

摸底京浙沪 读懂茅台渠道革新的信心、决心和恒心

郭媛

茅台一直在行业的变局中探寻白酒的未来,其调研也正呈现出更加鲜明的时代特征。

5月中旬,茅台集团党委副书记、总经理王莉率队对京沪浙三大核心市场做深度调研,并召开社会电商、商超渠道座谈会、文化产品专项会议及茅台酒营销人员市场工作会。

这是一场横跨三大经济圈的摸底,不仅释放了今年1—4月主流电商渠道茅台酒销售同比增长超30%的利好,公布文化产品全面规范管理、首次展示营销评价模型等信息,更传递出了茅台深入推进渠道改革的明确信号,折射出白酒龙头企业在数字化时代构建新型渠道生态的行业命题。

摸底京浙沪,其背后蕴含的是茅台对宏观经济、市场格局以及行业趋势的深度思考 and 把握。

摸底京浙沪

今年,茅台高层展开了密集的市场走访调研。在春季市场调研期间,茅台沿着东线、中线、北线,走访13个省区,举行12场茅台酒市场营销座谈会,与18个省区984家渠道商深入交流并调研拓客增长比例,一季度整体销售和被动库存情况,以及批发、团购、零售在渠道销量的占比等。如此高规格、大规模的市场行为,在酒业十分罕见。

进入5月,茅台高层再度调研,并将目光聚焦于京浙沪,这三个区域不仅是全国经济与消费的高地,更是电商生态、文化传播及政策风向标的核心区域,背后蕴含着茅台对消费趋势、渠道变革以及白酒国际化、年轻化的深度考量。

据智研咨询《2025-2031年中国社交电

行业市场竞争力分析及发展前景展望报告》,我国社交电商行业重点企业主要集中在北京、上海、浙江等地,这一分布格局源于这些地区的经济发达、消费能力强、科技实力雄厚、政策支持力度大以及产业链配套完善等多重优势。未来,随着社交电商行业的不断发展和数字化浪潮的推进,这些重点地区将继续发挥引领作用,推动中国社交电商行业不断创新和发展,迈向新的高度。

具体来看,上海作为国际金融中心,更是茅台国际化“桥头堡”,是众多电商平台总部聚集地,跨境电商和社交电商模式成熟,可有效激活海外市场的增量;浙江民营经济活跃,圈层营销可加速团购占比提升,杭州更是被称为“电商之都”,足见其电商经济的活跃;北京作为政策风向标和即时零售标杆,企业可通过商超、即时零售等多种渠道实现对消费者的精准触达。

基于电商在京沪浙的广阔的市场空间和发展机遇,也吸引了众多“新商务人群”汇聚,他们消费观念新颖,对新鲜事物接受度高,且具备较强的消费能力,在消费选择上更注重品质与品牌,同时也习惯通过电商平台进行购物,这也是茅台的目标消费群体。

实际上,今年茅台高层已多次调研京浙沪并谈及电商布局,可见茅台对线上平台的重视力度持续加强,其正在通过深入了解这三个极具代表性的市场,精准把握电商时代的消费趋势,为后续的市场布局与战略决策提供有力支撑。

茅台“重构”渠道逻辑

在不断加强电商渠道布局时,茅台正在对电商渠道价值进行重新定位——从单纯的销售渠道升级为消费者洞察中枢。

从今年1—4月的数据来看,茅台酒市场呈现出稳定增长的态势,主流电商渠道更是表现卓越,销售额同比增长超30%。电商渠道的高转化率、广覆盖性及数据驱动优势,为茅台酒在行业调整期业绩持续上涨提供了关键支撑。

在电商渠道座谈会上,茅台提出“广布根、深扎根、扎精根”的电商渠道深耕策略,围绕“客户深耕、市场管理、正品和保真”,重点转向质量管控与生态建设。

茅台要求电商平台从流量运营转向数据和产品运营结合,建立专门营销团队强化客户转化,同时要求电商渠道坚持长期主义,反内卷、反不正当竞争,成为茅台酒市场可持续发展高质量发展的赋能者,共同呵护好茅台的市场秩序。

此前的4月15日,贵州茅台酱香酒营销有限公司官方微信公众号发布公告,面向社会招募主题终端店在美团、饿了么和抖音平台的运营者。而在去年12月,该公司也曾发布公告,面向社会公开招募茅台酱香酒京东、天猫旗舰店运营者。

种种信息表明,茅台正在“重构”渠道逻辑。

茅台电商渠道的布局不单是渠道的扩展,更是对白酒产业链的重构。用户端以即时需求激活增量市场,产品端以场景化创新提升综合溢价,渠道端以数据驱动实现精准运营,实现“用户-产品-渠道”的消费闭环。

相较于电商的数据优势,商超渠道需发挥场景体验与精准触达的双重效能,这在茅台要求其拓宽生长边界、强化深耕客户、渠道管理以及产品适配的部署中可见端倪,以“做优做强茅台酒市场”事业目标,优化茅台立体化渠道生态。

茅台正打破传统渠道与新型渠道的博弈

思维,进一步强化线上线下联动,平衡电商红利与渠道生态,构建了更健康、更合理的渠道生态体系,推动渠道逻辑从“流量争夺”向“价值共创”跃迁。

当下,正处在一个新旧动能转换的关键时期,消费需求正在发生变化,茅台也正站在变革的“十字路口”。

渠道革新是其穿越周期的关键支撑。茅台精心构建的自营和社会经销两大体系,犹如稳固的两翼,为其市场拓展和品牌传播提供了强大助力。“4(自营公司、i茅台、大客户、企业私域)+6(传统经销商、商超百货、社会电商、酒店餐饮、专业连锁、产业私域)”共10个渠道,各有其独特的优势和定位,相互补充,协同发展,为茅台的持续发展提供坚实的保障。

对电商渠道的越发重视,说明茅台在充满不确定性的市场环境中,已找准了穿越周期的方向和重点。

茅台的信心、决心和恒心

在线上平台布局方面,茅台展现出了前所未有的信心、决心和恒心。

茅台的信心,根植于对市场规律的深刻认知和对用户需求的穿透式洞察。茅台高层持续不间断的市场调研,与电商渠道、商超百货渠道交流座谈,了解市场一线动作,为产品精准投放、渠道深化改革提供量化依据。1-4月主流电商渠道茅台酒销售额的显著增长,也验证了茅台线上渠道布局的有效性巨大潜力。

频繁地市场调研为电商渠道布局提供决策支持,大规模招募运营服务商,为几千家终端门店上线平台提供支持,茅台开拓新渠道的决心投入力度可见一斑。

茅台强化对电商渠道的布局,不是短期的流量博弈,而是基于长期主义的生态体系培

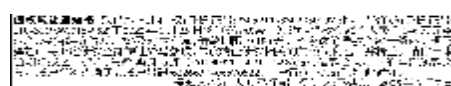
育,这是茅台的恒心。

茅台跳出“渠道即卖货”的传统认知,电商渠道既是消费者洞察中枢,也是文化传播引擎和全球化桥梁,这背后是茅台从“渠道为王”到“消费端为王”的转变。

茅台深知,消费者到哪里,渠道就要到哪里。其以消费者为中心,持续强化产品力、市场力、品牌力,更好地触达终端消费,通过各大平台算法可实现供需精准匹配,茅台可动态调整区域投放量,实现动销增长与批价稳定,将产品投放到有真实需求的市场区域和渠道,真正做到“深化渠道触达、产品适配、服务升级”。

线上平台宛若茅台在C端消费者与终端门店之间架起一座桥梁,有利于提升用户体验与品牌粘性,优化渠道层级、平衡厂商利益,这无疑现阶段酒企应对市场变革的核心路径。

对线上平台的重视和投入,也能够推动茅台对用户的精细化运营,切实提高线上消费者的转化率及复购率。来自线上平台的海量数据,也将助力企业的策略制定,打造更符合消费者需求的爆款产品,对企业发展产生深远影响。



涉案机动车和发电机组拍卖公告

《杏花村外史》之第三季(连载之六)

杨仁宇/著

第六回

贞观御酒干和为尊

秦王并州逢干和,贞观盛筵待远客。御酿琼浆尊为首,威耀四海传赞歌。

隋末,战火肆虐,天下分崩离析,百姓深陷水深火热之中。身为秦王的李世民刚驻军并州,望着满目疮痍的大地,心中满是忧虑与责任,暗自发誓定要安定这一方百姓,还天下太平。

一日,李世民为了深入了解百姓生活,换上寻常布衫,头戴斗笠,在城中微服私访。行至一处曲折的街巷,一阵醇厚浓郁的酒香扑鼻而来。“这是何等酒香,竟如此勾人!”李世民不禁喃喃自语,脚步也不自觉被牵引着。

顺着香气,他来到一家门庭若市的酒肆。店内人声嘈杂,热闹非凡。李世民找了个角落空位坐下,向店小二喊道:“小二,来壶你们这儿最招牌的酒!”不多时,一壶酒被端了上来。他揭开壶盖,馥郁的香气瞬间弥漫开来,“果然非凡!”他暗自赞叹。

酒液入口,绵甜率先在舌尖散开,紧接着醇厚的风味如汹涌潮水般在口腔中层层翻涌。咽下之后,那股悠长的回甘好似春日微风,轻柔却又让人难以忘怀。李世民不禁拍案叫绝:“此等琼浆玉液,真乃酒中珍品!”他心想,若将士们都能品尝到此类美酒,定能士气大振。

从那之后,军中但凡有庆功犒赏之事,“五誉清”汾州干和酒便成了席上不可或缺的美味。每次将士们举杯痛饮,李世民都在一旁看着,心中满是欣慰,他知道,这酒不仅是犒赏,更是激



秦王巧遇“五誉清”。



唐太宗宴请游牧部落首领。

励他们奋勇杀敌、早日平定乱世的动力。

玄武门之变后,李世民登上皇位,开启了贞观之治。大唐国力蒸蒸日上,威名远播四海,周边各国纷纷遣使来朝。李世民在治理国家之余,越发喜爱汾州干和酒,时常与亲近的大臣们在宫中宴饮时一同品鉴。

一次宴会上,房玄龄端起酒杯,赞叹道:“陛下,这‘五誉清’汾州干和酒,真是酒中极品,正如我大唐如今的盛世,独一无二啊!”李世民微笑着点头:“玄龄所言极是,此酒清醇醇厚,就像我大唐的根基,稳稳当当,这也是我大唐能有今日之盛的一个象征啊。”

贞观三年,回纥使臣历经数月长途跋涉抵达长安,恭敬地献上奇珍异宝,郑重表达归顺大唐之意。李世民得知后,心中大喜:“回纥来归,这是大唐之幸,定要好好款待,彰显我大唐的气度!”当即决定举办一场空前盛大、奢华至极的宫廷宴会。

筹备宴会期间,李世民第一时间钦点“五誉清”汾州干和酒作为宴会用酒。他心急如焚,立刻下令:“速速派遣最精锐的骑兵,快马加鞭将大批美酒运往长安,不得有误!”同时,他亲自监督工匠在宫殿前搭建高耸的站台,放置巨大银瓶,又命人在左阁挖掘地下管道。他心想:“一定要设计完美,让这场宴会惊艳四方,让各国使者见识我大唐的实力与智慧。”

宴会当日,太极殿被装点得金碧辉煌,华烛高照。乐师们奏响气势磅礴而又悠扬婉转的雅乐,身着五彩霓裳的舞女们伴随着音乐翩翩起舞,整个殿堂沉浸在一片欢乐祥和的氛围之中。李世民身着华丽龙袍,头戴冕旒,端坐在主位上,看着殿前数千名身着风格迥异的服饰的游牧部落使团成员,心中满是自豪,脸上却依旧挂着温和的微笑,缓缓抬手示意宴会开始。

只见银瓶下的管道缓缓流出美酒,晶莹剔透

的酒液如同琥珀般,潺潺注入精美的酒杯之中。游牧部落的人们从未见过这般新奇的饮酒方式,惊叹声此起彼伏。一位回纥使者忍不住说道:“大唐果然处处充满神奇,连饮酒都如此特别!”他们本就性格豪爽奔放,此刻更是毫无拘束,开怀畅饮。当汾州干和酒入喉,绵甜与醇厚交织的独特韵味瞬间征服了他们的味蕾。另一位使者大声赞叹:“大唐之酒,果然名不虚传,令人魂牵梦绕!”

这场宴会持续了整整一天一夜,众人沉醉在美酒与欢乐之中。宴会尾声,人们惊讶地发现,美酒竟还剩下半。李世民看着这一幕,心中十分满意,他深知,这场宴会不仅彰显了大唐的富足强盛,更如同一座桥梁,拉近了与北方游牧部落的关系。

贞观六年,新科状元高中,游街后意气风发地进入宫中。李世民在宫中大摆庆功宴。宴会上,“五誉清”汾州干和酒再次成为全场焦

点。状元郎满心激动,双手颤抖着接过御赐的美酒,仰头一饮而尽,随后跪地谢恩:“陛下恩赐,此酒之美,如同陛下的恩泽,令臣没齿难忘,定当竭尽全力,为陛下、为大唐效力!”

贞观二十一年,众多北方游牧部落首领纷纷归附,前来长安朝见。李世民兴致高昂,决定再办一场自来酒宴,重温往日的盛景。

还是在宏伟壮丽的宫殿前,依旧搭起高耸的高台、放置巨大的银瓶,“五誉清”汾州干和酒沿着精心铺设的管道再次悄无声息地涌至殿前。数千部落首领围坐四周,满怀期待地等待着。李世民举杯向众人敬酒,目光坚定而温和:“今日与各位相聚于此,共饮这美酒,愿我们的情谊如这酒一般,越陈越香,大唐的繁荣与各位的支持密不可分啊!”

酒过三巡,众人纷纷起身,向李世民表达忠心与敬意。一位部落首领起身说道:“大唐的强盛,从这美酒便能感受一二。我们愿永远追随陛下,共护这太平盛世。”

殿内气氛热烈,大家或是畅谈草原趣事,或是赞叹大唐的繁荣昌盛。这场酒宴的规模与贞观三年那次相当,同样美酒飘香,宾主尽欢。而那剩余的一半美酒,见证着大唐的盛世,诉说着李世民的英明与气度,以及大唐与北方游牧部落日益深厚的情谊。

从此,“五誉清”汾州干和酒不仅成为宫廷宴会、状元御赐的专用酒,其美名更是随着大唐的威名远扬四方,引得无数文人墨客、达官显贵慕名求酒。它不仅是一杯琼浆玉液,更是大唐盛世的象征,成为大唐酒文化中一颗璀璨的明珠,见证了那个辉煌时代的繁荣与昌盛。

欲知后事如何,请看下回分解。(待续)

公益广告

人人讲安全 个个会应急

——查找身边安全隐患

2025年全国安全生产月
2025 National Work Safety Month

四川省社会科学院主管主办 企业家日报社出版 地址:四川省成都市金牛区金琴路10号附2号 电话:(028)87319500 87342251(传真) 广告经营许可证:川工商广字5100004000280 四川省东和印务有限责任公司印刷 地址:四川省成都市郫都区双柏东二街113号