实行名录制，但由于实践经验不足，我们发现这一模式下，开展分行业监管，便无法实现行业全覆盖，或许会存在一些‘漏网之鱼’。”

实际上，生态环境部已经对前期实践的欠缺之处有所察觉。日前，生态环境部部长李干杰指出，要开展全国固定污染源清理整顿，修订《固定污染源排污许可分类管理名录》，增加登记管理类，实现行业全覆盖。

北京商报记者 陶凤 彭慧

(上接1版)

去年我国实际利用外资逆势上扬

“特别值得指出的是，民营企业进出口占比升至43.3%，民营企业首次成为第一大主体，其中出口占比达到51.9%，一半以上的出口是由民营企业承担的。其中，跨境电商、市场采购进出口分别增长38.3%和19.7%。”钱克明表示。

同时，扩大进口成效显现，消费品进口增长19%，其中医药品、化妆品、水产品进口分别增长25.8%、38.8%、37.6%，丰富了消费品市场供给。在贸易结构上，长期以来，我国货物贸易保持顺差，而服务贸易逆差比较大。但在去年1-11月，服务贸易进出口4.9万亿元，增长2.1%，预计连续六年保持世界第二，逆差收窄10.5%。

随着中美两国在1月15日正式签署第一阶段经贸协议，全球经济的不确定性下降，2020年我国外贸发展也呈现新的机遇。

商务部外贸司司长李兴乾在会上表示，中国欢迎优质、有竞争力的美国产品进入中国市场，满足人民不断增长的消费需求，也希望美方为扩大对华出口创造条件。“同时，中国是除了美国以外世界上最大的消费市场之一。中国不仅市场庞大，而且正在迅速成长，进口需求是多样化、多层次、宽领域的，我们将基于市场化原则和世贸组织规则扩大自美进口，不会影响从其他国家进口。”

未出现大量产业转移

联合国贸发会议1月20日晚发布的最新一期《全球投资趋势监测报告》披露，去年全球跨境投资直接投资FDI是1.39万亿美元，下降了1%。

“FDI的下降已连续多年。2018年比上年下降了6%，2017年比上年下降了21.9%，2016年比上年下降了5.4%。跨境投资低迷这个概念是成立的。”外资司司

长宗长青介绍。

这一背景下，2019年，我国外资工作最突出的表现是在全球经济增长放缓、跨国投资低迷、国际环境不确定性增加、各国引资竞争加剧的条件下，吸收外资实现逆势增长。按人民币计，达到9415.2亿元，比上年增长5.8%；以美元计，达到1381.4亿美元，增长2.4%。规模再创历史新高，稳居发展中国家首位，全球第二位。

“原来我们担心大量的企业要转移，现在数字上看没有出现大量的产业转移、利润下降。”钱克明说。

具体来看，服务业吸收外资6817.7亿元，增长12.5%。其中，信息传输、软件和信息技术服务，租赁和商业服务业吸收外资分别增长29.4%和20.6%。制造业中，医药制造业、电器机械和器材制造业、仪器仪表制造业外资分别增长61.3%、41.2%和48.2%。三星、SK海力士、康宁显示、卡特彼勒、英力士、松下、埃克森美孚等制造业巨头纷纷加大对华投资，全年实际投入均超过1亿美元。这对推动我国供给侧结构性改革、弥补产业升级短板、增加高质量商品和服务供给发挥了积极作用。

同时，外资“朋友圈”越来越大。去年，投资来源地国家和地区达到179个，比上年又增加了5个。“一带一路”沿线国家、东盟国家对华投资分别增长36%和40.1%。其中，新加坡、泰国分别增长51.1%和140.6%。欧盟成员国中，荷兰、爱尔兰、瑞典投资同比分别增长43.1%、311.4%和141.3%。

“围绕稳外资工作，去年连续发布实施了新的外商投资法、国务院稳外资20条、新版外资准入负面清单等一系列法规政策，持续优化营商环境，打出了稳外资的‘组合拳’，有力稳定了外商投资的预期，提振了投资信心。”宗长青说。