

高端白酒接力涨价 脱离消费需求成“快奢品”

最近一段时间以来,白酒市场行情有点“热”:茅台、五粮液、泸州老窖、洋河股份、郎酒等品牌白酒纷纷涨价,飞天茅台的部分零售端口价格甚至“飞”至2400元,第七代五粮液也涨到了每瓶1000元左右。

淡季涨价近年来早已成为白酒市场常态,但在很多消费者看来,名酒竞相跟风提价一定程度上脱离了消费需求,只会将白酒推得离80后主力消费者越来越远。

白酒市场“涨”声齐来

“像股票似的在涨”“茅台卖断货了”“价格涨太快”……近日以消费者身份走访北京多家白酒专柜,店家纷纷感慨今年白酒“身价”涨得有些多。

“飞天茅台卖2300元,生肖款卖到了三四千元,还不一定有现货。”朝阳路一家烟酒专卖店里,的几瓶茅台酒前并没有价签,因为“一天一个价”。在海淀区一家

烟酒超市,飞天茅台更是卖到了2400元。多位商家透露,飞天茅台销售持续紧俏,市场价水涨船高,到手价普遍在2300元左右,远超1499元的官方标价。

茅台市场价格“飞天”,五粮液等知名白酒企业跟进提价。在朝阳北路一家白酒专卖店,摆在最显眼处的五粮液一瓶卖1099元,相比去年同期涨了300元。五粮液近日对外宣布,第八代经典五粮液(普五)将于6月份正式上市,出厂价定为889元,较第七代提高了100元。同时,第七代普五的终端建议供货价和零售价随之上调,多数商家的价格都突破了1000元。

今年夏天,众高端白酒厂商纷纷调价。郎酒在其核心产品青花郎停止供货不久后也下发了涨价通知,宣布青花郎未来的目标零售价为每瓶1500元,将在3年内分6次提价来实现此目标。接力涨价的还有老白干酒、酒鬼酒、西凤酒、山西汾酒等,核心产品价格均有不

同程度的上调,涨幅少则十几元,多至上百元。

涨价底气源自业绩?

从2015年白酒行业复苏开始,“小步慢跑”式的涨价已成为行业常态,价格提升支撑了白酒企业的业绩增长,反过来也让酒企有了提价的底气。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,从财报上看,各品牌白酒的业绩持续实现高增长,正处于行业红利期,头部企业涨价显示了酒企对市场需求判断乐观。“有了茅台五粮液带头涨价,二线三线品牌看到了行业红利,选择跟风涨价,抢占茅台身后留下的巨大的价格带,引发了一波又一波的涨价潮。”他说。

数据显示,今年一季度,A股19家白酒上市公司中,大部分酒企当期营业收入均实现了一定增长,贵州茅台、五粮液、泸州老窖等10家酒企营收增速超过了20%。川财证券在研报中称,一

季度名酒动销情况较好,春节后库存压力较小,利于提价的实施。

白酒行业分析师蔡学飞说,白酒市场在淡季出货量降低且相对可控,有利于渠道的盘整与价格的控制,淡季涨价也能为旺季销售做准备,淡季是一些销售政策与战略战术很好的铺垫期与实验期。

白酒提价成了“一群人的狂欢”,针对此轮行情,中金公司研究部近日给名优白酒下了一个新定义——“快奢品”,即高端酒迈入1000元以上时代,白酒既有奢侈品的价格,又有快消费品的高消费频率,更是引发市场热议。在蔡学飞看来,目前个别白酒产品确实具备“快奢品”的性质。

高价如何面对主力消费者?

对于此轮白酒涨价,多数消费者并不买账。

“其实大可不必炒股买房子,囤酒就好了!”白酒消费者刘洋发了条朋友圈调侃。他说,高

端白酒因为不愁卖而自带优越感,普通消费者丧失了议价能力,只能无奈地接受涨价,高价正消磨着他的购买热情。

《2018天猫酒水线上消费数据报告》披露的一组数据显示,80后是目前白酒最主要的消费人群,90后、95后消费占比正迅速提升,消费潜力巨大。调查公司尼尔森称,2018年中国80后消费者每月白酒消费超过1000元的比例达到27%,其中有20%以上的人会买700元以上一瓶的白酒。

有市场观点认为,酒企涨价应该考虑到消费市场的实际接受能力,切莫一厢情愿,更何况多数年轻消费者本身对白酒产品并没有太深的感情,在酒类消费低度化、利口化、多元化的趋势下,高端白酒还没有找到取悦他们的有效办法。

“涨价过快、价格过高会导致消费脱档,给部分品牌力不足的区域名酒造成隐患。”蔡学飞提醒。(北京日报)

鲜果猪肉价格仍处高位 推升CPI 物价未来怎么走?

国家统计局12日发布数据,5月份,全国居民消费价格同比上涨2.7%,涨幅比上月扩大0.2个百分点。2.3%、2.5%、2.7%……自今年3月以来,CPI已连续第3个月处于“2挡位”。

专家表示,鲜果、猪肉等食品价格涨幅较快,仍处高位,推升CPI涨幅有所扩大,但其价格上涨具有季节性 and 周期性。随着气温回升、供应增加,食品价格上涨可控,全年CPI预计将保持总体平稳。

鲜果价格处于历史高位,猪肉同比涨幅扩大

“今年的水果价格普遍较高。目前,苹果批发价约为每公斤12元,而去年只有约每公斤6元。”山东省淄博市一位为多家大型超市供货的水果公司总经理陈先生说。

数据显示,5月份,食品价格同比上涨7.7%。其中,鲜果、猪肉等食品价格上涨是推高5月份CPI同比涨幅的重要因素。

“在食品中,鲜果价格处于历史高位,同比上涨26.7%,涨幅比上月扩大14.8个百分点,影响CPI上涨约0.48个百分点。”国家统计局城市司流通消费价格处处长董雅秀说。

数据显示,5月份,猪肉同比价格上涨18.2%,涨幅比上月扩大3.8个百分点,影响CPI上涨约0.38个百分点;鲜菜价格上涨13.3%,涨幅比上月回落4.1个百分点,影响CPI上涨约0.31个百分点。

中央农村工作领导小组办公室副主任、农业农村部副部长韩俊近期表示,近期水果、猪肉等部分农产

品价格出现较大幅度上涨,主要是受前期气候、疫病等不利因素影响,具有一定的季节性和周期性。

以水果为例,董雅秀分析,其价格上涨的主要原因是去年苹果和梨减产,今年库存不足,加之今年南方阴雨天气较多,时令鲜果市场供应减少。

此外,翘尾因素也推升了CPI涨幅。据国家统计局测算,在5月份2.7%的同比涨幅中,去年价格变动的翘尾影响约为1.5个百分点。

环比价格趋平稳,鲜菜价格持续回落

从更能反映价格短期变动的环比数据来看,5月份CPI由上月上涨0.1%转为持平,环比价格已趋平稳。

食品价格方面,5月份环比上涨0.2%。值得注意的是,此前处于高位的鲜菜价格继续下行,环比价格下降7.9%。

山东寿光农产品物流园价格指数中心负责人隋玉美介绍,5月份北方各地气温明显升高,蔬菜迎来生长旺季,货丰量足,持续晴好的天气使得运输、储存成本更低,菜价持续下行。“6月份随着气温持续升高,各地蔬菜生产更加旺盛,市场进入交易淡季,需求进一步减弱,预计下月蔬菜价格将继续下滑。”隋玉美说。

涨势较快的猪肉价格也于5月份出现小幅震荡回落。“受天气变热等因素影响,消费需求减弱,猪肉价格下降0.3%,影响CPI下降约0.01个百分点。”董雅秀说。但业内人士同时表示,影响猪肉价格的因素仍在变动,未来猪肉价格或将

震荡承压。

非食品价格方面,5月份环比持平。其中,飞机票和旅行社收费价格分别下降6.5%和1.5%,合计影响CPI下降约0.04个百分点。

专家研判全年通胀温和可控

近期部分水果价格的上涨,引发消费者和舆论关注。在水果、猪肉等食品价格处于高位的情况下,未来物价是否会继续走高?

对此,商务部市场运行和消费促进司负责人表示,近期随着气温回升,应季水果上市量逐步增加,多种水果价格呈回落态势。据了解,近期山东樱桃、河北香瓜和油桃、广东荔枝等正在批量上市,多地水果价格普遍显著回落。

以北京新发地批发市场为例,6月4日红灯樱桃、京欣西瓜、妃子笑荔枝平均批发价格分别为每公斤23元、2.6元和16元,较五月初价格分别回落48.9%、46.9%和42.4%。

“预计后期价格将随着应季水果批量上市逐步回落至合理区间。”这位负责人说。

在猪肉方面,韩俊表示,其价格上涨主要是市场供给阶段性偏紧。中央已出台扶持政策,引导鼓励补栏增养,近期养殖户补栏积极性提高。同时,我国还可以增加猪肉进口。总体来看,我国农产品供给有保障,食品价格上涨可控。

交通银行首席经济学家连平称,下半年,随着CPI翘尾因素明显下降,增值税减税效应进一步显现,预计年内CPI同比平均涨幅将控制在3%以内。(新华网)

「国酒茅台」商标将于本月底停用

本报讯 6月12日,茅台集团公司党委书记、董事长、总经理李保芳表示,“国酒茅台”商标将于6月30日前停用,目前已聘请国际顶级咨询公司策划新的产品宣传方案。

李保芳对于新商标投入使用进一步表示,新商标已经确定,原计划于6月30日正式启用,但由于包装材料的新旧交替安排出了小状况影响了生产和市场投放进度,现在相关部门已在协调,将采取紧急措施,加快生产,加快市场投放。

李保芳表示,今年茅台酒投放量为约3万吨,目前已经投放1.2万吨,从年初到6月底必须确保1.4万吨的投放量。也就是说从今天到6月底,茅台将向市场投放2000吨茅台酒。而这部分酒将投放到茅台自己的电商平台茅台商城上。

资料显示,中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司(以下简称“茅台集团”)2001年开始先后9次对“国酒”这个商标注册提出申请,都没有成功。2012年7月,国家商标部门公告称“国酒茅台”商标已经通过初审。在3个月的公告期内,国家商标部门就收到了95件异议书。2016年12月,国家商标局下发了关于第8377533号“国酒茅台及图”商标不予注册的决定。茅台集团不服,向原工商总局商标评审委员会(以下简称“商评委”)提出复审申请。2017年,茅台集团向商标评审委员会提出复审申请。2018年5月,商标评审委员会再次决定对该商标不予核准注册。2018年7月,茅台集团提起诉讼,要求商标评审委员会撤销不予注册的复审决定。同时,还将五粮液、剑南春、郎酒、汾酒等31家机构和企业列为第三人。2018年8月,茅台集团在官网发布称,放弃“国酒茅台”商标注册申请,撤销此前对商标委和当初对“国酒茅台”提出商标异议的31家白酒企业的诉讼申请,并向国家商标评审委员会致歉,称“国酒茅台”商标注册申请已历时十多年,对国家商标评审委员会复审决定,茅台集团“充分尊重,也乐于接受”。