

“济宁礼飨”公共品牌要喊响亮

金乡大蒜、微山湖大闸蟹等优质品牌比重将提高



本报济宁1月19日讯(记者 汪泷 贾凌煜 马云雪) 18日,济宁第十七届人民代表大会第二次会议开幕。济宁市委副书记、市长傅明先代表济宁市人民政府向大会作了政府工作报告。从

会上获悉,2018年济宁市将继续加快新旧动能转换,建设现代化经济体系,实施乡村振兴战略,打响“济宁礼飨”农产品公共品牌。

今年,济宁市将坚持农业农村优先发展,编制完成乡村振兴战略五年规划。深化农业供给侧结构性改革,大力调整农业结构,因地制宜扩大特色产业规模,提高金乡大蒜、邹城食用菌、微山湖大闸蟹、鱼台大米小龙虾

等优质品牌比重,新认定“三品一标”50个,打响“济宁礼飨”农产品公共品牌。

同时,大力发展农业“新六产”,培育休闲、创意农业,加快济宁、邹城国家农科园建设,新认定市级农业产业化龙头企业50家、农民示范合作社100家。实施济宁东部电网改造提升工程。启动农村清洁供暖三年行动计划,加快天然气“村村通”工程建设。推进城乡供水一体化发展,有效解决农村饮水安

全。抓好“厕所革命”,全面完成农村无害化厕所改造任务。建设“四好”农村公路500公里,完善农村基础设施管理长效机制。

作为一座文化、旅游资源富集的历史名城,今年济宁市还将积极推进“旅游+”融合发展,突出抓好环微山湖生态旅游经济带规划建设,加快南阳古镇、济安台文化街区、济州古城等项目进度,整体提升乡村旅游发展水平,旅游消费总额

增长10%以上。

在民生保障方面,则将新改扩建中小学校60所,新增校舍面积60万平方米、学位3万个,努力解决中小学生学习负担重、“择校热”等突出问题。并将积极推进全国居家和社区养老服务改革试点市、省医养结合示范先行区建设,新建城市社区日间照料中心30个,村级互助养老院100个,新增养老服务床位5000张,提升养老服务质量。

一瓶茅台酒 几多怪现状

市场上一酒难求,“投资属性”高涨

“这一年赚钱其实很容易,比如喜欢喝茅台,就买了茅台的股票……”岁末年初的这则段子一度流传深广,实际上,早在茅台股价1月15日早盘摸高至799.06元、市值刺破万亿之前,喜欢茅台的人就已发现:飞天茅台,一酒难求。

售价畸高时一瓶难求,价格低迷时反而不温不火,一瓶茅台酒,几多怪现状。这样的茅台是怎样造成的?

短短一年有余,茅台售价节节攀升,再度一瓶难求。



为私营业主。

“投资属性”高涨 茅台限价图稳

必须承认,市场流通中的飞天茅台酒和A股市场上的贵州茅台一样,在这一波“长牛”行情中均展现出了强烈的“投资属性”。

采访中,有经销商讲起了一个故事。去年11月份,他乘机去遵义,发现同机上有淄博去的一些老人。本以为是“夕阳红旅游团”,结果一问才知道,是有人组织专程来买遵义茅台机场纪念酒的。

“酒厂为庆祝机场航线开通,推出了纪念酒,一套1800元,每位成年旅客可凭身份证购买一套,出了机场就有收的,4000多元现场收。”该经销商说,当时他去的时候,从济南直飞机票打折后才几百元,“坐飞机来回一趟,买瓶酒再卖掉,还挣一把钱。”而记者在写稿时检索发现,当初的机场纪念酒套装已经炒到了6000多元。

一些业内人士看来,与黄金相比,茅台的概念更为充分。歌德盈香老酒网总经理刘剑锋在受访时就提到,像近年兴起的“真年份酒”(真年份指商标、背标、瓶口等日期一致)收藏热,就是因为真年份酒作为一种产品载体,同时附加了时代特点、历史沧桑,而演变为文化产品,具有类似文物一般的价值。

一个值得注意的现象是,随着飞天茅台酒持续的“大牛”行情,茅台集团方面已经多番有针对性表态。除了集团高层在2017年底全国经销商大会上厉声强调“严格执行限价”,前不久,在茅台山东经销商联谊会的现场,经销商们也一致签署声明,表态严格执行限价。简言之,茅台方面希望能够稳步发展,而不希望沦为市场炒作、击鼓传花的“标的物”。

茅台集团董事长袁仁国在此前出席“2017年度国酒茅台全国经销商联谊会”时就曾表示,茅台市场价格波动小、涨幅小,保持在合理区间,有利于广大消费者,也有利于经济发展。“基于茅台酒是用来喝和储存,要理智对待价格,茅台酒不是用来炒的。”

茅台究竟会走向何方?

本报记者 石念军 实习生 夏铭睿

平价茅台 踪影难寻

喜欢喝酒的人大抵都曾感叹:有钱难喝茅台酒。前几年,这话主要是说寻常人难以喝到“真茅台”;近几年伴随专卖店、电商直销等渠道的普及,人们的“品质焦虑”渐渐散去,转而落入“买不到酒”的境地。

连日来,记者连续走访大润发、银座商城、泰山名饮等主流店面寻购飞天茅台酒,均被告知“断货”。其中一家店的销售人员告诉记者,济南本地的几家店面,均已断货一个星期。“之前的价格是1499元,但现在什么时间到货,到货后卖多少钱,都还没有通知。”

断供的也不单单是大型商超。在经十路的一家酒水专卖店内,记者也被告知,已经缺货接近两周,“目前还是1499元,但没有货”。越是逢年过节,这种状况就越严重。2016年的春节是这样,2017年的中秋节是这样,预计2018年春节前还会是这样。

线下难买,线上同样难求。在京东商城的茅台官方旗舰店

店,飞天茅台酒标价1499元,但系预售——“付款后30天发货”。即便如此,页面提示称“所选地区暂时无货,非常抱歉”。天猫商城的官方旗舰店同样如此,“店铺预售,付款后30天内发货”,标价1499元。至于类似“双12”的电商“抢购”活动,一位曾参与的受访者直言,“根本抢不到”。

也有柜台有货的,标价1850元。与2016年夏不足千元的售价相比,涨幅已近翻倍。平价茅台,踪影难寻。

“买涨不买跌” 错过300瓶懊悔不已

其实,茅台一瓶难求的情况并非第一次出现。2011年初,飞天茅台零售价格在1200元左右,茅台酒厂发布“限价令”,规定53°茅台酒的零售价每瓶最高为959元,违者将面临十分严格的处罚。然而,“限价令”没有能阻止茅台酒价格的疯涨。2012年1月1日,随着飞天茅台的出厂价提高为819元,零售价一度摸高到2300元,市场疯狂程度抵达一波顶峰。此后,一度被视为“公款消费品”的茅台,开始走出一波长达4年的下行曲线,至2015、2016年夏触及谷底,市场零售

价一度跌至900元左右。

尤为吊诡的是,2300元时供不应求,900元时则不温不火,甚至颇为冷清。有一位受访者甚至提到,2016年7月,一位相熟的经销商跟他说,“现在卖得慢,要不你拿50件(300瓶)吧,也不挣钱了,出厂价给你。”而这位受访者一时没想好,回绝了好意。自两个月后的中秋节开始,飞天茅台酒再启“牛市”,价格一路走高而市场渐趋紧俏,到2017年春节前,飞天茅台酒的实际销售价格已经到了1250元甚至1350元,再一次“一瓶难求”并且延续至今。每每说起此事,该受访者都很后悔。

不好买,就到处找门路,托熟人、找关系。从事茅台销售的一位经销商就直言,几乎每天都有老顾客咨询“酒来了没有”。“前阵子到一个专卖店想买两箱,结果去了一看,店里只有3瓶,只能卖给2瓶。”一位在私企担任办公室主任的受访者说,“最终好说歹说,半抢半夺才把第3瓶买走。”

谁在消费茅台 渐入寻常百姓家

关于茅台,其实多有误读。

最典型的莫过于“买茅台的与喝茅台的不是同一拨人”“平常人喝的茅台85%是假的”等。针对这一话题,记者与茅台经销商、收藏者多曾交流。根据他们的了解与观察,这两种观点其实经不住推敲。

根据茅台集团的描述,53°茅台酒的核心消费层是白领、私营业主、中产阶级。省城一高星级酒店高管也向记者提到,自“八项规定”以来,家宴和私人聚会逐渐成为该酒店餐饮的重要群体,而根据他的长期观察,“自带茅台来喝的人越来越多”。

截然区别于2012年之前“团体单位”占据消费主流的情形,历经“狠刹三公消费”和“八项规定”洗礼的茅台,此次再度“长牛不息”,让包括茅台集团董事长袁仁国在内的业内人士尤为珍视的一个变化是:茅台越走走入寻常百姓家,越来越多的中产阶级成为茅台爱好者。在很多观察者看来,这也是茅台作为高端消费品,在大消费领域面对的一个更为广阔的升值空间。

警方公布的一些案情里也有同样发现。在济南警方近两年破获的多起地下室系列盗窃案中,被查获的赃物中多有茅台,少则二三十瓶,多则二三十箱。而根据警方的通报,失主多