

消费旺季到来 高中端白酒齐涨价

随着春节消费旺季的临近,白酒消费进入全年的最高峰。作为高端白酒风向标的茅台近期价格快速上涨,53度普通飞天茅台的一批价大约在1060元至1080元/瓶。在白酒市场回暖的带动下,五粮液、泸州老窖等高端白酒以及汾酒、郎酒、西凤酒等次高端白酒纷纷提价。行业回暖也给白酒企业带来丰厚利润。

供应持续紧张

随着春节消费旺季的到来,市场上开启了新一轮茅台价格炒作。记者从深圳市场获悉,近日普飞茅台的一批价达1100元至1200元/瓶,呈加速上涨的态势;团购价达1130元至1150元/瓶,动销节奏加快。业内人士表示,通常春节前十多天物流逐渐停运,近期茅台供应将持续紧张。

北京市场同样货源吃紧,并出现价格飞涨的情况。记者从烟酒零售商店了解到,目前北京普飞茅台零售价格约为1150元/瓶。“有现货,但数量紧张,调货的话就不是这个价格了”,零售店主告诉记者。一家北京的酒业经销商负责人表示,2016年10月以来,茅台货源就出现吃紧的情况,价格也开始上涨。以“低价”引流的酒类电商也上调了售价。目前1919所售53度飞天茅台价格从之前1099元/瓶上调到1159元/瓶。在2016年度茅台全国经销商大会上,茅台集团总经理李保芳称,茅台将加强与1919合作,但要求后者不得低价销售。李保芳在经销商大会上表示“茅台不会跟风提价,要平衡厂家、经销商、消费者三方利益。”茅台集团董事长袁仁国则指出,“茅台零售价



1200元/瓶左右就差不多了”。

有酒类零售从业者表示,茅台的表态并不足以减慢零售市场的涨价步伐,厂家希望的价格是一批价1000元到1050元/瓶,零售价1200元/瓶。目前市场零售价已逼近此高点。至于春节期间一批价能否普遍站上1100元/瓶甚至冲上1200元/瓶,酒类营销专家晋育峰分析指出,“目前全国约有一半城市的一批价达到1100元/瓶以上,节前有冲高的可能性,一批价甚至站上1200元/瓶高点,但持续时间不会太长。”

高端中端齐涨价

伴随着茅台零售价格一路狂飙,五粮液、泸州老窖等也加入到涨价阵营,白酒价格呈现全面上涨态势。

近日,五粮液举行经销商沟通座谈会,铁腕控量保价。强调在今天的营销

工作中,该公司将坚持普五产品“优质投放、增量溢价、违规减量”的原则。要求经销商顺价销售,并要求一批价739元/瓶以上销售,目标价为799元/瓶。如果销售难度大,可以申请减量;同时严禁经销商向网店供货,否则进行严格处罚。去年9月15日,五粮液对“普五”出厂价格恢复性调整为739元/瓶,并在近日的经销商大会上宣布2017年减量20%。自八项规定实施以来,五粮液“普五”经历了“一降三涨”,目前的价格创下近几年来新高。

泸州老窖去年以来一直在理顺价格体系,年底价格调整更加频繁。去年12月25日,有经销商称,泸州老窖将上调国窖1573经典装的批发指导价、消费者成交价。具体为去年12月29日起,52度国窖1573经典装二批指导价格上调20元/瓶,消费者成交价不低于700元/瓶。此前,泸州老窖国窖酒类销售公司下发关于调整国窖1573经典装计划外配额结算价及制定一季度配额的通知,将国窖1573经典装52度500ml计划外配额计算价从660元/瓶调整为740元/瓶,上涨80元/瓶。同时,短暂停止接受国窖1573经典装订单,原定尚未执行的2016年12月配额作废。

除高端白酒外,次高端白酒也纷纷异动,紧跟涨价潮。汾酒近期宣布玻瓶汾酒的四款产品全线涨价。去年12月22日,山西杏花村汾酒厂股份有限公司价格管理委员会发布关于价格调整通知,即日起上调包括汾酒(42度玻瓶)在内的玻汾四款产品销售价格,调整幅度为1元/瓶。同时青花瓶30年汾酒系列产品暂停供货。此外,郎酒、西凤酒等也相继上调售价或发货价。

酒企业绩回暖

白酒行业经历近三年的深度调整后,在2016年出现业绩回暖迹象。龙头酒企茅台受益明显。茅台预计2016年收入为398.56亿元,同比增长19.16%;净利润为166.50亿元,同比增长7.4%。其中,第四季度收入123.23亿元,同比增长26.88%;净利润41.85亿元,同比增长2.61%。

中信证券指出,贵州茅台收入高速增长部分原因在于2017年春节靠前,备货较早,助力第四季度营收增长;此外,2016年下半年茅台终端价上涨,在买涨不跌的心态下投资和收藏价值回归放大大部分需求。而利润低于预期是由于消费税持续攀高和公司大力发展系列酒,需要较大渠道推力,预计销售费用有所提升。营业税金及附加持续走高为非正常情况,预计未来税率会有所回落。

在经销商大会上,汾酒集团总经理谭忠豹透露,2016年汾酒集团全年营业额预计将达到167亿元,同比增长超过8.5%;商品酒销售总量将达到6.5万千升,同比增长超过22.65%,完成了年初制定的各项目标任务。

在2016年度茅台经销商大会上,李保芳曾表示,对以茅台为代表的中高端白酒来说,明年形势会更好,中高端白酒在未来5年将保持13%~15%的增长。

方正证券指出,近期各中高端品牌纷纷推出市场调整政策,预示行业2016年整体回暖,各家酒企看好今年市场,消费升级推动高端市场扩容。白酒存在板块性机会,机构仓位总体不高,行业未来三年的趋势明确向上。伴随上市公司业绩逐步释放,市场情绪或被点燃。

(新华网)

企业动态

东来顺品牌跨界“联姻”首家门店落户重庆

本报讯 崔岚 日前,东来顺与重庆江湖菜互联网品牌李子坝共同打造餐饮新锐品牌“东来顺”,首家门店正式落户重庆新街悦城商业街,为广大食客带来南北美食的饕餮盛宴。

新品牌的经营形式大胆尝试混搭风格,店内用餐可将涮锅烤肉一网打

尽,门店更是借助李子坝智慧餐饮系统和运营团队的互联网思维,除了后端的运营系统数据外,前端的可视化可以增强用户体验。顾客在店消费,从订餐、排队、点餐、服务、结账等全程都可通过手机完成,从而感受全新的用餐体验。

据悉,东来顺自2014年在重庆“试跑”成功后,于去年8月份与重庆互联网李子坝餐饮正式“联姻”,结合双方优势,用互联网的形式展现东来顺的产品,使得品牌更具生命力,未来将实现堂食+外卖+零售的运营模式。

甘肃庆阳合水苹果电商扶贫项目在京启动

本报讯 记者黄伟伟 日前,甘肃庆阳合水苹果京东全国电商扶贫新闻发布会在京东总部召开。京东集团代表,庆阳市相关领导,合水县委办、政府办、果业局、商务局、招商局负责人参加活动。

据了解,合水县地处甘肃省东部,地形多样,光照充足,雨量适中,昼夜温差大,是最佳苹果适生区、甘肃庆阳苹果核心产区,境内年均气温9.6℃,年均降水量560.3mm,无霜期155天,所产苹果果面洁净、硬度适中、色泽鲜艳、蜡质层厚、酸甜适度、耐贮藏、食用安全,各项品质指标均优于国家标准。有9个苹果品种20多次荣获国家、省市鉴评奖,1997年被甘肃省政府授予“全省林果支柱产业十强县”称号,2005年被命名为全省第二批无

公害苹果生产基地创建县。

合水县果园留存面积28万亩,挂果面积14万亩,年产量17万吨,产值6.8亿元,占人均可支配收入的30%以上,占贫困户人均可支配收入一半以上。截至目前,全县贫困发生率由32.4%下降到1.47%。在扩面积、抓规模的同时,该县始终坚持果品质量管控不放松,大力发展有机苹果,目前已认证国家绿色食品和无公害农产品基地3万亩,有机苹果认证5000亩,创建国家出口苹果质量安全示范区1.9万亩,2015年取得欧盟有机苹果认证。目前,合水苹果行销全国,出口东南亚及俄罗斯、哈萨克斯坦等中亚国家,深受国内外消费者青睐。

为了适应新生代消费需求,不断提

高果农收入水平,合水县在不断拓宽传统销售渠道的同时,抢抓创建全国电子商务进农村示范县的历史机遇,积极与京东等线上销售平台对接,依托甘肃云中来电子商务有限公司开设京东美食地图庆阳生鲜馆,开展苹果、羊肚菌、黑木耳等合水农特产品销售,开展电商扶贫。从去年10月28日开始上线销售,目前累计销售苹果100多万斤,京东商城已成为合水苹果线上销售的重要窗口和助推精准脱贫的新引擎。

此次庆阳合水苹果京东全国电商扶贫新闻发布会的成功举办,将进一步增强合水苹果品牌形象的影响力和竞争力,促使合水苹果产业又好又快发展,增加农民收入。

行业信息

近日,中国质量协会公布了2016年度全国食用油行业消费者满意度测评结果,调查发现,44%的受访者表示会相对固定地食用同一种食用油,仅有14%的消费者会因为“单价低于同类产品”而选择购买,这说明价格并不是竞争的主导因素。

这是中质协和全国用户委员会连续第7年开展此项测评,本次调查选取了在市场上占主流地位的11个食用油品牌,以随机抽取的方式对受访者进行访问,结果显示:2016年食用油行业消费者满意度与往年持平,“包装安全卫生”是受访者对食用油评价最高的项目,而“烹调时产生的油烟量”成为受访者满意度最低的一项。

品牌满意度指数中,九三、胡姬花、古船得分最高,均为81分。中质协强调,我国明确规定食用油转基因加工原料须在包装上标注,调查发现,广告中强调“只使用非转基因大豆”的九三豆油,满意度领先,可见在转基因未有官方定论时,消费者会选择相对安全的食品。

(中国网)

食用油满意度测评公布 四成人认品牌不看价