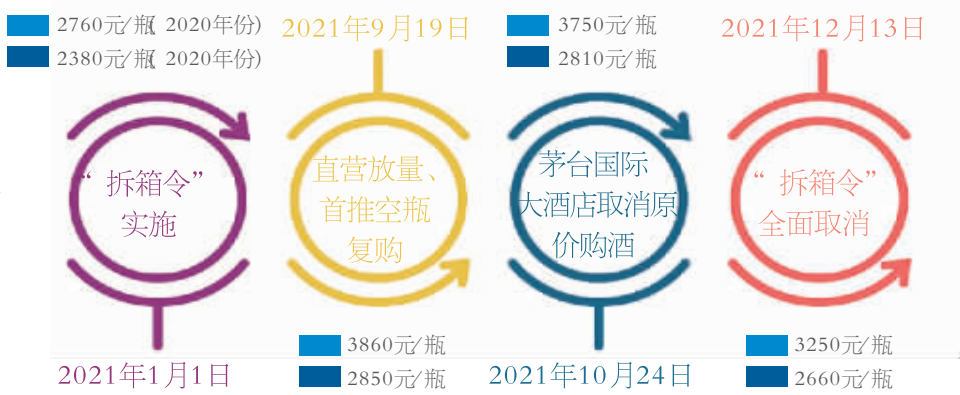


# “拆箱令”一年夭折 飞天茅台为抑价又出招

近日,贵州茅台因政策变动再次成为业界焦点。12月13日,对于全面取消“拆箱令”及推出一箱12瓶装规格飞天茅台酒相关传闻,贵州茅台相关人士对北京商报记者表示,两件事皆属实。紧随政策而来的是原箱飞天茅台酒终端市场价格发生小幅下跌。据了解,12月13日,2020年53度飞天茅台(500ml)原箱终端价格3350元/瓶,这与今年9月10日3860元/瓶的售价相差甚远。实际上,自贵州茅台开始实施放量、空瓶换购、部分茅台酒取消“拆箱令”等一系列控价措施后,原箱与散瓶飞天茅台终端市场价格几乎都发生了不同程度的下降。

2021年53度  
飞天茅台(500ml)  
价格变动情况

53度飞天茅台原箱  
53度飞天茅台散瓶



## “拆箱令”取消

346天之后,“拆箱令”全面取消。近日来,有关贵州茅台将全面取消“拆箱令”的消息在坊间引起热议。12月13日,北京商报记者就此向贵州茅台相关人士进行求证,对方表示,这一消息属实。

值得一提的是,随“拆箱令”全面取消的消息到来的是飞天茅台原箱价格的下跌。据了解,昨日原箱2020年53度飞天茅台(500ml)终端价格3350元/瓶,12月10日,该款原箱飞天茅台酒价格还在3560元/瓶,而这一价格更是与今年9月10日的售价3860元/瓶相差甚远。

实际上,“拆箱令”将全面取消的消息已经在酒圈流传了近两个月。今年10月,便有人称茅台即将全面取消“拆箱令”,但当时真正取消“拆箱令”的只有精品茅台和牛年生肖茅台酒这两款产品,而当时这一消息也使得部分产品价格发生下跌。

北京商报记者在各大社交平台发现,

对于贵州茅台全面取消“拆箱令”,消费者存在着各种各样的观点。有网友预测接下来茅台酒价格会持续下跌,也有网友表示“酒是用来喝的,不是用来炒的”,还有网友指出消费者对于整箱茅台的需求,“现在送礼都整箱送,个人收藏也都是整箱收藏”。

香颂资本执行董事沈萌指出,全面取消“拆箱令”,是对此前颇受诟病的销售策略进行回归调整,降低“拆箱令”对茅台经销环节造成的伤害。“拆箱令”的初衷虽然是为了降低流通环节的炒作泡沫,但却造成了很多的混乱,也没有能够实现贵州茅台制定“拆箱令”的初衷,所以全面取消一方面表示茅台对此前策略的反省,另一方面也显示新领导层对茅台管理的更多灵活性。

## 终端价格“原罪”

施行了346天的“拆箱令”,给贵州茅台带来的影响似乎是“按下葫芦起来瓢”。

据了解,推出“拆箱令”原是为了稳定终

端市场价格,推动终端市场飞天茅台的开瓶率。但是,数据显示,在施行“拆箱令”之初,2021年1月1日,2020年53度飞天茅台(500ml)原箱终端市场价格为2760元/瓶,而当“拆箱令”正式实施后,该款飞天茅台原箱价格便一路“高歌猛进”,丝毫没有出现降价的趋势,甚至在9月10日达到3860元/瓶的价格。

此外,一旦贵州茅台推出相关政策,或是坊间出现传言,App或是资本市场出现大幅上涨,飞天茅台终端市场价格就会有所波动。据了解,今年5月资本市场出现小幅上涨时,2021年53度飞天茅台(500ml)散瓶终端价格为2710元/瓶,较此前终端价格有所提升。今年10月,贵州茅台大酒店停售原价飞天茅台酒也引起终端市场价格的小幅波动。

就此,北京酒类流通行业协会秘书长程万松指出,“拆箱令”本身就有悖于消费者自由选择的权利,只因为飞天茅台酒产品具有特殊性,为了防止黄牛而推出“拆箱令”进行终端管控。但是,由于飞天茅台酒具有非常强

的礼物属性,大多时候会被作为礼品馈赠,而消费者通常为了面子而选择整箱购买去送礼。因此,消费者的消费需求得不到满足,而这就会催生出其他方面的供给,造成不好的影响。

## 新抑价措施

“拆箱令”全面取消对终端市场价格的稳定有何影响尚不能下定论,贵州茅台的新抑价措施——推出专门用于散装销售的每箱12瓶装新规格飞天茅台酒则更引人注目。

据了解,每箱12瓶装飞天茅台酒并非首次推出。北京地区贵州茅台酒大商对北京商报记者表示,早年间,贵州茅台曾推出过每箱12瓶装飞天茅台酒,但后来常规规格便改成每箱6瓶装。记者登录京东平台发现,在专营店当中也存在2015年、2017年等不同年份规格为每箱12瓶53度飞天茅台酒(500ml),售价在55000元/箱左右。

虽然贵州茅台并非首次推出12瓶装飞天茅台酒,但专门用于散装销售的飞天茅台酒

却为首次。

白酒营销专家晋育峰指出,推出每箱12瓶飞天茅台酒专门做散瓶销售,每箱6瓶做整箱销售,这一举措有助于茅台平抑终端市场价格。经销商与专卖店想多卖整箱的,但市场上也的确有散瓶需求,这样的政策使得消费者与经销商的需求都满足了。

晋育峰表示,12瓶拆箱可以打击市场上的散瓶,那么黄牛党手中的散瓶就得尽快出清。实际上,散瓶是逐步形成独立市场的。这主要源于早期的茅台机场专卖店等凭特定机票平价购买,后形成规模化的雇人排队、加价转让等。之后,在各地专卖店也逐渐形成规模化的雇人排队购买限量发售的原价1499元/瓶的飞天茅台,这样就形成了具备一定规模和商业库存的散瓶市场。这是市场的自发行为,但已经客观存在。

“除非黄牛党们更大规模地雇人排队购买12瓶的拆箱零售,进一步让散瓶的居间交易市场扩大,从而相对地垄断散瓶供应。”晋育峰补充说道。

北京商报记者 赵述评 王傲

# 保鲜不断温 未来五年冷链物流网怎么织

## 串接19大城市群

国务院于12月12日印发的《规划》对建设现代冷链物流体系作出了全方位、系统性部署。

根据发布会和《规划》内容,北京商报记者得知,在整体架构层面,冷链物流将从深度和广度上进行谋划。具体而言,在覆盖面上,中国将建设“四横四纵”8条国家冷链物流骨干通道。“四横”指北部、鲁陕藏、长江、南部四大通道,而“四纵”指西部、二广、京鄂闽、东部沿海四大通道。通过“四横四纵”,来串接农产品主产区和19个城市群,形成内外联通的国家冷链物流骨干通道网络。

而在深度上《规划》指出,中国将打造“三级节点、两大系统、一体化网络”的“321”冷链物流运行体系,包括加强产销冷链集配中心建设,形成高效衔接的三级冷链物流节点;结合冷链产品国内国际流向流量,构建服务国内产销、国际进出口的两大冷链物流系统;建设设施集约、运输高效、服务优质、安全可靠的国内国际一体化冷链物流网络。

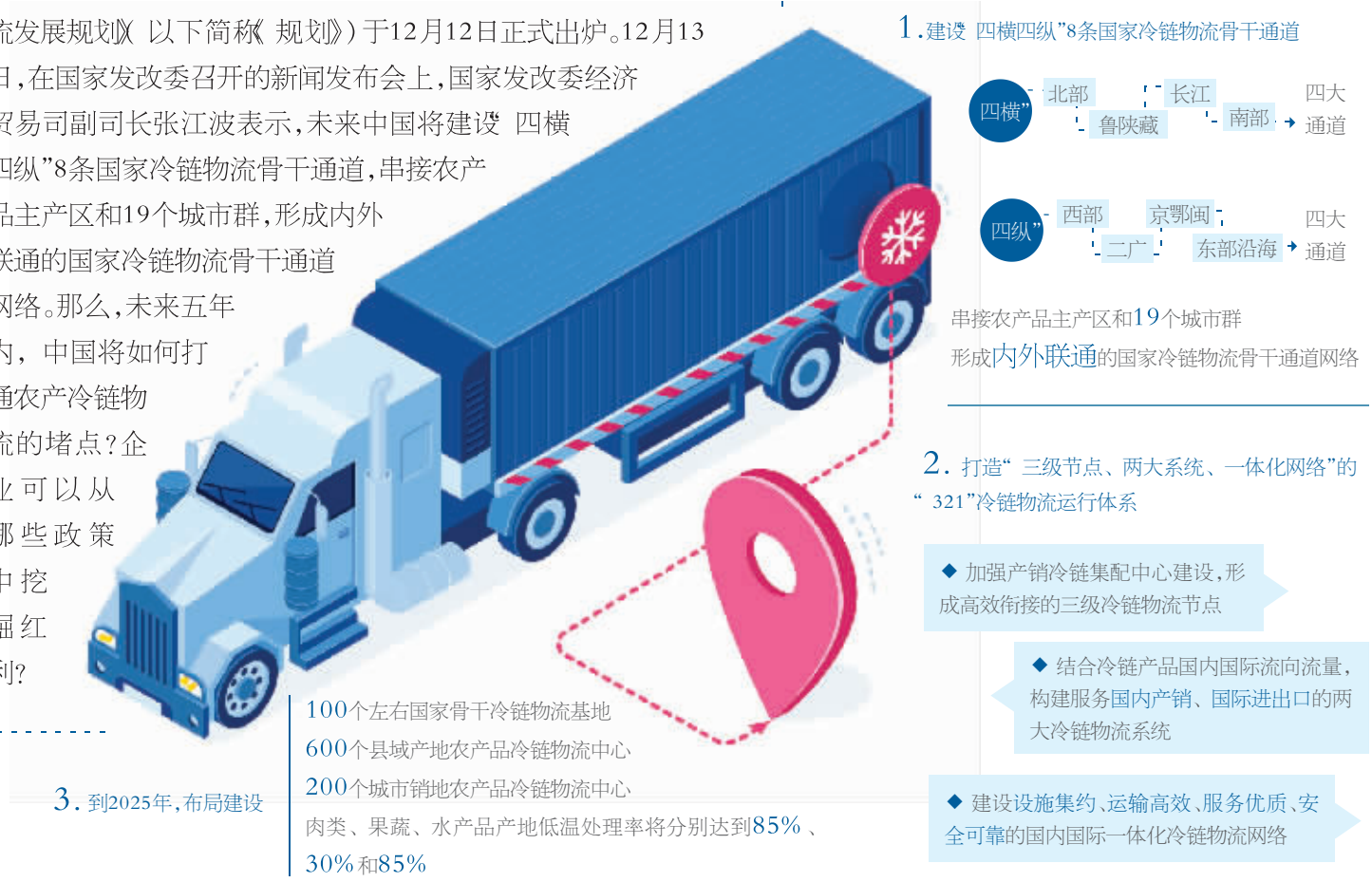
张江波表示,除了宏观层面,在行业维度,还需提高冷链物流规模化发展和网络化运作水平。而在运营层面,要打造消费品双向冷链物流新通道,发展“平台企业+农业基地”“生鲜电商+产地直发”等新业态新模式,来促进城乡冷链物流双向均衡发展。

## 优化冷链全品类

农产能实现城乡、国内外的顺畅流通,离不开冷链物流这类基础设施的支持。北京商报记者注意到《规划》强调,冷链建设将聚焦“6+1”重点品类,包括肉类、水果、蔬菜、水产品、乳品、速冻食品等主要生鲜食品以及疫苗等医药产品,分类优化冷链服务流程与规范。

事实上,由于农产品品类繁杂,而每个品类还需以不同温层、操作方式进行保鲜储存,

我国冷链物流领域第一份五年规划——《“十四五”冷链物流发展规划》(以下简称《规划》)于12月12日正式出炉。12月13日,在国家发改委召开的新闻发布会上,国家发改委经济贸易司副司长张江波表示,未来中国将建设“四横四纵”8条国家冷链物流骨干通道,串接农产品主产区和19个城市群,形成内外联通的国家冷链物流骨干通道网络。那么,未来五年内,中国将如何打通农产冷链物流的堵点?企业可以从哪些政策中挖掘红利?



这进一步推高了冷链运输的难度。一位水果生鲜资深从业人士向北京商报记者提及,在产地端,因为农产品附加值较低,形成订单规模化效应才能有效降低运输成本,对于非农产区,落地冷库等设施就会变得较为困难。不仅如此,在物流操作层面,农产品涉及采摘、搬运等各环节,很少有物流商能提供全流程的冷链服务。“能提供这类服务的企业,价格也较贵,因此水果品类运输出现‘断温’的情形很常见。”他指出。

据中国物流与采购联合会发布的《2019农产品产地冷链研究报告》显示,2018年,从生产者维度来看,冷链物流的成本约占农产

品总成本的10%~30%。

值得一提的是,针对不同品类特点《规划》明确了具体的规划要求。例如在果蔬运输上,新建或改造产地预冷设施,配备果蔬清洗、分级、分拣、切割、包装等设施设备,推进商品化包装与冷链包装一体化。而像乳品、速冻食品,则是在主产区重点支持冷链设施建设,以及引导产业集聚区、龙头生产企业与国家骨干冷链物流基地和产销冷链集配中心进行对接。

“除了在冷链品类上进行区分规划,还需注意地域之间的差异性,例如东部地区冷链资源优势集中,能较先完善和实施,而

中西部相较之下显得滞后,还需要一个投入过程。”中国物流学会特约研究员陈燕燕指出。

会上,农业农村部市场与信息化司副司长宋丹阳表示,目前在全国已确定121个农产品产地冷藏保鲜设施建设整县推进试点,下一步,将与发改委等部门协同,壮大一批产地冷链物流运营服务主体,培育一批低温处理、集中仓储等社会化服务新模式新业态,构建网络化经营、专业化服务的产地冷链物流服务体系。

根据《规划》,北京商报记者了解到,到2025年,中国将依托农产品优势产区、重要集

散地和主销区,布局建设100个左右国家骨干冷链物流基地,600个县域产地农产品冷链物流中心,200个城市销地农产品冷链物流中心。肉类、果蔬、水产品产地低温处理率将分别达到85%、30%和85%。

## 如何搭乘政策红利

为加快推进中国冷链能力,北京商报记者还注意到《规划》强调,将打造一批知名冷链物流服务品牌,培育龙头企业,鼓励冷链物流企业通过兼并重组、战略合作等方式优化整合资源,深度参与全球冷链产品生产和贸易组织。

数据显示,目前,全国拥有冷链设施的企业有2600多家,冷库总库容近600万吨。截至去年,冷链物流市场规模超过3800亿元,冷库容量约1.8亿立方米,冷藏车保有量超过28万辆,分别是“十二五”期末的2.4倍、2倍和2.6倍左右。

一位医药物流从业人士向北京商报记者表示,冷链物流需要以规模效应降低成本,未来物流商会形成更加开放和合作的关系,远大于竞争。

通过信息对称、资源协同进一步提升行业效率,实现资源最大化利用,这一趋势也利于具备数据优势的网络货运企业。《规划》指出,将鼓励商会协会、骨干企业等搭建市场化运作的冷链物流信息交易平台,整合市场供需信息,提高物流资源配置效率。

快递物流专家、贯铎资本CEO赵小敏认为,未来8~10年,中国冷链物流这块“蛋糕”的空间很大,目前还未有一家物流公司处于绝对地位,接下来行业会进行一些并购重组等整合行为,引入新的资本,快递企业要想抓住红利,生鲜是一个最明显的抓手,但这也考验企业的资本能力、运输资源能力以及扎根产业的深度。“一些企业还未与当地产业进行融合,只是承担运货商的角色,而冷链需要介入当地资源,因此加快网点转型、加速上下游企业联动非常重要。”他强调称。

北京商报记者 何倩