

飞天茅台失守2000元大关,酒商“咬牙”坚守

业内人士称受电商大促等影响,中秋节前或小涨

6月19日,飞天茅台价格再度下探。“今日酒价”显示,2025年飞天茅台原箱报价从前一日的2000元/瓶跌至1980元/瓶,散瓶报价也从1950元/瓶跌至1930元/瓶,有电商平台飞天茅台散瓶售价更是低至1840元/瓶。济南市场情况如何?对此,记者进行了探访。



济南一家名酒城里,各年份的飞天茅台一应俱全。

文/片 管悦 江聆譞
济南报道

茅台市场价“跌跌不休” 多位回收商“暂停回收”

6月19日,济南市新泺大街上的盛尊名酒城里,批发商薛慧正在盘点库存,1982年到2025年的飞天茅台一应俱全。这些曾经炙手可热的“液体黄金”,此刻却成了压在她心头的“大山”。

“今天,飞天茅台散瓶2000元/瓶,原箱2030元/瓶。”薛慧说,一瓶比头一天跌了30元,比上个月下滑200元,“前几天曾跌到1950元/瓶,价格一直在变动。”

往年抢手的生肖茅台也一反常态,“蛇茅”价格从出厂价2499元/瓶降至2300元/瓶。

在薛慧看来,茅台价格由市场供需关系影响,价格落,购买和收藏量也跟着落,“一天跌上百元都是常事,如果不稳价,降到1800元/瓶也有可能。”

相比往年同期,薛慧的酒水店内的销量下滑超五成。深耕酒水市场十多年,此刻,面对4000多万元的高库存,薛慧颇有手足无措之感。

薛慧说,每天租金、人工成本就是一笔大开支,“日子要过,生意也要做,只能咬牙跟着行情走。”

记者走访济南多家酒行发现,当日,飞天茅台散瓶在2000—2100元/瓶,原箱则在2030元—2130元/瓶。不少商家表示,飞天茅台近期曾降至2000元/瓶以下,但价格很快又反弹。“目前处于销售淡季,预计中秋节前将迎来一波上涨。”一位商家说。

与此同时,飞天茅台回收价也已跌破2000元/瓶,多位回收商表示“暂停回收”。明湖路上的一家茅台回收商王先生表示,飞天茅台回收价为1900元/瓶,“行情不好,收了也是压在店里,所以暂时不收了。”

酒商歇店、酒企减产 小镇从热闹变平静

冷淡的并非只有济南销售市场,贵州省遵义市仁怀市茅台镇也是如此。

在这里,茅台、国台、钓鱼台……错落林立着成百上千幢厂房,彰显着“中国第一酒镇”的江湖地位,更吸引无数进货商和游客慕名而来。

彼时白酒热,最热的就是酱香。在贵州茅台以及整个酱酒产业的带动下,2021年,茅台镇生产总值突破千亿元。

现如今,赤水河依然奔流不息,但两岸的酒厂却陷入了沉寂。曾经是客商云集的酱酒一条街——长征路一带,门可罗雀。

从小生长在茅台镇的张晓宇(化名),五年前接手了家里的酒水经销生意,眼看着小镇从热闹变平静。

“从年初开始,这条街上有二分之一门店陆续关门。”张晓宇说,行情火热时,客户订货都是几百箱飞天茅台起,仓库里的货根本存不住,而如今“两瓶也卖,能出货就行”。

谈及价格,张晓宇介绍,目前,全国各地折飞天茅台价格基本一致,为2000—2100元/瓶。

“‘今日酒价’平台给的参考价格通常比市场售价低。”张晓宇介绍,市面上酒商较多,有些人可能为清库

存便宜甩货,从而拉低了整体价格体系。

受行业产能过剩和消费市场影响,酱酒产区正面临一场大变局。在茅台镇,拥有门店的商家大多卖酒、产酒兼营。“我们家生产的酒卖不出去,只能先减产坚持着。”张晓宇说,在此形势下,镇上的多家酒企只能减产或停产,尤其是中小型企业。

部分地区经销商 联手“稳市稳价”

从产量来看,贵州茅台发布的2024年度生产经营情况公告显示,2024年度,公司生产茅台酒基酒约5.63万吨,相较于2023年的5.72万吨,减少了约900吨。

除控制产量外,为了稳住价格,茅台也开始采取行动。据财联社消息,财联社记者从多位渠道人士处获悉,近日,茅台部分地区经销商联谊会就茅台酒“稳市稳价”事项进行沟通,并达成一致意见,主要内容包括:限制向电商、批发市场、省外等部分渠道供货;经销商联谊会将加大市场巡查,对于违反相关规定的,将视情况给予包括停货、上报,乃至取消合同的处理。

在山东省个体私营企业协会酒业分会秘书长欧阳千里看来,当前,飞天茅台的价格受电商“6·18”大促等因素的影响,从而造成实际成交价的波动。

对于像薛慧、张晓宇这样的从业者来说,他们不知道这样的情况还有多久才会过去。但谈及未来时,他们都始终相信,起起落落这么多年,会等来行业的又一个春天。



管悦 济南报道

专业厨师上门烹饪、厨艺爱好者在社交平台接单……近日,记者走访发现,上门代厨服务在济南日渐火爆,有的从业者月入过万元。

每天要跑多户人家 时间排得满满当当

上午10点,小刘的刀尖准时叩响案板,紫皮洋葱在她手中化作半透明月牙薄片。两年前,出于爱好,她踏入上门代厨行业。起初,一周接不了一单。她一边摸索,一边经营自己的社交账号,咨询的顾客逐渐增多。如今,她每天要跑好几户人家,周末接散单,时间排得满满当当。

“客户备料,我掌勺,一小时30元。”小刘一边说,一边展示当日菜单:红烧排骨、洋葱肥牛、清炒西兰花和西红柿鸡蛋汤——专为一位准妈妈设计的营养餐。

她的主要服务对象是准妈妈、坐月子的宝妈或年轻小两口。小刘说,月入4000多元,虽然赚得不多,但做的饭能受到认可感觉很高兴,跟不少客户处成了朋友。

半年前升级为准妈妈的李青(化名)就是忠实用户。“一开始,自己跟着视频学做营养餐。”李青说,每顿饭耗费两三个小时,最后收拾厨房还要半小时,“经常做完一顿饭,都没力气吃了”。

她算过账,上门代厨一次60元,搭配四五十元食材,夫妻俩能吃两顿,与外卖价格相当,但“能在家里闻到厨房飘来的饭菜香,是外卖给不了的体验”。

曾为五星酒店大厨 主打“精品私厨”

与小刘的“家常派”不同,曾为五星级酒店大厨的老范主打“精品私厨”。

顾客线上下单后,他拉着装有整套刀具、量勺、雕花模具等专业工具与新鲜食材的小车,服务于商务局与追求仪式感的家庭局。

老范说,食材做饭全包的话,人均200元起;客户自备食材,则收取400元“手艺费”。

6月17日上午8点半,老范来到济南市奥体附近一处小区。“范师傅,加道红烧肉吧,孩子爱吃。”一进门,老主顾刘先生笑着商量。老范一边应声,一边熟练地系上围裙,在厨房里开始忙碌。

2021年,老范刚改行时,济南市场上从业者寥寥无几。“我说自己是上门厨师,别人还以为我是送外卖的。”第一个月,他仅接到3单,还都是朋友介绍的。

随着消费需求变化和社交平台

推广,上门私厨服务从去年开始进入大众视野。从业者从最初的个位数扩张到超百人,还细分出了“家常派”“宴请派”等不同流派。老范的订单也水涨船高,月均接20余单,每月收入稳定过万元。

锅烧热,老范拎起肉块皮朝下沿着锅边转了一圈,迸发出油花声,引得小朋友跑来看热闹。三个多小时后,水晶肴肉、蓑衣黄瓜、蟹粉豆腐……十二道菜在转盘上铺开。

餐厅提供专业团队 有的月订单上百

除了个人从业者外,不少餐厅也开始转型做上门私厨项目。

“6—8位的中小型家宴最受欢迎,四凉八热一汤两点,平均客单价2500元—5000元。”麟德轩负责人冰冰介绍,商务宴请、家庭聚餐需求占比较高,注重私密性、品质化和定制化。

冰冰说,这一行充满挑战,永远不知道下一单会在哪里。

她曾接到过在户外空地上办宴会的订单。团队6个人拉着一车便携式炉灶、全套厨具和锅碗瓢盆,现场搭建临时厨房。夜风大时小,炒锅下的火苗也忽高忽低。

“那顿饭我们做了快五个小时。”冰冰说,看到客户在星空下开心举杯的样子,就觉得一切都值得。“目前,月订单量已达150单,同比增长近五倍。最多一天接12单,20人团队连轴转。”冰冰介绍,春节、中秋节、周末都是预约高峰期,需要提前一周预约。

此外,滨州、泰安等周边城市的订单也逐渐增多,冰冰团队的服务半径在不断扩大。

收费标准差距大 行业还需规范

当日,记者在社交平台以“济南上门代厨”为关键词搜索发现,该服务已呈现明显的市场分层。既有标价“5—6个菜88元”的平价选择,也有“12个菜1645元”的中高端选择。此外,还有不少酒店提供专业团队,单次服务收费一两千元到上万元不等,价格差异主要体现在厨师资质、食材品质和服务内容上。

不过,上门代厨服务兴起的同时,投诉也不鲜见。有市民反映,她曾支付200元定金预约上门做菜服务,结果厨师当天失联。还有人反映,口味不符合预期、上菜速度慢等问题,影响就餐体验。

“近几年,随着社会形态变迁、新科技兴起,产业转型升级持续推进、社会分工进一步细化,带动了上门厨师、收纳师、宠物保健师等新兴职业不断出现。”山东师范大学经济学院教授刘强表示。

刘强教授建议,对于这些新职业,相关企业平台应肩负起主体责任,设立门槛,对从业人员的专业素质严格把关。相关部门也应创新监管手段,让新兴职业规范发展。

家庭做饭也能『外包』,上门大厨月入过万

专家: 新兴职业不断出现,行业规范也要跟上