

茅台之窗

全面打响“稳市稳价”战 让更多消费者买到茅台酒

李铁

在春节前集中投放超去年同期的茅台酒,100%拆箱售卖清零库存;非均衡“精准投放”巡查“零容忍”;自春节天天开门营业……1月18日,“茅台时空”获悉,自元旦前开启的一场茅台“稳市稳价”战已经全面打响,2月11日春节前,不仅会有更多消费者买到茅台酒,也为茅台2021年一季度“开门红”埋下伏笔。

自2020年11月以来,从各地市场工作会到2020年度全国经销商联谊会,茅台高层持续在不同层面、多个场合,向社会和市场释放“稳市稳价”信号。

在业内看来,自2020年4月国内疫情得到有效控制后,受供需紧张、资本运作、“黄牛”搅局等因素叠加影响,茅台酒价格上升过快。茅台及时推出的“双加”举措——加强检查、加大投放,100%拆箱清零库存,在一定程度上遏制了茅台酒价格持续上升,还让市场解渴,消费者也能在家门口买到茅台酒。

01 加量: 春节前投放茅台酒超去年同期

“家里老人平时爱喝点小酒,今天听说有活动进社区销售茅台酒,1499元的价格,感觉很温馨。”1月12日,陕西省西安市小寨东路,消费者王飞(化名)在家门口买到了两瓶茅台酒。“大年三十喝一瓶,大年初一喝一瓶,一瓶酒结束鼠年,一瓶酒开启牛年。”王飞已经计划好了,准备用茅台酒作为一家人开启新一年的重要见证。

当天,陕西省一经销单位在此开展主题为“中国茅台、香飘世界、走进社区、走近消费者”的现场销售服务活动,305个陕西消费者足不出小区,买到了600多瓶平价茅台酒。

“‘双节’期间开展驻场销售服务”,这只是茅台“稳市稳价”的举措之一,首先需要量的支撑。

“茅台时空”此前曾报道,在春节前2个月,茅台集中向市场投放茅台酒,市场供应量超过去年同期。2020年元旦、春节期间,贵州茅台的投放量约为7500吨。

同时,茅台采取非均衡供给,按照重点市场、中型市场、小型市场先后顺序进行物流配送,实现“精准投放”。

据悉,茅台已经形成了社会渠道、自营渠道、电商商超渠道互为补充的营销体系,并各有侧重:在社会渠道管控统筹上持续发力,精准投放,把控销售节奏;加大自营力度,增设自营网点,优化客户购酒方式,严控产品流向,挤压“黄牛”生存空间,严防市场炒作、倒卖;大力拓展电商、商超、卖场等终端消费渠道,实施扁平化销售缓解供需矛盾,综合施策



消费者在家门口买到茅台酒。



市场服务先锋队在一线。

推动市场稳、价格稳。

02 严查: 100%拆箱售卖茅台酒清零库存

有了量的支撑,茅台酒要走进消费者餐桌,离不开渠道经销商的鼎力支持。

“面对春节用酒高峰期,拆箱售卖的规定虽然增加了工作量,但目前来看挺好的,能抑制价格,付出什么都是值得的。”北京一位经销商在接受“茅台时空”采访时说。

100%拆箱售卖茅台酒近日已在媒体和朋友圈刷屏,指的就是,茅台各经销单位须加大飞天茅台酒拆箱销售比例,拆箱销售比例要达到100%。

“在1月1日前将2020年茅台酒计划100%销售,在2月11日前将2021年1月、2月份茅台酒到货量100%销售,做到应售尽售,不留库存。”近日茅台酒销售公司相关负责人受访表示,第一阶段的销售已按时完成,各经销单位元旦前已将2020年茅台酒计划量全部投放市场,实现库存清零。此举既缓解了元旦市场压力,也为“稳市稳价”的目标奠定了一个良好开端。

在媒体看来,定量拆箱政策有望进一步缓解对茅台供需失衡的担忧,称茅台已经来到了掌控市场走向的关键时刻。

“以严和实的举措推进‘稳市稳价’,最大程度地满足消费者需求。”茅台集团党委书记、董事长高卫东已明确指出,经销单位要坚决杜绝惜售捂售、转移销售、高价销售,打造更加紧密的利益共同体和命运共同体关系。

在2020年,茅台内部、包括聘请第三方调查机构到全国20余个省区,严查茅台经销单位惜售捂售、转移销售、高价销售等违约行为,中秋国庆以来加强对贵州、北京、河南、山东、广东等10余个重点市场的社会渠道、电商商超渠道进行专项检查,合计严厉处罚了

30家违约经销单位,并向全体经销单位通报。

同时,2021年元旦前,茅台酒销售公司负责人分别带队深入市场一线,以“风向标市场、大吨位单位”为重点,督查市场销售。

有媒体观点称,对于被这一政策推动,必须走出舒适区的茅台大商们来说,与企业站在一起,参与净化市场、维护企业与品牌良性发展,市场与消费者的共同利益,理性经营抵御泡沫风险,也是其自身事业长治久安的唯一选择。

对于拆箱,也有媒体持不同观点。中国酒业杂志提出质疑“拆箱”会增加炒作,不过根据消费者和经销商的反映,支持的声音占大多数,认为可以避免囤积居奇。

“茅台时空”联系了贵州茅台北京、黑龙江等省区和经销商发现,对于拆箱售卖的规定,大家都积极支持并严格执行。

“价格降温明显,还能提高开瓶率”,北京朝批商贸有限公司总经理王雷赞成这一举措满足消费需要。

哈尔滨鑫富利达商贸有限公司董事长杨东辉也持同样的观点,不过他说,团购客户等不是很理解,说拆箱后拿酒和送朋友不太方便,“我们尽力做好解释工作,并做好配送工作”。

“今年的销售要求更细。”贵州茅台北京省区负责人表示,不过经销商也都很理解支持,北京省区已全面巡查2次,目前正在针对重点市场巡查。

有网友“我心飞翔”在“茅台时空”后台留言说,很支持茅台厂家这样做,希望能长期坚持这个做法,可以避免囤积居奇扰乱市场。

酒类营销专家蔡学飞与中国食品产业分析师朱丹瑾对于拆箱销售茅台酒均表示认同,认为拆箱销售之后,有利于打击市场囤货炒作行为,在一定程度上加强茅台的流动性,对于茅台价格的回落有直接作用,“茅台为了价格体系的稳定以及消费者的权益得到更好

的保障,这么做是更有利于消费者的,也会进一步打压黄牛党”。

03 服务: 做好疫情防控每天有酒可售

“做精品质、做深文化、做优服务。”这是茅台集团党委副书记、总经理李静仁对全体茅台渠道经销商提出的要求。鉴于当前疫情防控的严峻性和复杂性,茅台营销坚持“疫情防控”和“稳市稳价”两手抓,多地经销商进一步完善服务消费者举措。

防疫无小事,这一概念已成为茅台厂商共识。茅台明确要求,对于中、高风险地区,要严格按照当地防疫部门相关要求开展销售活动,做好提前预约、定时分批提货、戴口罩、店外画点等候、入店扫码测温填表、无接触式交付、店内定时消杀等工作。

“茅台时空”从黑龙江省区了解到,因为疫情原因,有两个中高风险地区的专卖店已完全停止销售。“我们首先要遵守国家防疫要求才能开展销售活动,防疫是第一位的。”贵州茅台黑龙江省区负责人说。

2021年1月10日前,贵州茅台各省区统一制作、发布“温馨提示”,内容包括销售网点信息、产品名称(以普通飞天、五星茅台酒为主)、价格政策、售酒规则、购买方式、店内服务、官方投诉举报通道等。

除了社会渠道,电商商超也成为包括年轻人在内的消费群体的预约买酒渠道。对年轻人来说,茅台酒像他们之前炒的鞋一样,是一种紧俏商品,也从侧面说明了,茅台为什么高热不下的一个原因。

不过对于电商商超的售酒门槛,议论不小。“茅台时空”获悉,在做好反“黄牛”的基础上,茅台将引导和督促电商商超渠道降低购酒门槛,制定科学规范的销售规则,根据市场价格变化,适度调整区域投放并确保每天都有酒可售。

为了引导客户开瓶消费,茅台自营公司将加大线上预约、线下投放的销售数量,分类管理客户档案,做好客户精准识别,提升反“黄牛”能力。

据了解,茅台正在陆续将保障春节销售的茅台酒发运到经销单位,春节前引导和督促社会渠道、电商商超没有特殊情况不能歇业,做到“库存清零”。

茅台自营公司将每天开门营业,尽力满足消费者购酒需求。同时茅台“市场服务先锋队”已奔赴市场一线,协助各自营公司做好茅台酒销售服务工作。

值得一提的是,以日保旬、以旬保月、以月保季,茅台全面打响“稳市稳价”战的同时,也为2021年一季度“开门红”打下了坚实基础。

新疆伊力特酿酒一厂 召开酒糟招标会

2021年1月7日,新疆伊力特实业股份有限公司酿酒一厂召开酒糟招标会,有6家酒糟承包户参加了竞标。

酒糟是白酒生产的副产品,是发展养殖业非常好的饲料。伊力特酿酒一厂每年出产酒糟数千吨,全部都供应给发展养殖业的单位和个人,按照公司的通知要求,酒糟面向社会竞标,经过细致准备,伊力特酿酒一厂召开了酒糟招标会。

会上,厂长梅寅宣读了《伊力特酿酒一厂酒糟招标实施方案》,为了实现招标工作公平公开,酿酒一厂制定了实施方案,成立了招标领导小组,具体了招标方式。新源分公司副总经理闫建国和工作人员踊跃敏到会监督招标全过程。闫建国充分肯定了酿酒一厂经验做法和细致准备工作,要求酒糟承包户正确看待招投标工作,也积极参与进来,与分厂紧密合作,共同快捷高效把酒糟销售出去,在企业发展中互惠互利合作共赢。最后,经过两轮报价确定出酒糟销售价格,招标领导小组民主测评投票,选出中标方。酒糟招标会由此圆满结束。

(李俊)

雅迪集团控股创始人 钱静红: 构建基于“双循环”的 雅迪新格局

作为国内两轮电动车的领导品牌,雅迪电动车近年来在国际市场的发展势头十分强劲:2016年,雅迪电动车已经远销66个国家和地区,“全球化”战略开始逐步展露成效,2019年,雅迪营收破百亿,销售网络遍布全球83个国家和地区,品牌影响力覆盖全球数十亿消费者。2020年,雅迪电动车在海外市场的销量进一步增长,并实现整体突破1000万台年销量,成为受到全球消费者喜爱的电动车品牌。对此,雅迪集团控股创始人董经贵、钱静红均表示:雅迪立足国际、国内两个市场,着力构建双循环格局。

“双循环新发展格局,对我国电动车行业而言,可谓十四五时期的首要关键词。”雅迪集团控股创始人董经贵道。我国是两轮自行车、两轮电动车的产销大国,建成“国内大循环”的战略腹地,国内国际双循环的战略模式,不仅蕴含着新局之下行业、企业、个人的大把机遇,更决定着我国两轮出行市场能否在世界城市体系中进一步争夺领先地位。

站全球之高,看时代之远。近年来,雅迪电动车通过引入更多高端研发、生产、试验和服务资源,吸引更多高精尖科研技术人才集聚,深度融入全球电动车产业链、供应链、价值链的整合,成为了国产电动车借助“双循环”实现互促共进的典范。雅迪集团控股创始人钱静红介绍,如今雅迪电动车,在全球已经完成8大高端生产基地的布局,累计出口海外83个国家和地区。无论是雅迪石墨烯电池,还是一体式侧挂电机、自适应电机、智能控制系统等,均赢得了全球新能源出行市场的认可和追捧。

对于雅迪这样的头部企业而言,“十四五”开局之年,不仅仅是要利用好核心技术的优势,进一步培育和发展国内市场,巩固国内大循环战略腹地的地位,而是要通过更高水平的对外开放,扮演整个行业在“国内国际双循环”中的门户枢纽角色,引导整个行业实现高质量发展。雅迪集团控股创始人董经贵、钱静红介绍,雅迪的“全球倍增”这一历史战略,即是在此背景下孕育而生。

(中新网)

合合信息牵手腾讯云 助力企业 加速数字化转型

人工智能及商业大数据企业合合信息与腾讯云近日共同宣布,双方达成战略合作,将充分发挥彼此在OCR(光学字符识别)技术、企业全景大数据、企业服务全链路的优势,构建数字化转型共同体的强大生态力量,助推产业加速数字化转型。

据介绍,此次合作双方将重点在金融、政务等场景进行探索创新和应用突破。合合信息将结合其在文字识别、文档管理、商务社交、票据识别等场景的技术、经验积累,与腾讯云一道,帮助企业和政务部门提高业务效率,优化业务流程,加速业务信息化管理决策。

同时,双方还将在人工智能和商业大数据落地应用解决方案上共同发力,通过企业知识图谱解决方案、金融风险知识图谱解决方案、供应链大数据风控平台、企业信息数据实时分析大屏等落地产品,以及全球顶尖的AI技术和大数据分析挖掘能力,帮助各行业解决痛点问题,提高商业效率,进行数字化、智能化转型升级。

腾讯副总裁、腾讯云副总裁徐溯鸣表示,期待合作为更多领域的客户提供智慧解决方案,助力企业产业转型,提升企业运营效率和最终用户感知。

合合信息董事长镇立新称,其一直致力于助力企业将技术与行业场景融合,推动行业数字化转型,共同激发智能数字化时代的巨大潜能。合作双方致力于解决行业真实痛点,将人工智能技术和自身资源优势转化为成熟的解决方案,为产业升级和社会发展不断创造价值。

(夏冥)

创新门店业态 彰显发展信心

成都首家星巴克咖啡·酒坊亮相万象城

本报记者 唐勃

2021年1月22日,星巴克在蓉推出的全新门店业态——星巴克臻选咖啡·酒坊成都万象城店盛大开业。星巴克将酒吧体验与臻选咖啡全面融合,为成都人带来了咖啡与酒融合的创新体验。咖啡与酒吧一体的新模式,为这座城市热闹的夜生活增添了一个全新的独到处。星巴克臻选咖啡·酒坊,其创新消费场景和消费业态引人注目,彰显出巨大的发展信心。

作为成都首家可以喝酒的星巴克,其卓越的创新力不断颠覆顾客的既有印象。星巴克臻选咖啡·酒坊,正是星巴克持续创新产品,创新场景,满足顾客日新月异的生活方式及消费变化的力作。这也是星巴克创新门店业态,持续加强门店发展及业务发展深度的体现。

记者注意到,门店共分两层,一楼是臻选吧台,推门而入首先映入眼帘的是手冲吧台,



咖啡醇香迎着每一位到店的顾客。吧台上特殊的凹面设计灵感来自于咖啡豆杓的造型,层叠的墙面材质在空间中形成一种律动,与天花上特殊定制的紫铜色灯泡交相辉映,再到独立的专属商品展示柜,每个细节都向顾客展示咖啡文化的魅力。半开放式的格局是为咖啡爱好者打造的从煮制到品尝的美妙

咖啡剧场,顾客与咖啡大师之间能拥有更多交流与互动。拾级而上,来到二楼。这里结合原有的地形环境塑造出绝佳观景视角的空中酒吧。闪闪发亮的金黄色BARMIXATO酒吧台,结合着若隐若现的酒架陈列,顾客们在这里可以感受属于星巴克的微醺体验。通过咖啡与酒的奇妙融合,帮你解锁味蕾“星”感受。

星巴克臻选咖啡·酒坊成都万象城店在装饰艺术方面也是新意十足,将星巴克咖啡文化与成都文化有机融合。由上而下蔓延整个空间。天花如宽窄巷子般横竖交错的纹理设计,是对整座城市特有的空间文化的抽象萃取;由3000多颗麻将拼成的上海烘焙工坊影像的墙面装饰,画有熊猫和从事咖啡工作的伙伴墙绘,由中国产区臻选咖啡豆卡和变脸元素卡片组成的蜀字墙画……具有蜀地特色。

从1999年起,星巴克进入中国内地市场,在北京国贸写字楼开出第一家门店。深耕中国21年,星巴克中国已成为星巴克全球发

展最快、门店数量最多的海外市场。星巴克始终致力于成为一家与众不同的公司,秉承“激发并孕育人文精神——每人、每杯、每个社区”的使命,传承经典咖啡文化的同时,关爱伙伴,为顾客提供超越期望的星巴克体验,并为所在社区的繁荣做出贡献。

星巴克进入中国以来,坚持对中国市场长期发展的决心和信心,持续培养咖啡人才传播咖啡文化。2012年,星巴克在云南普洱建成亚洲首个星巴克种植者支持中心,提升云南咖啡豆的品质,助力中国咖啡走向世界。2020年,虽受新冠疫情侵扰,星巴克迎难而上,星巴克中国“咖啡创新产业园”项目落户昆山,这一重要布局彰显了对中国市场长期发展的信心。后疫情时期,星巴克快速复苏,2020财年第四财季创下了星巴克中国季度开店总数的新纪录。目前,星巴克在中国内地200多个城市开设了超过4800家门店,拥有50000多名星巴克伙伴。



龚大成

(保积来)

书画春节联欢晚会青海分会场启动

为弘扬中华优秀传统文化,推动中国书画艺术的传承与发展,1月21日,书画春节联欢晚会青海分会场在海东市乐都区河湟雅居隆重举行,来自青海河湟地区30多位书画家挥毫泼墨,以墨会友。

活动中,还任命龚大成成为中部书画院副院长。

中国书画是中国传统文化的重要组成部分,历代书画艺术家为中华民族留下了无数艺术珍品。书画深受收藏家的青睐,也深受广大民众欣赏。书画春晚旨在传播书画艺术,通过这样一场晚会,让更多人参与书画活动。

书画春节联欢晚会青海分会场负责人龚大成介绍,晚会用丰富多彩的艺术形式宣传弘扬中国优秀的传统文化,彰显中国书画艺