

饭店爆满、白酒涨价、奢侈品热销……对于中国的高端消费市场，岁末年关可谓一年中的“黄金时段”，国人热衷的迎来送往、团拜答谢，足以让它们赚个盆满钵满。

然而，2013年的这个年关，注定了要不平凡：“禁酒令”、“反垄断调查”、“整治公款浪费”接踵而来，一路疾驰的高端消费遭遇当头棒喝：高档烟酒生意不好做，一贯宣称价格坚挺的茅台已变相推出“买减”活动；商务宴请规模锐减，高端酒店冷清度年关。“整风运动”不仅在餐饮、烟酒行业掀起了轩然大波，甚至还刮到了奢侈品市场，腕表销售量下滑三成。

反腐疾风重创 高端消费

本报记者 仲爱梅 崔滨 实习生 刘爱珍

烟酒生意不好做

茅台五粮液带头降价

“无酒不成席”，而随着商务宴请的“熄火”，这个年末，烟酒市场，特别是名牌烟酒，同样也受到了剧烈的冲击。

王亮(化名)是省城一家烟酒批发店的老板，他的批发店坐落在大明湖西南门附近，除了过路市民零星地买烟买酒，给周边几个机关单位定点供烟，才是他的大生意。往年这个时候，随着公务宴请的增多，王亮的小店也迎来了一年中最忙碌的时期。为了确保随叫随到，他每天都会早早给自己的电动车和手机充好电，主要关系单位的办公室打电话说要什么烟，就赶紧骑着电动车送到酒店。最多的时候，几家关系单位中午、晚上的饭局，能送十多趟。

然而，令王亮意想不到的，这个年底，在遏制公款消费、反对铺张浪费的风潮中，他的手机和电动车也难得地安静了下来。

1月30日上午，济南再遇严重雾霾天气，记者抵达王亮的小店时，他正准备骑上电动车出门。“我得再多跑跑那几个关系单位，给负责接待的办公室主任好好表示一下，就算生意再差，这几个大客户不能丢。”

如果说“整风运动”对烟草行业的影响还仅仅体现在销量上，对于高端白酒的影响则已经传导到了终端销售渠道上，一个最典型的体现就是：过去从来都是趁着年关需求量大增时涨价惜售的高端白酒，如今却一反常态地降价促销起来。

1月30日下午，历山路某大型超市，“名酒特卖”的招牌格外显眼：大红色的展台上，整齐地摆放着各式名酒：习酒、泸州老窖、国窖、古贝春、五粮液……“买这个

吧，原价1187元/瓶，现在立减200元，只要987元！这是今天刚刚调整的价格！”指着促销台上的52度五粮液，促销人员热情地推销了起来。记者注意到，就连一贯宣称价格坚挺、不肯自降身价的茅台，也在变相地推出一些“买减”活动：原价1998元每瓶的53度飞天茅台，立减400元后，售价变成了1598元。

“高端白酒在春节前降价促销，这在近些年来还属首次。”一位业内人士告诉记者，“茅台、五粮液、国窖等一直是紧俏商品，以前能买到就很难不容易了，更不要说促销了。”

然而，即便是价格飞降，也依然无法挽救高端白酒销量下滑的命运。“销量肯定没有去年好。去年这个时候，如果你说要茅台，低于1800元每瓶肯定买不到，而现在，1519元每瓶的价格随便出，要多少有多少。”酒水批发商孟先生坦言。因为不看好高端白酒的未来市场，他甚至有了短期不再进新货的打算。“上个月月的经销商大会上，连茅台的高层都说不要幻想‘三公消费’再回到以前的水平了，所以今年的销量下滑是肯定的。买茅台的很少是个人客户，政策对销量的影响非常大，今年我都不敢进新货了。”孟先生说。

“名酒很大程度上可以说是‘政策酒’，现在很多机关和政府部门宴请都不喝高端白酒，政务接待用酒就减少了。”白酒营销专家苗春认为，孟先生的担忧再正常不过了：“政策一个接一个，难免有些经销商要担心，有货的就尽快销售变现。”

逐渐远离的“三公”订单，也让白酒行业意识到转型的挑战。山东景芝酒业销售负责人就认为，高档白酒收缩阵地空出的市场，给了区域化二线品牌白酒扩张的机会。“不过，今后再扩大白酒市场，就要走大众化路线了。高

档白酒此前的十年黄金期，其高价格、稀缺数量的营销方式，迎合的是当时讲求面子、档次的诉求。现在时代需求变了，讲求品牌、质量和性价比的大众消费将成为主流。”

腕表下滑三成

奢侈品送礼减少

令人意外的是，“整风运动”不仅在餐饮、烟酒行业掀起了轩然大波，甚至还刮到了奢侈品市场。以济南银座商城为例。记者了解到，尽管随着去年11月份银座商城三期的开业、PRADA等多个世界知名奢侈品牌的加盟，该店已经超额10%完成了年度销售任务，但仍有部分品类出现了不同程度的下滑。

“肯定会有影响，特别是腕表销售，下滑得最厉害，行业普遍下降了30%左右。”省城某大型百货商场的负责人告诉记者，在奢侈品消费中，礼品消费一直占据着相当高的比例。一般来说，每年春节之前的两个星期也是奢侈品销售最为火爆的时期，而中央的“限奢令”偏偏选在此时出台，直接导致了各地奢侈品消费的减少，而这也直接连累了各大商场的销售数据。

数据显示，世界名表在中国的销售从2012年5月份就呈现颓势，当月营业额下降10%至15%。2012年9月，这个降幅扩大为28%。不仅是名表销售业绩下滑，整个奢侈品行业都是如此。贝恩公司本月发布《2012中国奢侈品市场研究报告》中指出，2012年中国内地奢侈品市场增速从2011年的30%放缓至7%左右，并表示这是从2006年以来中国奢侈品市场增速最低的一年。报告称，2012年10月政府出台的新政策推动了奢侈品馈赠风潮的暂时减退，其中，男性奢侈品产品受到了较大的影响。

(下转B02版)