



这几天,郑州市场上53度飞天茅台零售价已涨至1800元左右,“五粮液”公开表示9月10日起,出厂供货价格上调幅度为20%~30%。

虽然距3月底发改委约谈白酒、啤酒等巨头要求酒价维稳不足半年,但中秋旺季消费需求的爆发性增长仍然让高端白酒涨价欲望强烈并付诸实施。

晚报记者 徐刚领
程国平/文
马健/图



五粮液的价格涨个不停。

茅台五粮液竞相涨价

53度飞天茅台身价涨至1800元,五粮液出厂价将上调两三成
二线品牌涨得少,不少中低端白酒仍在降价促销

53度飞天茅台八年涨了1600元左右

近年来,茅台一直扛着高端白酒涨价的大旗,在这个中秋节前的白酒零售市场上,涨得最为厉害的依然非茅台莫属。

昨日下午,记者在文化路北段一家大型超市看到,53度飞天茅台已经断货。工作人员说,53度飞天茅台现在的零售价近1800元,超市已经断货。

昨日记者在大型酒类购物平台烟酒在线上看到,53度飞天茅台标价已经刷新为2088元,会员价也高达1880元。

在郑州多家烟酒专营店,53度飞天茅台多数已经涨到1500元以上。

回顾茅台酒的涨价历程,令人感到吃惊。从2003年初开始,53度飞天茅台从每瓶228元一路涨至现在的1800元。8年时间,53度飞天茅台每瓶价格涨了1600元左右。特别是2007年之后,茅台酒涨价呈现加速上扬之势,且时常断货。2008年初,最畅销的53度飞天茅台批发价从588元提至658元,

零售价从650元提至698元,逼近700元大关,已令消费者瞠目。

然而,相比目前的1800元,更见囤货者的“远见卓识”。

业内人士分析,对于茅台,大家都是买涨不买跌,上至经销商、零售终端,下至消费者,大家都在囤积茅台。市场需求旺、消费者囤货,再加上经销商推波助澜,茅台长期呈现供不应求的状况。

52度五粮液将由809元提高到989元

与茅台悄然提价不同的是,另一白酒巨头五粮液8月31日发布公告称,自2011年9月10日起对五粮液酒产品出厂供货价格进行适当调整,上调幅度为20%~30%。五粮液表示,本次价格调整将对公司2011年经营业绩产生积极影响。

昨日下午,在文化路北段一家大型超市,记者看到,货架上的52度五粮液售价809元;60度的五粮液有售价1009元的,也有售价1200多元的。

工作人员称,最近已经接到了厂家的提价通知,但是超市不会马上提价,很可能

会选择在中秋节之后提价。

“52度五粮液,将从现在的809元提高到989元。”工作人员称,“最近一段时间,茅台酒涨价非常厉害,与五粮液的差距在拉大,而茅台酒又断货,大家就转向选择五粮液;毕竟高端白酒就这么多。”

近年来,五粮液跟随着龙头老大茅台,也不断地提价。2008年初,52度五粮液售价还不足500元。

有分析师表示,由于原材料、人工成本不断上涨,五粮液面临较大压力。虽然高端产品能够消化成本压力,但是市场价远

高于公司出厂价,五粮液出厂价自2010年1月调整到每瓶509元之后一直保持不变,远低于茅台和国窖1573目前的出厂价。

目前五粮液一级批价在730元左右,零售价在850~890元。一批商的利润空间超过200元,如果提100元左右,仍可保证合理的利润。

最近一段时间,茅台、五粮液的股票走势异常强劲。昨日,茅台最高价见到了219.5元,创出了复权的新高价。五粮液从今年4月6日的最低价29.7元涨至昨日收盘价40.4元,涨幅高达36%。

业内人士称,高端白酒品牌都在变相涨价

今年3月底,发改委约谈中国酒类流通协会及茅台、五粮液等酒业巨头,要求维持白酒行业价格稳定。此后的几个月内,各大白酒巨头看起来都很老实,并没有明显提价表现。

但转眼就到了这个中秋节,每到节日,白酒提价有了最恰当的理由,从零售市场看,高端白酒的价格已变得异常活跃,这是否意味着高端白酒将冲破政府“限涨令”而触动新一轮涨价机关呢?

在业内分析人士看来,如果政府这个

“限涨令”要求不够严,几大高端白酒品牌未来调整出厂价就成了一种趋势,8月31日,五粮液发布公告表示提高出厂价就是一个信号。

郑州一名五粮液经销商认为,实际上,几大高端白酒品牌即便没有上调出厂价,也正在变相涨价,“比如五粮液,从今年开始对直接管辖的经销商提出每瓶酒收取50元保证金的要求,要求经销商维持终端价格的稳定。”

采取同样变相涨价策略的还有泸州老窖,去年起,这个品牌就要求经销商缴纳每

瓶90元的保证金。目前五粮液的出厂价为509元,收取保证金后等于出厂价为559元;泸州老窖此前的出厂价为609元,收取保证金后出厂价高达699元,明显高于茅台和五粮液。

“无论是五粮液还是泸州老窖,已为未来上调出厂价做足准备。”国都证券研究员王明德在接受媒体采访时指出,目前52度五粮液的出厂价格为509元,一级经销商批发价为780元左右,终端价已经达到900元左右,提价空间大,无压力。

二线品牌竞争激烈,价位维稳

逢节必涨似乎成了一线名酒拉升品牌的法宝。但是,就二线品牌而言,涨价似乎难度较大,不少中低端白酒仍在降价促销。

昨日,记者在文化路另一家超市看到,零售价118元的洋河大曲,买一瓶还会赠送10元的香烟,且持超市的会员卡可以打九五折。

宝丰酒业有限公司营销总监晋育锋告诉记者,作为二线品牌,逢中秋节这些节气,一般不会涨价,只有个别企业会涨,多数企业是不涨的。二线品牌一般会通过产品升级、更新换代、推出新产品来实现价格提升。至于茅台五粮液涨价,晋育锋认为,有些是厂家涨价,而有些则是经销商看到供不应求,提高了批发价。

实际上,对于河南这个包容性很强的省份,二、三线品牌白酒竞争一直非常激烈,茅五剑家族中的中低端系列在河南有市场,泸州、洋河等很多品牌在河南照样有忠实的酒友。

茅台、五粮液等一线白酒不停推出系列酒,如茅台王子酒、茅台迎宾酒、五粮春、五粮醇,各自形成了庞大的家族,其中一个重要的作用恐怕是来填补自家品牌高端酒涨价后留下的市场空白。

上个月中旬,五粮液系列酒中的帝王经典面世,并在郑州开出河南的第一家专营店。帝王经典全国营销中心营销总监肖龙胜说:“得中原者得天下,我们非常看好河南市场。”

一线品牌不断添丁,明显与当地二、三线品牌形成正面冲突,比如在河南,这些酒可直接与宋河、彩陶坊等本土品牌的中高档酒争夺市场份额。

“那么找准特色和市场定位成为本土酒的必修课。”业内人士分析。

不过,历史悠久、历经沧桑的河南白酒品牌都在巩固并扩大着自己的市场份额。河南宋河粮液集团董事长辅仁集团总裁孟庆章表示,河南几大白酒企业经过几年的探索和创新,各自找到了自身的特色和优势,比如宋河主打老子助学和国学文化,仰韶彩陶坊和酒祖杜康则挖掘独特的历史文化,赢得消费者认同;赊店推出青花瓷系列,也让人过目不忘。

一线白酒品牌价位高高在上,二线品牌间竞争又如此激烈,对消费者来说也是一件好事,多了选择。