

茅台价格震荡 酱酒泡沫再现?

疫情除了对酒业渠道产生影响外,对酒水终端价格也造成了一定的冲击。近日,北京商报记者再次走访部分线下终端市场发现,目前在北京地区茅台市场流通价已经跌至2100元,而春节前这个价格则在2700元左右。据北京商报记者调查获知,造成价格降低的主要原因在于受疫情影响部分经销商由于压货而导致现金流承压,以及消费习惯所致。除市场价格下跌外,贵州茅台在二级市场出现今年首个最低收盘价,并一度跌破千元大关。在市场流通价格及资本市场上受到不同程度震荡,不得不引发“酱酒热”背后的冷思考。有业内人士指出,作为酱香型白酒唯一上市公司,贵州茅台在引发“酱酒热”的同时,也由于渠道利润逐渐高于厂家利润,导致渠道泡沫早已出现,并有向资本端发展的趋势。

茅台价格波动

近日,北京商报记者走访北京市场发现,茅台产品市场流通价约在2100-2300元/瓶之间。

在北京西城、东城以及朝阳等区线下终端商超中,记者均未发现53度飞天茅台的身影。

在得知商超目前无法以原价购买后,记者便拨通了位于马甸桥东北角茅台大厦内的贵州茅台酒厂驻京办事处北京茅台贸易有限责任公司电话询问是否可以预定,但并未有人接听。

除在商超渠道以及官方渠道无法通过原价购买飞天茅台外,北京商报记者登录



飞天茅台终端价格变迁一览

▶ 2018年初	官方售价调涨至1499元
▶ 2018年8月	1399元促销价格引发哄抢事件
▶ 2018年中秋	京沪传出近2400元终端价
▶ 2019年春节前	2400元左右终端价广泛存在
▶ 2019年春节后	1800-2000元以上价格并存
▶ 2019年8月	曝出2700元以上高价
▶ 2019年9月	现终端价格下跌传闻
▶ 2019年10月	回收价格低至1600元
▶ 2019年底	市场流通价约2700元
▶ 2020年春节过后	跌至2150-2300元

各酒类垂直电商平台进行查询。在华致酒行电商平台上,53度飞天茅台375ml售价为2150元/瓶,另外还有其它不同规格的飞天茅台产品。

此外,记者还针对目前茅台渠道价格向烟酒店及经销商方面进行了了解。记者致电华远街附近的烟酒店获知,该店目前茅台产品货源充足,价格约为2350元/瓶。春节后期会出现价格下降情况,但陆续价格也会出现回涨。而在经销商方面,记者获知,目前市场流通价格约为2100元/瓶,处于价格“低估期”,以目前的形势看并不会跌破2000元大关。

另外,除正规渠道外,记者以有意购买飞天茅台为由联系了黄牛获知,目前价格约为2300元/瓶。

对于茅台价格出现下降,川财证券在研报中表示,茅台在主要城市批价回落至

2040-2150元/瓶左右。近期经销商已打4-5月配额货款,且陆续到货,由于春节的货到目前尚未消化完全,因此短期供给压力将导致批价略微承压。

渠道库存高企

然而,纵观2019年底及2020年春节前期,飞天茅台市场流通价格与目前价格大相径庭,此前茅台价格一度升至2900元/瓶。

缘何飞天茅台的价格在春节后期出现断崖式下降?事实上,经销商及部分终端资金承压以及面临压货窘境成为导致价格大幅下降的“罪魁祸首”。

据某经销商向北京商报记者透露,由于春节后期,加之新冠肺炎疫情的影响,导致部分经销商以及终端现金流受困。在这

样的大背景之下,飞天茅台价格便呈现“低谷”。但随着疫情结束,价格或将恢复。

对此,白酒营销专家蔡学飞向北京商报记者表示,由于一季度库存较高,基本上没有动销。加之,随着疫情影响,库存过高导致大量的渠道商压力过大,从而使得很多经销商以及渠道商退出市场。

事实上,经销商、终端受到压货困扰导致现金流受阻仅仅是导致目前飞天茅台价格下降的原因之一。而另外一只控制市场流通价格的“隐形之手”在于消费者对产品供求关系的影响。

在询问飞天茅台价格时,有烟酒店店员向北京商报记者表示,出现价格下降并不罕见,事实上与往年情况相同,在春节后将会出现价格低谷情况,主要是因为市场需求减少。

除烟酒店店员表示产品价格浮动与市场需求有关外,酒仙网市场部总经理范晋宇曾向记者表示,由于春节前期是酒类消费高峰期,随着春节的来临,酒类市场需求随之会有小幅度下降,这种趋势较为符合近年来消费习惯规律,因此从一定程度上而言,受这种消费习惯的影响,导致市场出现波动情况。

此外,太平洋证券在近日发布的研报中指出,因处在春节后淡季,同时受到疫情影响,实际交易减少。

酱酒热背后

近年来,由于茅台市场需求逐渐变得紧俏,一度引发了酱酒热潮。在“酱酒热”的

大背景之下,众多酱酒企业纷纷瞄准酱酒第二股的位置。随着去年习酒宣布退出上市计划,郎酒、国台、金沙便成为了“种子选手”,并且也相继给出了计划上市时间。

然而,尽管酱酒企业对二级资本市场虎视眈眈,但是由于2020年初受到新冠肺炎疫情影响,白酒股市受到一定程度的震荡。近日,北京商报记者发现,3月19日,贵州茅台全天下跌1.19%,最后报收996元/股,最低跌至960.1元/股。通过翻阅资料发现,去年8月9日贵州茅台收盘价跌破1000元。

对此,有业内人士指出,与其说“酱酒热”引发茅台价格上升,不如说是“茅台热”引发了“酱酒热”。事实上,由于渠道利润逐渐高于厂家利润,渠道泡沫已经出现。另外,“酱酒热”进一步带动了更多资本投入酱酒市场,但部分资本可能并不具备长期投资耐力和产业运作经验,因此未来可能引发资本泡沫。

虽然茅台集团推出诸多措施以缓解市场供需带来的价格飙升现象,但是中原基金董事、执行合伙人晋育锋向北京商报记者表示,目前茅台价格居高不下主要是由于供需关系失衡所致,但供需关系紧张若能得到好转,可能将在2022年以后,届时茅台酒的供应量将达到6万吨以上。

尽管如此,仍有部分业内人士、经销商以及证券公司看好未来茅台的发展,其中,中泰证券在研报中指出,茅台当前价格并未泡沫化,社会库存因老酒市场的“化库存为消费”而无需过度担心,未来几年保持稳健增长仍具备确定性。

北京商报记者 刘一博 冯若男

第四代品味舍得云上市 按下老酒布局“快进键”

受疫情影响,众多企业纷纷摸索线上经营模式,破局创新谋求新发展。3月18日,舍得酒业联合新浪通过线上直播举行了“品质之上,唯有老酒——第四代品味舍得上市发布会”,重磅发布全新战略大单品——第四代品味舍得,打响白酒行业新品发布“第一枪”,为行业发展注入一针强心剂。



第四代品味舍得问世

现场,舍得酒业营销公司总经理何进介绍,第四代品味舍得不仅是舍得“老酒战略”全面落地的重要支柱,更是回馈广大消费者的品质老酒,主要体现在品质、包装、防伪三大升级上。

品质方面,第四代品味舍得历经宜兴紫砂陶坛原酒陈储6年以上基酒、15年以上陈酒调味而成,与第三代相比年份更足,陈香更突出,入口更顺畅。

包装方面,除打造第四代瓶身专属色外,还首次在外包装上印制“原酒坛储年份+灌装年份”双年份标识,让老酒价值更透明、易识别。“以舍得酒为代表的白酒企业实行酿造和瓶年时间双标注,是白酒企业严格自律的表现,值得提倡和鼓励。”国家食品质量监督检验中心副主任程劲松评价道。

防伪方面,第四代品味舍得采用爆裂环防伪瓶盖、隐藏式防伪标记、全破坏式包装盒开启、专版光刻定位纸等四项国际领先的防伪技术,为品质保驾护航。

投资催生老酒热

近几年,老酒话题持续火热,在白酒行业的深度调整与消费升级的驱动下,逐渐扩大市场规模,成为白酒产业极具竞争潜力的细分市场。老酒热的出现,很大程度上在于其蕴藏的独特色彩。

首先是稀缺价值。数据显示,浓香型白酒占据约70%的市场,但高端浓香型白酒仅占其中的0.7%,名酒的陈年老酒更加珍贵,老酒的稀缺价值得以凸显。

其次是投资价值。因为老酒需要时间的沉淀,而且越存越好,越老越稀少。这些性质,使它像古玩一样具有升值的空间。“中国酒类流

通协会常务副会长刘员表示。

最后是品质价值。品质是老酒价值的核心。一瓶高端浓香老酒,要历经老酒匠精心酿造、老窖窖池发酵、陶坛陈酿才能成为老酒。以品味舍得为例,依托独特的“六老”酿造技艺,支撑了浓香型白酒的品质。

剑指1000亿市场

2019年,中国酒业协会在历经多年的考察和研究后制定并发布了年份酒标准,可以说2019年是中国老酒时代的元年,也是老酒的破圈之年。因为这一年,舍得酒业开启了“老酒战略”,提出“舍得酒,每一瓶都是老酒”的品牌口号,积极推动老酒市场的常态化发展,将老酒从小众的收藏圈带到更大众的白酒消费市场。

有机构预测,未来三年老酒价格将不断上升,预计到2021年,老酒市场规模将进一步扩大至1000亿元。舍得酒业营销公司总经理何进表示,2020年是舍得酒业全面落实“老酒战略”,全线发力的一年。

据介绍,舍得酒业以第四代品味舍得的上市为开端,下一步将启动中国老酒爱好者培育计划,开设舍得老酒学院,培育大量的老酒爱好者,并培养更多真正懂得品鉴老酒的专业人才,引领消费者对“老酒即好酒”的认知,进而认同老酒价值,进一步加快老酒行业标准的建立和行业共识的达成。

华润中高档啤酒销量增长8.8%

北京商报讯(记者 刘一博 冯若男)3月20日,华润啤酒发布了《2019年全年业绩》。根据报告显示,华润啤酒2019年全年实现综合营业额331.9亿元,同比增长4.2%;公司股东应占综合溢利按年大幅增长34.3%至13.12亿元;未计利息及税项前盈利21.63亿元,同比增长47.6%。

对于净利增长,华润啤酒方面表示,有关增幅主要是来源于实施产能优化所产生的固定资产减值亏损比2018年减少;效率提升令成本节省;自2019年4月29日完成收购喜力中国以来,喜力中国所作的贡献;此外还得益于集团自2017年1月1日起生效的新企业年计划。

另外,在销量方面,华润啤酒在业绩报告中透露,啤酒销量同比增长1.3%至约1143.4万升。受益于品牌重塑战略,产品结构进一步提升,以及收购喜力中国所带来的贡献,中高档啤酒销量同比增长8.8%,使整体平均销售价格同比增长2.8%。

事实上,纵观2019年发展,收购喜力啤酒中国区业务后,华润啤酒在中高端啤酒市场进一步分享红利。根据此次业绩报告显示,受益于品牌重塑战略;“雪花 Snow”产品结构进一步提升,加上收购喜力中国的影响,中高档啤酒销量较2018年增长8.8%,使整体平均销售价格较2018年上升2.8%。另外,华润啤酒于2019年受收购喜力中国的影响,使整体销售及分销费用较2018年上升6.4%。

北京商报记者翻查资料发现,华润啤酒收购喜力中国股份于2019年4月正式完成交割,此长期战略合作将为华润啤酒在中国高端啤酒市场发展提供一个重要和战略性的机遇。

根据喜力啤酒2019年年报显示,喜力集团在亚太地区销量增至311万升,同比增长7.24%,有机增幅高达11.8%。

对此,有业内人士指出,随着华润啤酒完成对喜力中国股份的收购,也进一步使得华润啤酒打开了较为广阔的中高端啤酒市场,为自身业绩的提升增添了助力。啤酒营销专家方刚表示,未来啤酒市场将进一步倾向于各大巨头,呈现集中化发展趋势。

天虹 RAINBOW

直播时间 3.28 PM 19:00

直播时间 3.29 PM 14:00

全场 2.7折起 满500减50元

全场 4.7折起 独享满额送好礼

直播时间 3.28 PM 19:00

JOEONE

九牧王男装

天虹直播间 LIVE

看直播免费抽奖

直播时间 3.29 PM 14:00

MAYBELLINE

全场 4.7折起 独享满额送好礼

礼品价值不超过5000元

地址:北京市西城区广安门内大街168号凯德MALL
 公交线路: 北京巴士401路 42路 43路 46路 51路 57路 70路 80路 85路 109路
 12路 133路 190路 410路 477路 691路 快速公交4号线 5号线 7号线 9号线
 地铁7号线: 达官营站C口出站步行200米向东顺路酒店楼下