春节临近酒企限量涨价 业内普遍认为是利好

春节将近,茅台、五粮液、泸州老窖、古井贡酒等相继传出“限量令”。尽管有企业解释称此举是“缺货”或“产能不足”导致,但业内多解读为“控量实为涨价”。据多位白酒经销商透露,目前各地白酒价格已出现新一轮上涨,部分产品货源紧张。

分析认为,高端白酒通过限量来保价、涨价,体现市场在逐渐回暖,有助消化渠道库存。

酒企“限量”避压货

近日,茅台营销公司发布通知,暂停43度茅台酒开票及15年陈年酒大单审批,实施限量批售。面对“控量实为涨价”的质疑,贵州茅台回应称,限量销售主要是相关产品产能不足。

12月18日,五粮液公司也明确表示继续控量,明年水晶瓶五粮液(简称“普五”)市场投放量将较今年减少20%以上。与茅台否认“控量为涨价”不同的是,五粮液集团公司总经理、股份有限公司董事长刘中国公开表示,公司将采取综合性措施使“普五”价格体系在目前基础上继续上浮,2017年仍坚持“优质投放、增量溢价、违规减量”的原则。

州老窖今年也已多次发文控货、挺价,近期甚至暂停国窖1573供应,老字号特曲停货。而在此前,古井贡酒已宣布停止接受订单,并对古井年份原浆的3个产品宣布暂停供货。

对此,白酒营销专家肖竹青认为,高端酒需求量有限,放货量大会造成压货。此轮高端白酒涨价是在“今年任务完成不错”基础上,避免明年出现塞货而有意识地控量,“有利于消化渠道库存,也是一种保价需要”。至于古井贡酒的“限量”供货,他认为这更多“是出于上市公司需要考虑,为明年能有个更好的起点”。

多款白酒节前身价上涨

面对酒企频出的“限量令”,多位经销商表示,目前各地高端白酒价格已有不同程度的上涨。

五粮液华北地区一位经销商告诉记者,12月上旬得知五粮液限制发货新政后,“公司拿货比以前更难,销售已经受到了一定影响”。目前公司存货量不够,预计年底前货量仍会紧张。

另据白酒经销商透露,目前茅台、五粮液的终端零售价均有所上涨,导致动销下降。53度茅台飞天酒目前批发价涨至千元左右,而市场零售价已经突破千元。五粮液水晶瓶零售价预计将超过900元,而半年前仅800元左右,“预计春节期间高端白酒价格仍会上涨”。

就此,五粮液董秘办12月16日回应记者称,涨价与否是根据市场做出的决定,“2016年我们已经在业界率先涨了两次价。”五粮液集团公司总经理刘中国则强调,五粮液此番实为“恢复性调价”。

2014年5月,受制于高端白酒行业调整,五粮液将“普五”出厂价从729元/瓶降至609元/瓶。在市场向好后,五粮液开始逐步提价。“今年两次恢复性调整价格,价格体系上升了100元左右,维持上扬趋势。”

“限量令”被业内普遍认为是利好

对高端白酒控量涨价,网上也有人质疑这些酒企限制供货量的行为“有借机垄断牟利的嫌疑”,是“没有正当理由,拒绝与交易相对人进行交易”等滥用市场支配地位的行为。

不过,记者注意到,此轮“限量令”业内在理解上普遍一致。

中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬对记者表示,在白酒市场回暖的基础上,整个渠道库存见底,消费存在一定刚需,酒企顺势在春节旺季前控量涨价“是比较合理的”,但能否取得预期效果,还要看春节后的销售数据。

“总体来讲,高端白酒限量涨价对行业是个利好消息。”白酒营销专家肖竹青认为,高端白酒以前主要靠公务消费,现在更多以商务消费和大众消费为主。“一方面是行业整体回暖,另一方面酒企也更加理性,从过去给渠道压货造成库存较大到如今有意识地控量、保价,眼光更长远。”他说,只要酒企履行与经销商之间的合同,不违背协议内容,在此前提下进行的经营性改革无可厚非。

多位经销商接受记者采访时也称,前一年的合同将于近日到期,此轮“控量”正好处于合同续约期,新合同还未签订,不存在厂家违约问题。

八步教您选出合适的葡萄酒杯

随着人们对葡萄酒的认识越来越深刻,人们也对葡萄酒酒杯提出了更高的要求。众所周知,不同风格的葡萄酒需要选择不同的酒杯。不过,在多数情况下,只要把握几个重点,我们也能选出正确的葡萄酒酒杯来乐享美酒佳酿。

1、红白葡萄酒选用不同的酒杯

一般来说,红葡萄酒选用杯型较大的酒杯,白葡萄酒则选用杯型更小的酒杯;酒体厚重型葡萄酒需要选用杯型较大的酒杯,而酒体轻盈-果味型葡萄酒则选用杯型较小的酒杯。这是因为大杯能够让酒充分醒酒,而小杯则可防止酒温快速上升。

大杯肚的葡萄酒杯有利于醒酒过程,释放出风味,而收窄的杯口则有利于风味在杯口凝聚,便于我们嗅闻。而对于静态葡萄酒来说,我们需选用洁净无色的酒杯,这样我们就能正确观察酒的颜色及挂杯现象。

2、香槟等起泡酒选用郁金香型酒杯

郁金香型酒杯能放缓起泡酒的气泡上升的速度,能尽情地释放出起泡酒的风味和香气。不要选用杯身较短或杯口较大的碟型香槟杯,因为它们能令起泡酒的风味和气泡很快消失殆尽。

3、选择带有卷边的酒杯

带卷边的酒杯能将酒液导向我们舌头的正确位置,能让我们得到更完美的品鉴效果。

4、正式餐宴中,选用稍大的酒杯

在正式餐宴中,一般选用较大的酒杯,因为这样既能让杯中有足够的酒(4-6盎司)以避免不停倒酒,又可有足够的空间摇杯醒酒。

5、品鉴会时,选用小而便宜的酒杯

用于品鉴会上的酒杯一般都无需太贵太精美。首先,这样的杯子用量大,且易打碎;其次,杯子小有利于节省用酒;第三,杯小节省空间,便于清洗。

6、上乘佳酿务必选择无色洁净且无任何装饰的酒杯

对于一款好酒,务必选用洁净无色的酒杯来侍酒,因为彩色或带有装饰的酒杯往往会分散我们的注意力,影响佳酿的品鉴。

7、只买对的,不买贵的

现在各种网店都有酒杯销售,品牌也鱼目混杂,因此在选购酒杯时,务必要亲手验证酒杯的型号、洁净度等。

8、选择可用洗杯器清洗的酒杯

选择可用洗杯器清洗的酒杯省时又省力。无油污的酒杯甚至都无需洗涤剂清洗,而对于有油污的酒杯,则只要添加少量洗涤剂,洗完后自然晾干即可。对于水晶杯,则建议使用手洗,再配以少量洗涤剂。

白酒包装上扫得出二维码 也不一定是真货

市面上的白酒真假难辨,现在流行的“防伪二维码”,也被很多白酒厂家运用在包装上。消费者拿出手机对着商品上的二维码“扫一扫”,就能判断真假。但是,这个方法真的靠谱吗?近日,南京秦淮警方破获一起制造、生产假酒案,捣毁6个造假窝点,查获假酒500余箱。这几伙人正是在“防伪二维码”上做起了文章。

几家假酒货源出自同一个片区

11月底,南京市公安局秦淮分局夫子庙派出所接报,市民王先生说自己买到了一批假酒。

王先生向民警反映,他在某网购平台花2400元买了箱白酒,用来年底请客。事发前,王先生开了两瓶,喝了以后觉得“味道不对”。他上网找售后一直得不到回应,随后把酒拿给懂行的人看,对方很明确告诉他酒有问题。

民警逐一开盒检查,发现不少酒瓶、纸盒上有轻微划痕,不仔细看很容易忽略。虽然白酒都是全新未拆封,但是盒身的粘黏处并不牢靠,稍一用力就能扯开。警方对比发现,无论是从外包装还是口感,王先生买的酒都比正品逊色。

同时,警方陆续接到一两起网上买到假酒的报警,他们买酒的时候都是选择了同城卖家。这些报警所指不是同一家网店,但销售的都是某品牌的百元高档酒。王先生说,他怕买到假酒特意选本地交易,当时他当面扫出了二维码,就没有认真检查酒的包装。

警方对这几家网店展开全面调查,虽然这些店铺的发货地址没具体到门牌号,但发货地都集中在同一片区。据民警了解,这片区域全是简陋的民居,附近没有造酒厂或商店。此外,这几家店主的家乡来自同一个地方,而且都是亲戚关系。看来,这是一个家族式售假团伙。

警方调取王先生线下交易时的路段监控,从中锁定了一名嫌疑人体貌特征。视频显示,一名五十多岁的男子从面包车上搬出一箱酒给王先生。画面上看,后备厢里还码放着十来箱。民警追踪其行车监控,发现男子交易后并没立即折回,而是去给多家饭店送酒。

几十平米旧房藏匿多个假酒“作坊”

民警随即走访这些餐馆,发现男子供的货也都是假酒,和报警人的酒存在同样问题。有店主告诉民警,供货的男子姓张,几个月前主动找上门称从他这进酒价格比外面便宜,而且量大不断货。由于才合作没多久,酒没卖出去几瓶。这些店主均表示,他们验酒时从外包装和二维码都进行了查证,才敢出手的。警方根据监控一路追踪,面包车开进的老小区,与之前追查到的网店发货地址吻合。

张某进的是一户几十平米的1楼住宅,在民警蹲守的几天里,经常有男有女进出,年龄从20多岁到50多岁不等,他们出门时通常拿着一叠快递单,把成箱重物载到快递站寄出。这间房子不像是居住的,倒更像是某个“办公点”。这些人为何如此频繁地发快递?民警推测,这里很可能就是假酒窝点。

此外,这些人还载过货回来,从纸箱外观看是某品牌低档白酒。周围居民告诉民警,这户人今年才搬来,好像一家住了不少人,但没人知道他们是干什么的。

12月8日,警方直击窝点。民警在涉案现场,将几名正在勾兑白酒、灌装封盖的嫌疑人逮个正着,现场整齐码放着高档酒的空瓶,数量十分惊人。民警还搜查出用于勾兑的低档酒、商标、漏斗、电动气泵等工具。警方顺藤摸瓜,顺利断掉另外几处造假窝点,共抓获犯罪嫌疑人11个。

经查,这些嫌疑人都是亲戚或朋友,他们分成好几个造假团伙,有的租住在同一户,共用场地,但团伙间互不干扰,每家占用一个房间制造假酒,销售渠道也独立分开,像是一个个简陋的“家庭作坊”。

二维码并不等于“防伪码”

造假产业类似于传销,先是一家“发财”后,将“经验”传授给身边的人,再层层扩散壮大队伍,形成家族式脉络。

嫌疑人交代,他们买回来几块钱一瓶的劣质酒,勾兑分装后就能卖出几百元的高价。一瓶白酒的造假成本不过几十元,利润相当客观。用来充当高档酒的瓶子,基本是从废品站和酒楼回收来,经过一系列处理,伪装成全新瓶子。

而在回收中,酒瓶贴标和外盒的损毁程度较大。王某他们就自造外包装,还搞来成套的防伪标签,从肉眼上很难辨别。为了迷惑消费者,这伙人还从真酒上复制下来一个“防伪二维码”,然后批量打印,贴在他们生产的假酒上。

警方进行实验,用手机扫假酒包装上的二维码,网页立即显示该生产商的名称,并称“您查询的产品是正品”。在采访中警方表示,这批犯罪团伙落网前,单家的营业额就在5万以上。“作坊式”造假其实并不精心,却能拥有较大销量,很大程度上是因为受害人一味相信“防伪二维码”。

这种新型标签和商品条形码有类似作用,能了解商品名称、出产地、参考价格等信息,但它的功能也仅限于此。商品二维码并不等于“防伪码”,它可以复制造假,单从扫码判断产品的真伪并不完全可行。网络技术越来越发达,不少市民给手机装上二维码软件,买东西时依赖“扫一扫”辨真伪,从而忽视其他防伪标识。

警方提醒市民,在购物时一定要提高防范,警惕上当。年底白酒的需求市场增大,市民买白酒尽量通过正规商场,确保进货渠道有保障。同时,不能仅通过扫描二维码判断,要结合酒的外包装、防伪标、口感味道辨别真假。

酒水维权服务站

所有您遇到的有关酒水问题,我们将为您解忧。欢迎广大消费者提供酒水行业相关线索。有效举报,可获精美礼品或现金奖励。

热线电话:15266162222
邮箱:277287797@qq.com
QQ:277287797
来信:枣庄市市中区文化中路61号枣庄日报社酒水部。

新闻·维权·举报

社址:枣庄市文化中路61号 邮政编码:277102 电话:(0632)3319804 印刷:本报印刷厂 广告经营许可证:枣工商广字第05001号 广告部电话:3316016 本报自办发行 订阅者请到当地发行站 发行部电话:3310562