

酒价出现下行趋势却不限制货量,“走进系列”新品被嘲又贵又丑

跌破2000元的飞天茅台还香吗



■廖木兴/图

近期,飞天茅台价格持续下探,部分地区批发价格跌破2000元/瓶,零售端价格已低至2100元左右,这一价格已无限逼近甚至刺穿经销商赖以生存的1800元综合成本红线。根据贵州茅台以往的操作惯例,在飞天茅台价格出现下行趋势时,公司会采取停货、限货等措施来稳定价格,但此次价格波动以来,公司并未限制出货量。

同时,贵州茅台加速推出生肖酒、纪念酒等非标产品,期望能分流市场压力。但是,近期新品“走进系列”上市即遭到“群嘲”。设计被网友吐槽“又贵又难看,350ml卖1619元不值得”,还有网友调侃其设计像NBA队服,质疑茅台敷衍或审美能力下降。

■新快报记者 陈福香

1 稳定终端价格面临重大挑战

“618”临近,各大渠道早已开打“价格战”,飞天茅台在各大电商平台趁势动销。

据了解,美团以万瓶1499元飞天茅台作为核心引流策略,官方指导价1499元与市场批发价2060元之间的价差,形成了每瓶近600元的套利空间,刺激消费者抢购并催生黄牛回收现象。

在社交平台上,用户晒出的订单显示,部分消费者在下单后30分钟内即可收到现货,这种“即买即得”的体验进一步放大了抢购热度。

6月7日上午11点,记者在京东上看到,飞天茅台“618”大促价格为1499元,显示已有7.4万人预约,抢购时间为6月8日12点。而在淘宝天猫,1499元的价格显示已预约9万+。而在拼多多的百亿补贴之下,飞天茅台2瓶秒杀价为3880元。

自今年3月以来,就有飞天茅台价格将持续下跌的传闻,至今已经跌破2000元大关。

一直以来,飞天茅台都是白酒市场的风向标。2023年,飞天茅台曾经上调了一次出厂价,至今仍未采取调价的策略。从最近三次飞天茅台的调价动作分析,基本上每隔五六年的调价一次,且每次调价幅度在

200元左右。

也就是说,按照飞天茅台的调价规律,2025年、2026年调价的可能性比较低。如果按照五六年的调价规律计算,下一次飞天茅台的调价时间点可能是在2028年前后。

实际上,贵州茅台对飞天茅台的价格一直采取控价策略。

2024年6月,贵州茅台推出“稳价组合拳”,取消12瓶装飞天茅台的市场投放;取消飞天茅台的开箱政策;部分区域15年陈年茅台酒和精品茅台将暂停发货。2024年12月,贵州茅台再次提出,将确保53度500ml飞天茅台价格相对稳定。

然而,从近期飞天茅台终端价格波动来看,面对消费分层和库存压力,如何稳定飞天茅台终端价格,仍是贵州茅台需要面对的重大挑战。

目前看来,茅台过往依赖“控量”与“推新”来维系价格体系的传统路径,其效能正被大幅削弱。

不可否认,整个白酒行业依然处于深度调整期。行业经历了包括禁酒令、消费需求增速放缓、上市公司业绩增速下降等现象。从今年一季度上市白酒的业绩表现分析,业绩增速下滑的压力已经蔓延至泸州老窖等白酒巨头,贵州茅台也把全年的收

入增速目标降低至9%左右,贵州茅台坦承“这是对市场环境的理性判断”。

记者近日走访线下市场发现,传统烟酒店对飞天茅台价格的涨跌敏感度相对较低。“线下店的最大特点是保真,往往有收藏和宴请需求的消费者会选择我们。”经营白酒多年的王先生告诉记者,受制于线下门店的成本和公司的策略,飞天茅台的价格一直比线上贵。门店的销量不大,但一直比较稳定,近期飞天茅台在该店的价格为2250元/瓶。

他同时认为,电商平台通常会通过大额补贴和优惠券来吸引消费者,这可能导致短期内价格的剧烈波动。但长远来看,茅台酒的价格始终都能够保持稳定增长的趋势,一旦调整期过去了,茅台会随着经济周期的发展重新回到上升趋势上来。

有分析认为,2000元/瓶被视为飞天茅台的关键心理价位,跌破此线将削弱其投资属性,并触发渠道抛售风险。当前经销商利润空间被极度压缩,侧面反映高端白酒估值逻辑正在重塑。

“茅台价格回归是消费年龄结构变化的必然,新生代正倒逼产业端创新升级。”中国食品产业分析师朱丹蓬认为。

2 多渠道放量又收紧,引发改革猜想

记者观察到,与此同时,飞天茅台在一些线下渠道也进行了“放量”。5月29日,遵义茅台机场微信公众号披露,在2025年5月30日、5月31日以及6月5日-6月30日期间,乘坐指定航线航班的旅客可参与抽取购酒资格,中签后可按1499元官方指导价预约购买53度飞天茅台1瓶,且中签率高达100%。

分析认为,这是近两年飞天茅台中签率的峰值,标志着茅台机场规则策略从“稀缺管控”向“短期放量”的实质性转变。

但是仅仅在一天之后的5月30日,遵义茅台机场再次发布公告称,原计划于6月5日至6月30日开展的“茅台机场乘机购酒资格活动公告”取消,原因是“茅台机场将于近期对‘茅台机App’进行全面优化和升级”。

值得注意的是,几乎在同时,可以

1499元购买飞天茅台的“贵州优品”也宣布停服。据其5月30日公告,因商城长期未开展销售,难以维持高昂的系统运营维护成本。将再设立6个月过渡期用于处理用户未用权益,计划于2025年12月底停止商城运行及服务。

据悉,贵州省2023年开始借助“搭售茅台”建立多个帮扶平台,包括新联惠购、贵州优品、空港乐购、贵盐黔品、遵航出山、乐旅商城、航旅黔购、驿路黔寻等。

通过这些平台申购茅台,需抢购帮扶特产,其中农产品特产每消费1元,平台积1分,满700分可用1499元换购一瓶飞天茅台。抢购1400元特产,可平价换购2瓶飞天茅台。

“贵州优品”的停服,以及遵义茅台机场紧急叫停“乘机购酒资格活动”,引发外界对贵州茅台改革的诸多

猜想。在今年5月的股东大会上,有股东追问茅台出厂价、指导价与市场价“三轨制”改革的具体路径。

贵州茅台酒股份有限公司党委副书记、董事、代总经理王莉表示,公司会通盘考虑整个贵州茅台酒的价格体系,确保茅台酒的金字塔产品结构和价格体系的稳固——从底部的飞天茅台酒,到中部的文化酒,再到顶部的精品珍品、陈年贵州茅台酒等,每一层级都需精准定位,避免价格波动冲击品牌价值。

有分析称,飞天茅台批发价跌破2000元之后,影响最大的是次高端的白酒。从某种角度分析,一旦飞天茅台价格进一步下跌,其与其他次高端白酒的价格差距进一步缩小,那么很可能会挤压其他次高端白酒的市场份额。

3 新品被质疑“又贵又丑”一秒售空更多是“饥饿营销”?

在飞天茅台价格持续下探的压力下,贵州茅台也加快了产品矩阵的布局。如加速推出生肖酒、纪念酒等非标产品,期望能分流市场压力。

6月5日,贵州茅台“走进系列”新品登陆i茅台App,“走进希腊”“走进意大利”“走进英国”“走进法国”分别推出350ml、700ml两种规格,而“走进日本”则是375ml与750ml两种规格。目前该平台已上线五款“走进系列”产品进行抢购,其中“走进希腊”“走进意大利”“走进英国”“走进法国”抢购价格为1619元/瓶,而“走进日本”抢购价格为1719元/瓶。

不过,该系列新品也引发了诸多吐槽和质疑。外观设计被吐槽“元素堆砌,视觉混乱”,被调侃像“旅游纪念品”;设计远不如生肖茅台、燕京八景等系列的艺术感,缺乏收藏级美学价值……这是贵州茅台遭遇的有史以来最严重的“群嘲”,网友直呼“丑出新高度,像农药瓶子”“又贵又丑”。

据初步统计,在一个以讨论该款产品是否会有溢价为主题的帖子里,对酒瓶颜色有看法的网友跟帖占了近50%,另外逾40%的跟帖则不看好该款产品的后续市场溢价,仅有不到5%的网友表示会继续购买。

意外的是,新品6月5日上午9点首次在i茅台开售,一秒即售空。但有网友质疑此举为“饥饿营销”,该网友称,350ml装售价1619元,换算成标装价格直接飙升到2300+元,现在飞天茅台都跌破2000元了,摆明是“割韭菜的节奏”。

他进一步说明,想起几年前跟风囤的生肖茅台,去年虎茅直接腰斩,如今牛茅也在阴跌,“现在接盘,估计都得当冤大头”。

事实上,早在2019年,茅台便已开启走进系列,推出了包括“走进澳洲”“走进坦桑尼亚”等在内的多款产品。

但是,过往走进系列产品在市场上的表现也并不稳定。例如2018年首发的走进澳洲、走进非洲,回流后价格一度炒到12000元一套(375ml,一套两瓶),但随着国内专卖店到货,价格迅速下跌。

有分析称,“走进系列”的审美与定价上的问题,折射出茅台在品牌国际化与市场化之间的平衡难题。

据了解,贵州茅台正加速国际化进程。公司2024年年报显示,2024年海外市场实现营收51.89亿元,同比增长19.27%,首次突破50亿大关,该增速明显高于公司营收的整体增速。

扫一扫获取
更多快消资讯