

市场动态

# 茅台控价严 经销商暴利不再

茅台在市场工作会议上明确了飞天茅台及鸡年茅台酒的市场目标管控价，茅台集团总经理李保芳更明确表示，“谁制造乱象就砸谁的饭碗”，会采取严厉的治价措施，管控好经销商。然而，对于茅台的声明与措施，有经销商认为，茅台不该管价格，应把定价权还给市场。北京商报记者调查发现，经销商内部对茅台控价措施也有不同意见。业内人士认为，茅台行情近来有所回升，但利润空间更集中于一批经销商手中，二批、三批经销商仍面临利润率不足的情况。同时，如此严格的控价措施并不能彻底管控住价格，有分析指出，依然有人可能会恶意抬价。

## 茅台严格管控价格

随着白酒市场回暖，行业龙头老大贵州茅台2017年以来价格仍在持续上扬。针对白酒销售淡季但价格仍居高不下，甚至持续攀升的状况，茅台推出了严厉的控价手段。

4月21日，针对近期茅台终端价格上涨问题，茅台集团董事长袁仁国，党委书记、总经理李保芳均表示，这是由于中间环节抬高价格，茅台将采取措施坚决把经销商的市场终端价格稳定在合理区间，谁制造市场乱象就砸谁的饭碗，经销商必须要令行禁止。

茅台在市场工作会议上曾表示要严格控制茅台价格，飞天茅台专卖店建议标价价设定为1199元，市场目标管控价格为1299元，“防止茅台酒市场价格过高、过快上涨”。

事实上，进入2017年之后，为规范价格，茅台曾先后两次处罚渠道商。4月初，茅台对部分向电商平台私自供货的7家经销商进行了处罚，其中甚至包括了茅台旗下的贵州茅台集团电子商务股份有限公司。

对于茅台严格的控价措施，白酒行业资深专家蔡学飞表示，过快涨价、过高价格对茅台的品牌形象存在威胁，会引起舆论反弹。其次，快速涨价其实并不正常，不加以管控则会加剧资本投机行为。此外，茅台作为酒水行业龙头，从维护行业发展的角度来说，严控价格也是茅台必须做出的姿态。



## 渠道商被迫接受

茅台严格的控价措施，事实上对经销商的利润空间造成了一定影响。此前曾有经销商表达对茅台限定产品价格的行为表示不满，认为两三年前作为经销商承担了较大亏损压力，如今利润空间得以回升，却被酒厂管控，利益遭到损害。

北京商报记者采访几位经销商发现，事实上，茅台经销商目前仍有利润空间。广东一位经销商向北京商报记者表示，2013年、2014年时，市场环境不好，有所亏损，当时茅台出厂价在819元，但市场上只能卖出820元，对经销商来说压力很大。但近两年利润状况相应好转。

一位北京经销商也表示，前两年市场状况不佳，茅台自身从公务消费向民用、商务消费转型的过程中，也对经销商造成压力。但现在这个过程已结束，整体发展态势很好。

但蔡学飞也指出，茅台出厂价虽维持在819元，1200元的售价看起来有较大利润空间，但这部分利润多集中于一批经销商手中，对于部分经销商来说，经过几番周折，进货价可能已逼近价格红线，仅剩几十元的利润，利润率已非常低。

对于茅台出台的各项管控措施，多数经销商表示支持。上述广东经销商表示，2011年时，茅台价格太高，普通老百姓喝不了，高价导致消费者的严重流失；若价格控制较好，普通消费者买得起，销量会有较好保障。上述北京经销商也表示，“厂

商一条心，利益才长久”。也有经销商认为，居然对目前茅台的措施不满，但也只能被动接受。

## 高压控价背离市场规律

对于能否如愿控制住价格，一位广州经销商并不看好。他指出，厂里严把白酒质量关，生产周期变长，市场缺货。由于出货少，即便经销商销售价格能被控制，最后流通到消费者手里，价格依旧可能被抬到很高的水平。茅台出台这样的管控措施，实则是不懂市场。另一广东经销商提出，经销商本身无法控制住价格，最多控制经营范围内的产品，但无法排除产品被买走后再高价售出，这种情况经销商难以管控。

正一堂战略咨询机构董事长杨光认为，茅台对核心终端进行协调，大多数情况下都能控制住价格。但目前这不太符合市场规律，且对经销商形成很大压力。他表示，茅台最核心的问题还是在于适当增加供应量，解决市场供需矛盾。茅台一系列表态虽体现了集团的政治高度和服务老百姓的意识，但目前高压控价方法还需商榷。

蔡学飞则认为，这样严格控价，可能不仅无法控制价格，甚至会加剧市场的恐慌。因为当部分经销商看不到足够大的利润空间时，可能选择囤货，待价格宽松之后，高价卖出，现在某些市场缺货便是人为囤货造成的。从这个角度来说，茅台控制不住市场价格。

北京商报记者 刘一博 郑娜

· 酒业热词 ·

业绩

## 青青稞酒2016年净利下降6.44%

4月25日，青海互助青青稞酒股份有限公司发布2016年度业绩公告显示，该公司去年实现营业收入14.37亿元，较上年上涨5.39%；利润总额2.99亿元，归属上市公司股东的净利润2.161亿元，分别较上年下降2.08%、6.44%。

## 惠泉啤酒2016年净利减少92.7%

4月24日，惠泉啤酒发布2016年度报告显示，公司实现营业收入61757.9万元，同比减少17.83%；实现归属于母公司的净利润167.95万元，同比减少92.7%。

## 金枫酒业2016年净利减少13.25%

4月21日，上海金枫酒业发布2016年度报告显示，去年该公司实现营业收入10.75亿元，同比增加0.77%至818.98万元；实现归属于上市公司股东的净利润0.67亿元，同比减少13.25%至1027.86万元。

## 通化葡萄酒2016年净利增334.79%

4月21日，通化葡萄酒发布2016年报显示，该公司实现营业收入5.94亿元，同比增长25.13%；归属于上市公司净利润207万元，同比增长334.79%；实现利润总额3258万元，同比增长35.1%。

## 楼兰酒庄2016年净利同比增732.88%

4月17日，楼兰酒庄发布2016年度报告显示，楼兰酒庄的营业收入为1.33亿元，同比增长14.73%；实现净利润1387.9万元，同比增长732.88%。

## 原歌酒庄2016年净利下滑155.62%

4月14日，原歌酒庄披露了2016年成绩单，公司上年度实现营收609.49万元，同比下滑49.98%；净利润-112.11万元，同比下滑155.62%。

## 茅台2017年一季度净利增25.24%

4月24日，贵州茅台2017年一季度业绩公告显示，该公司实现营业收入133.1亿元，同比增长33.24%；实现归属于上市公司股东的净利润61.2亿元，同比增长25.24%。

## 兰州黄河2017年一季度净利增171%

4月21日，兰州黄河发布2017年一季度业绩报告显示，期内公司营收1.72亿元，同比下降3.89%；净利润为1764万元，同比增长171%。

策略

## 郎牌特曲河南市场剑指4亿

4月21日，郎牌特曲事业部总经理王延龙在河南重点市场客户沟通会上指出，2017年郎牌特曲计划河南市场销售收入4亿元，且将培养一大批超过1000万的县级市场。

## 西凤酒2017年推四大战略

4月21日，陕西国花瓷实业有限公司董事长孙士淮在西凤全国经销商大会上表示，2017年该公司将减掉多余的条码，聚焦大单品；以代理商为核心主体，让决策前沿化、前移化，能够面对市场快速反应；同时升级国花瓷十二年商务版，打造核心战略产品以及组建股份制合作公司、启动核心经销商伙伴计划；加大市场推广力度，在品牌建设、广告投放、市场投入等方面全面发力。

栏目主持:武媛媛

要闻纵览

## 泸州发布酒业知识产权保护白皮书

4月21日，为充分发挥知识产权司法保护的主导作用，泸州中院制作2012-2016年酒业知识产权保护白皮书。据了解，2012-2016年，泸州两级法院共受理各类知识产权案件548件。其中，民事案件447件、刑事案件101件，已结案件涉案金额累计5000余万元，为当事人挽回经济损失3600余万元；涉及酒业知识产权案件共192件，占全市知识产权案件35.04%。侵犯酒业知识产权案件中，以侵犯商标权为主，同时，跨区侵权现象较为明显，侵权方式也越来越复杂。

## 新西兰葡萄酒今年预计产量41.8万吨

4月18日北京商报记者获悉，新西兰2017年葡萄酒产量预计为41.8万吨，较2016年的43.6万吨减少4%；种植面积将提高2%达到3.7万公顷；葡萄酒产量预计为3.01亿升，比2016年的3.1亿升减少3%。据了解，新西兰马尔堡众多酒厂受2016年11月重大地震影响，虽然没有对葡萄造成损害，但葡萄酒产量损失400万升。公开数据显示，2016年新西兰葡萄酒出口量为2.31亿升，2017年出口量将达到2.5亿升，同比增加8%。

## 新版标准限量葡萄酒赭曲霉毒素A

4月21日，国家卫计委发布《食品安全国家标准食品中真菌毒素限量》及《食品安全国家标准 食品中污染物限量》，主要新增葡萄酒和咖啡中赭曲霉毒素A限量、螺旋藻及其制品中铅限量要求，删除了植物性食品中稀土限量要求。据了解，人类摄入赭曲霉毒素A主要来自谷物，其次是葡萄酒和咖啡等。国家卫计委结合我国葡萄酒和咖啡中赭曲霉毒素A污染及产品消费量情况，对赭曲霉毒素A的暴露风险进行评估，并提出限量要求。

## 去年全国酿酒行业净利同比增7.22%

4月18日，由中国酒业协会主办的中国酒业协会第五届理事会第五次(扩大)会议在北京召开。会上披露数据，2016年1-12月，全国酿酒行业规模以上企业完成酿酒总产量7226.3万千升，同比增长0.75%。其中饮料酒产量6274.2万千升，同比增长0.81%；发酵酒精产量952.1万千升，同比增长0.41%。全国酿酒行业规模以上企业总计2742家，累计实现利润总额1094.47亿元，与上年同期相比增长7.22%。

栏目主持:武媛媛