

记者探访白酒“停货潮”下的济南市场 控货“治标不治本”，稳价提量作用不大



文/片 管悦 济南报道

多家酒企突然停货 对消费者影响不大

近日，记者来到位于济南市解放东路附近的一家烟酒行，店主张先生正忙着对照客户预订清单与代理商对接。自去年白酒销售逐渐“失意”后，张先生也一改往日囤货模式。有客户下订单后，他再和渠道商对接，然后再订货、发货。

“一瓶酒利润也就一二十块钱，现在行情不明朗，担心存货在自己手里掉价，还得赔钱卖。”张先生说，以建议零售价898元的习酒窖藏1988为例，此前单瓶拿货价四五百元，但今年零售价一度跌至390元/瓶，每卖一瓶都要亏损近百元。作为习酒的“门面担当”，其价格下跌也反映了次高端酱酒市场的整体调整。

提及多家酒企停货一事，张先生则有些不以为意。“春节刚过，现在是销售淡季，而且不少经销商也早已打款订货，市场上的白酒库存量不低，酒企停货对经销商和消费

者也没有太大影响。”张先生表示，控货是酒企常见的稳价手段，既是为了缓解渠道库存压力，保住价格，也是为给经销商信心，担心部分经销商为清除库存，短时间快速回笼资金，从而低价甩卖，助推价格倒挂。

而在位于济南市泺源大街上的一家酒行老板王先生看来，今年的白酒“停货潮”与以往颇有不同之处。

从时间上来看，今年停货从春节销售旺季就已开始，牺牲销量保价格，打破了以往的行业规律。从价格来看，多家酒企并未像



济南一家烟酒店内，摆满了各种品牌的白酒。

往年一样停货后提价。从产品来看，既有八代五粮液、海之蓝、梦之蓝等头部酒企的拳头产品，也有泸州老窖老头曲、李渡高粱1955等百元“口粮酒”，涉及家庭自饮、商务宴请等多个消费场景。从参与企业来看，无论是一线名酒还是区域酒企均参与其中，波及范围广、持续时间长。

控货只是“表面功夫” 适销对路才是“王道”

据悉，1月，贵州珍酒率先宣布停止接收第三代珍十五(含无

奖)产品销售订单；多地第八代五粮液(普五)也停止供货；洋河更是动作频频，天之蓝、海之蓝、梦之蓝M6+等产品均加入停货之列。进入2月，停货力度持续加大，今世缘、汾酒、泸州老窖、酒鬼酒等众多酒企纷纷跟进。据不完全统计，50天内已有十余家酒企陆续发布16张停货通知。

停货真能保价提量？“停货后，一些中高端产品价格确实略有回调，但销量却并未回温。”济南市奥体中路附近一家酒行老板肖先生表示，第八代五粮液从900元/瓶以下回升至950—960元/

瓶，洋河梦之蓝M6+、国窖1573等产品微涨10—20元/瓶。

肖先生介绍，海之蓝、汾酒青花20等多款产品价格和销量变化并不大，单价300元以下的白酒仍是主力产品。“白酒市场上可选择性比较多，如果出现断货，消费者可能会转向其他产品。”肖先生说。

记者注意到，也有部分酒企停货目的是给新品铺路。例如，洋河股份表示，2025年将推出第七代海之蓝，并率先在江苏省内上市。山西汾酒在停止汾酒青花20、老白汾酒10两款产品供货的同时，将全部升级为五码合一的新版产品。

“酒企通过控制市场投放量，短期内是可以保价的。但现在白酒市场社会购买力不足，同价位品类间也存在可替代性，暂时停货只是激发渠道动销活力的‘表面功夫’。”山东省个体私营企业协会副会长、帝景名饮品牌创始人孙帅接受齐鲁晚报·齐鲁壹点记者采访时表示，从长期来看，若无法刺激终端消费，停货“治标不治本”。

孙帅表示，行业进入存量竞争阶段，酒企最根本的还是开拓市场，研究消费者需求的变化趋势，开发出适销对路的新产品；同时，提升现有产品品质，让更多消费者认可产品，从而提高销量。

95%客户是世界500强，这家民企来自单县 湖西铸业如何成为全球机械巨头的“不可替代者”？

文/片 记者 蔡宇丹 菏泽报道

被全球巨头 “盖章认证”

就在上个月，美国客户给湖西铸业发来了新产品订单。

放眼全球，现在，湖西铸业的竞争对手除了韩国、欧洲、美国厂商外，又多了一个印度。

自2015年铸件产量超过美国后，印度已成为中国之后全球第二大铸件生产国。几年前，湖西铸业销往美国的产品已被加征25%关税。对于美国这家全球化企业来说，三年时间足够他们更换新的供货商，但他们却给湖西铸业发来一批新订单。

2023年、2024年，湖西铸业连续两年荣获美国卡特彼勒全球卓越供应商，实现了连续12个月每百万件0残次品和100%的交付率。2024年，湖西铸业一次性通过沃尔沃铸造审核，并经过大众旗下商用车品牌、全球商用车巨头斯堪尼亚历时两年半的审核，正式进入大众供货系统。

湖西铸业究竟有什么能耐，在关税压力下还能稳稳留在全球机械巨头核心供应商名单上？

2022年9月，湖西王集团在微信公众号上发了一篇文章，揭秘了2022年上半年如何能在3个月

95%的客户为卡特彼勒、采埃孚、德纳、沃尔沃等装备制造世界500强；2024年营收6.8亿元，出口同比激增80%，2025年目标直指12亿，出口预计突破6.5亿元。当同行深陷内卷时，湖西铸业，这家位于菏泽单县的中国铸造业百强企业，如何能成为全球机械巨头的“不可替代者”？



内一次性成功交付卡特彼勒6件新产品的秘诀。

这6件新产品，来自卡特彼勒的产品验收标准有800多项，涉及工序20余道。

和其他客户不同，卡特彼勒的样件开发中，每道工序都需要验证，获得卡特彼勒批准后才能转入下一工序，这就对供应商交付周期增加了极大难度。要在3个月内完成6种产品多个样件交付，必须一次性开发成功，并且保证这个过程中每道工序都要一次

性开发成功。

这篇文章展现了完成卡特彼勒这份“考卷”的诸多细节——

“产品开发一般要经过产品评审、工装量具刀具设计、过程开发设计、样件调试、交付五个阶段，对于材质、设计、工艺、生产、质量，团队人员对每个环节细节都极尽苛刻，每个阶段都想要完成‘天花板’一样的高度。”

这也意味着，印度、韩国供应商要和湖西铸业PK，同样要具备“一次做对”的能力。

被全球巨头“盖章认证”背后，湖西铸业供给卡特彼勒的产品在2024年全年实现了0残次品，供给采埃孚的PPM(每百万件的残次品)在2023年连续12个月降至0；2023年设备故障率平均降幅54%，2024年设备故障率在2023年基础上又下降58%。

不断精进的 技术研发水平

企查查数据显示，2024年1月1日，山东省黑色金属铸造企业有17729家，2024年12月31日有17638家(注：仅统计国标行业为“黑色金属铸造”的在业存续企业)。

在这场“幸存者”游戏中，湖西铸业为什么能成为活下来，并且活得很好的那一个？

除了有一支由铸造、机加工等精英人才组成的能打能扛、执行力超强的队伍外，关键在于“不断精进的技术研发水平”。比如，研发团队可以根据客户具体应用需求，通过调整ADI的化学成分和热处理工艺，进一步优化性能，满足特定的工程要求。

2024年，湖西铸业成功开发80余个项目，新产品增长率达197%。这意味着这家企业已抛开传统铸造“大规模低成本”的老路，拿上了“为客户个性定制”新

剧本。

这套全新组建的数智化制造体系中，德国KW铸造生产线，日本马扎克柔性生产线+机器人自动生产线，MAGMA迈格码铸件模拟分析系统，蔡司三坐标，DMI8C金相仪……集齐一个铸造界的全球高端装备“梦之队”。

要站在金字塔尖，就要啃“硬骨头”。铸造最主要的控制点是化学成分和球化率；机加工难点在于硬度、变形、精度这三方面。这套由90多台高端智能化装备组成的“梦之队”，就是要专门吃掉这些难啃的硬骨头。

产业升级浪潮中，民营企业亟待资本输送“弹药”。2024年，湖西铸业引进两家具有国资背景的战略投资者，对数智化投入不断加码中——

投资1.26亿对现有生产设备进行智能化升级，更新后关键装备数控化率达到94.8%；建设MES智能管理系统，生产数据自动采集率达到98%以上，设备比现有设备节能25%以上，效率提升30%以上。

2025年1月，湖西王集团董事长朱启军在2025单县经济工作会议上透露，湖西铸业正在谋划总投资15亿元的项目，其中投资7亿聚焦于绿色智能高端数智化产业链更新以及高标精准涂装项目。