

茅台经销商告别“暴利时代”

3日晚间,因重大事项停牌一天的贵州茅台发布公告称,从本月开始上调部分产品出厂价格,平均幅度为20%至30%。业内观点认为,随着中秋国庆长假临近,“金九银十”预期中的消费旺季为茅台的大幅提价动作撑了腰。

53度飞天可能上调200元

对于这次涨价的原因,贵州茅台使用的口径是“为了更好地统筹兼顾各种因素”。公告中,贵州茅台称:自2012年9月1日起适当上调部分产品出厂价格,这些产品平均上调幅度约为20%至

30%。本次调整不涉及公司产品的市场指导价格。此次价格调整将会对本公司2012年经营业绩产生一定的影响。

今年初,贵州省对茅台公司的经营提出了比较高的要求。业内认为,下半年茅台需要实现80%的利润增速才可达规划当中的盈利目标;在限制公款消费等多重因素的冲击下,茅台如果不提价,就很难完成任务。

虽然公告中没有透露茅台各产品的涨价幅度明细,但业内消息称,53度飞天茅台出厂价可能上调200元左右,低度酒有少量提价,而年份酒很可能不参与此番提价。

白酒借“金九”集体发飙

上个月刚刚发布新产品“白金酱酒”,茅台在丰富产品线的同时,也通过提价来达到经营预期。在上半年各地开设自营店的布局下,53度飞天茅台一级批发价格一度低至1200多元,但随着“金九银十”消费旺季的预期,这个价格重新站回了1400多元。

“逢节涨价”规律也是茅台的习惯动作。上次茅台宣布提价是在2011年1月1日,春节前夕;此次提价则正值2012年中秋节前夕。业内观点认为,此时提价可能引发

其他高端白酒效仿:“从总的市场需求来看,茅台还是‘有底气’提价的,而其他白酒品牌也会抓住这个难得的黄金周。”

进入9月,白酒股表现风光:昨日,酒鬼酒涨幅高达7.44%,沱牌舍得上涨6.53%。

经销商告别“暴利时代”?

茅台今年在价格方面动作频繁。一方面,从今年初起,通过建设直营店将53度飞天茅台市场指导价锁定在1519元,构筑了利润的“天花板”;另一方面又大幅提高出厂价,把“地板”抬高。

此次公告明确表示,本次调整“不涉及公司产品的市场指导价格”,无疑是进一步挤压了经销商的利润空间。

“生意可能更不好做,现在的零售价先不动,把库存出掉一部分。”记者从北京一位茅台经销商冯先生处了解到,他在黄金周之前都不会调整价格。业内观点认为,这种“两相夹击”的状况可能迫使经销商告别“暴利”,逐渐回归理性;但这样对经销商利润的控制手段是否奏效,必须要经过“金九银十”和“新年春节”两个消费旺季考验才可能见分晓。

于建