

推动茅台酒市场持续稳定健康发展

今年以来,尤其是最近一段时期,茅台酒供需持续紧张、价格持续非理性上涨,市场流通价格从4月份的1900元/瓶,上涨到当前的2200元/瓶以上,市场形势异常严峻,严重影响了茅台酒市场的稳定。

价格上涨的问题引起了贵州省委省政府的高度关注。7月底至今,贵州省委省政府针对茅台酒市场价格的问题连续召开多次会议,省委主要领导作出指示,要求严格防止茅台酒过度炒作,按照“依法依规、强力管控、平衡投放”的原则抓好市场管控,切实兼顾好“国家、企业、消费者、股东和经销商”的利益。

针对社会普遍关注的茅台酒价格非理性上涨的问题,6月12日,李保芳在丹寨组织召开了全国经销商联谊会会长会议,对价格上涨问题做了回应,对“稳价”工作作了相应部署,要求经销商严格遵守厂商合同约定,认真落实公司稳价政策,严守1499元的价格底线,严禁高价销售、囤货惜售,保证销售渠道畅通。

在执行层面,茅台酒销售公司采取系列管控措施,今年以来,依据经销合同约定条款对基础管理差、违规销售的25家违约经销商进行了追责处理。

同时,茅台酒销售公司启动第三方调查,6月对北京等重点市场开展调研,根据调研结果暂停了1家经销商业务。目前第三方提交了7月调研报告,茅台酒销售公司将研究做进一步处理。

8月7日晚,贵州茅台酒股份有限公司召开市场工作会,部署当前茅台酒市场工作。茅台集团党委书记、董事长,茅台酒股份有限公司董事长李保芳强调,茅台酒不能因短缺而疯涨。会议提出,把握市场稳定大局,统一思想、凝聚共识,坚决打好打赢价格稳定战。

据悉,这是继2017年4月以来的两年间,茅台集团又一次专门针对价格问题而召开的会议。李保芳在会议伊始就开门见山地说:“今天是为价格而开会。”“要控制价格,而不是稳住价格。”

综合施策, 严厉管控价格

进入二季度以来,茅台酒的价格上涨过快。有的地方流通价格高出1499元的市场指导价50%以上。价格出现过快上涨,严重偏离终端指导价,与社会和消费者的价格认同形成反差,受到广泛关注,社会普遍认为,这个价格已经离谱了。

价格上涨,究竟是什么原因?

李保芳分析说,原因很复杂,首先是供需矛盾的突出,这是最主要的因素。第二,收藏投资所致,茅台酒既有金融属性,又有投资属性。第三,就是选择销售时机带来的囤货惜售。第四,固定渠道销售,让市面上看不到茅台酒,造成一瓶难求现象愈演愈烈。

怎样解决这个问题?李保芳强调:“综合施策,严厉管控价格。”

——加大市场投放。茅台集团决定,中秋、国庆前夕,将向市场集中投放7400吨茅台酒,更好满足节日旺季消费需求。2020年元旦、春节期间,也将合理安排茅台酒市场投放量。

——严厉管控价格。“1499”作为当前市场终端的指导价,在当前的情况下不能动,要坚持按照这个要求做。”李保芳说,价格管控难度大,但不能不管,茅台集团将拿出具体有效、有针对性的措施,来抑制当前价格的过快上涨。

——投放的计划和销售的结果按月挂钩。经销商严格执行“销售80%年度内累计到销量”计划,店面或经营场所直接销售部分不低于年度内累计到货量的60%,团购、批发部分不高于年度内累计到货量的20%,库存比例不高于年度内累计到货量的20%。鼓励经销商加大拆箱销售比例,惠及更多消费者。商超卖场以零售为主,且零售比例不低于每次到货量的95%。

——实施严格的管理,发现问题严肃处理。李保芳推心置腹地对经销商说,大家现在的利润已经够高了,不能拿少量的酒去卖平价,大量的酒去卖高价,店面摆1499摆个样子,后面又去勾兑卖高价。每一个经销商都不能再推波助澜。

——从贵州抓起,从贵州做起。7日的市场工作会,专门安排20名贵州经销商代表参会。李保芳要求,“贵州所有的经销商,要把酒放到前台来卖,给全国其他的省区市作表率。”

——新渠道和老渠道互为补充,促进建立完善的营销体系。“新的营销体系要逐步地发挥出抑制价格的作用。”在团购方面,将逐步实行定制型团购的模式。

李保芳在要求各省区的负责人、联谊会会长要切实负责的同时,要求茅台酒销售公司的领导要切实承担起责任,深



入研究实施的效果,及时纠偏,确保健康发展。

“黄牛”搅局也是助推价格疯涨的因素。李保芳说,不能让“黄牛”问题成为目前茅台酒销售过程中一个司空见惯、熟视无睹的现象。要加快人脸识别技术的应用,有效遏制“黄牛”搅局,将酒卖给真正喝酒的消费者。

针对近期白酒行业的提价潮,李保芳说,茅台酒价格是不可以随便动的,我们一定要保持定力和底气。我们不必为别人在提价过程中,速度比我们快而去忧愁,我们要做的就是做好品质,做好市场基础。

李保芳表示,近期,茅台集团将进一步充实茅台酒销售公司和集团营销公司队伍,为进一步做好市场夯实基础。

与此同时,茅台集团将进一步强化市场督察。从8月中旬开始,在集团公司层面和销售公司层面组成督察工作组,对全国区域市场开展常规检查、突击抽查、交叉巡查和暗访督查。一方面督察经销商囤货居奇、哄抬物价、虚假交易、捆绑搭售、转移销售、售货不明六种扰乱市场秩序、严重损害茅台品牌形象及消费者利益的违约行为。另一方面,将督察商超卖场日常管理、销售管理、文化建设、服务提升等工作。督察结果将作为合同续签、计划调剂、评先评优的重要依据。

坚决打赢 “控价稳市”攻坚战

8月7日的市场工作会,充分表明了茅



台集团对于“控价稳市”的鲜明态度和坚定决心。

“在稳价的问题上,茅台的态度始终没有变。”茅台集团总经理李静仁坚定地说,茅台实施“控价稳市”工作,既是立足于茅台品牌发展长远,也是立足于市场发展实际,更是立足于茅台发展大局。李静仁强调,提高政治站位,坚决抓好“控价稳市”工作;统一思想认识,坚决维护茅台酒市场稳定;强化工作措施,坚决打赢“控价稳市”攻坚战。

李静仁希望经销商要从顺应市场发展潮流和茅台长远发展的角度,自觉站在讲政治、负责任、顾全局的高度,不断增强大局意识,牢固树立“大茅台”观念和“一盘棋”思想,把本次会议的成效迅速转化为抓落实的有力举措,以鲜明的政治态度、抓铁有痕的决心,贯彻落实好本次会议精神,确保“控价稳市”工作高效执行、见到实效。

茅台能有今天的良好发展局面,离不开党和国家、各级领导、社会各界和广大消费者的关心与信赖,也离不开广大经销商和全体茅台人的共同努力。无论是从茅台服务贵州经济发展的角度,还是从茅台自身发展的角度,都容不得茅台的发展有半点闪失。

“茅台酒市场的健康稳定,是茅台厂商生存和发展的共同利益基石,既事关经销商、消费者利益,更事关茅台的长远发展。”李静仁说,“我们绝不允许茅台酒价格超出消费者能接受的底线,绝不允许任何经销商逾越控价目标的红线,绝不允许任何人损害茅台发展的根基。”

李静仁要求全体茅台酒经销商务必保

持清醒头脑和高度警惕,深刻认识茅台酒市场稳定的重要性和必要性,深刻认识到茅台酒价格过高带来的风险和隐患,自觉将思想和行动统一到集团公司的决策部署要求上来,紧盯目标,聚焦问题,精准发力,共同维护茅台酒市场健康、稳定发展。

当前,“控价稳市”工作时间紧、任务重、责任大,李静仁强调,必须有的放矢、对症下药,结合各个区域市场发展实际,提出有针对性的措施和办法,因地制宜,分类施策,强化工作力度,细化工作措施,扎实推进“控价稳市”各项工作。要严厉打击和查处各类扰乱市场秩序、侵害消费者权益、影响茅台品牌形象的违规违约行为,坚定不移平抑茅台酒市场价格,坚定不移维护消费者权益,坚定不移维护茅台品牌发展的根基与命脉。

“处大事贵乎明而能断,临大贵而在顺而有为。”李静仁用《从政录》的这句话,寄语广大经销商,自觉站在茅台厂商共赢的角度,充分发挥示范表率作用,与茅台携手并肩,同频共振,共同维护好茅台酒市场,为茅台的可持续发展营造一个更加健康、有序的市场环境。

全力保障 茅台酒市场健康有序

当前,社会各界对茅台发展的关切、期盼越来越高。“稳价”既是落实上级政策的要求,也是兼顾各方利益的需要。茅台从遵守国家政策规定,维护市场健康发展的角度对市场加以规范,也要求全体经销商必

须从讲政治的高度、从可持续发展的高度来认识茅台价格的重要性和必要性,以严肃、积极的态度对待价格问题,和茅台一起,把相关管控工作推进到位。

茅台集团副总经理杨建军要求,进一步细化举措,精准施策,推动形成市场管控的长效机制。

一方面强化工作导向,推动形成由“被动整治”向“主动作为”转变。“在一段时间之内,要相对集中地投入精力解决最严重的问题,以期迅速遏制市场价格上涨势头。”同时,严格兑现奖惩,查实存在损害茅台品牌形象、违反茅台酒合同约定、不遵守相关管理规定、损害消费者权益等行为,要从严从快处理,做到发现一起,研究一起,查处一起。

另一方面,创新管控形式,形成综合长效监管机制。根据市场形势不断细化合同约定,完善相关管理制度,把严要求、硬措施和违约追责办法体现在具体的制度当中。进一步建立价格问题会商机制,形成厂家主导管理、经销商自律自查、消费者参与监督的良好格局。建立经销商信用监管机制,把违约处理与星级评定和相关市场政策执行结合起来,真正形成“一处失信、处处受限”的监管新模式。

同时,对于自营渠道和经销商面临的“黄牛”搅局等问题,加强设备设施监测,强化信息分析、汇总、数据集成,实现由人为监管向智慧监管转变。

“利用规范市场秩序的重要契机,夯实市场管理,优化渠道体系,不断增强茅台抗风险能力。”杨建军强调,把稳价与夯基础、提服务等重点工作结合起来,做到多管齐下,多措并举,相互促进,标本兼治,真正建立坚实、稳固的营销管理体系,推动市场健康发展。

重点包括建立良好终端经营秩序,通过系列管控手段,综合社会各方力量,对破坏市场秩序的行为进行长期性、持续性、反复性治理,从根本上对市场秩序加以规范;树立优质终端服务形象,变坐商为主动拓展终端零售和团购客户,建立制度化、标准化、规范化的专卖店、经销商经营管理体系,树立终端服务标杆、价格标杆、形象标杆;完善终端渠道体系建设,加快推进商超、卖场、电商等短渠道扁平化建立,让茅台酒以持续稳定的价格走向市场,走进千家万户,满足消费需求,增强消费粘性,筑牢可持续发展的基础。

“茅台与广大经销商命运与共、休戚相关,希望大家能够进一步强化政治站位,正确分析市场形势,切实增强做好稳价工作的责任感与紧迫感,严格遵守国家法律法规和厂商合约,坚持诚实守信做好市场,共同推动茅台酒市场持续稳定健康发展。”杨建军情真意切地说。

(本报记者 樊璞 张建忠 组稿)