

白酒市场打响“营销战”

国庆临近性价比高的次高端白酒受青睐 “去库存”成行业主旋律

“金九银十”是白酒的传统消费旺季，往年中秋、国庆双节期间，人们走亲访友、婚宴聚餐增多，白酒消费量增大，白酒价格会在双节期间出现小幅上涨。今年中秋节前后，白酒市场的行情却一反常态，未出现传统旺季时的价格上涨态势。如今，国庆节临近，记者走访岛城白酒市场发现，行情旺季却在上演“打折促销”的戏码，各种高端白酒品牌纷纷开启节日促销活动。

探访

高端白酒市场呈平淡态势

记者发现，根据往年中秋、国庆双节行情走势，白酒企业会在双节前有一轮涨价，今年白酒并未出现集体涨价，甚至还出现了酒价下跌的情况。

作为白酒市场的风向标，茅台酒的价格走势是一个重要参考，记者查询发现，今年6月，散瓶飞天茅台批发参考价一度跌破2200元每瓶；7月，散瓶飞天茅台批发参考价持续反弹，终端销售价格也有所上涨。9月中旬上旬，散瓶飞天茅台售价仍在每瓶2500元左右徘徊。在中秋节前，记者走访茅台经销门店时，工作人员表示，茅台价格略有起伏，原箱购买单瓶约2700元，购买单瓶为2550元。9月23日披露的最新批发参考价显示，2024年飞天茅台原箱报2365元每瓶，较上一日下跌25元；2024年飞天茅台散瓶报2250元，较上一日下跌20元。

“目前原箱茅台每瓶2400元左右，散瓶2300元左右，国庆节前可能还会微涨，但涨幅不大。”9月24日，一名茅台经销门店工作人员告诉记者，目前茅台的销售情况还可以，用酒需求依然存在，但与往年超3000元一瓶相比，价格还是有差距。

不少高端白酒销售人员透露，往年双节期间，酒水需求大户是企业，主要用于给员工发福利等需求，但今年需求减弱，白酒市场表现不如往年乐观。

“以前中秋节前的半个月，我们就开始为双节忙碌了，今年中秋节已经过了，马上迎来国庆节，但是感觉今年与往年相比，白酒价格和销量都差很多。比如以前中秋和国庆订单是在一起的，有些公司一次就能订10多箱酒，用不完可能会囤着。但是今年不太一样了，去年订10多箱的公司，今年订了5箱，不少公司和之前那样的大单囤货不一样。”闽江路一家酒行老板告诉记者，往年酒行的团购销售业务占比较大，但是今年整体团购情况不如以往，高端白酒卖不上价格，销量也有下滑。

谈及今年双节白酒消费特点，不少白酒销售人员表示，当前高端白酒去泡沫明显，目前2000元以上的价格区间，消费者指名购买的是贵州茅台，1000元以上的价格区间，五粮液和国



市民在超市选购白酒。

窖1573是不二选择，一些二线品牌和区域名酒的千元价格带产品只能呈现“符号意义”，真实销售情况不太理想，整个高端白酒市场呈平淡态势。

促销

打折、“买一赠一”等成卖点

近两年，白酒企业不断深入跟踪、研究主力消费群体需求和偏好，行业对“市场正处深度调整期”似乎已达成共识。相比千元左右的高端白酒，更具性价比的次高端产品销量则增长明显，比如洋河海之蓝、五粮系列酒尖庄、泸州老窖黑盖、玻汾等百元价格纯粮瓶装酒，受到了消费者青睐，迎来放量增长。

记者走访香港中路几家大型商超的酒水区域发现，在货架上，最显眼的位置几乎被100元至300元、300元至500元价格带的产品所占据。热销的光瓶酒玻汾等产品，更是被摆放在醒目的位置，而一些千元档的产品却被“低调”地放在了远端的货架上。

在台东一家大型超市的酒水区域，古井贡酒、洋河、牛栏山等知名品牌旗下的100元至300元价格带产品纷纷占据货架。超市工作人员也以打折促销、“买一赠一”等卖点招揽顾客。工作人员介绍，部分白酒的价格已降至2018年以来在该超市的最低点。

讲述

“去库存”是行业主旋律

业内人士表示，今年中秋、国庆双节白酒消费呈现出“旺季不旺”的特征，一方面是从今年春节过后，白酒行业就面临旺季不旺、淡季更淡的整体局面；另一方面，当前白酒市场依然存在库存过高、价格倒挂的问题，整体观望情绪比较浓厚。

数据显示，根据中国酒业协会发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》，与去年同期相比，2024年1月份至6月份，超过60%的经销商、终端零售商表示存在库存增加；超过30%的经销商、终端零售商表示面临现金流压力；超过40%的经销商、终端零售商表示实际销售价格的倒挂程度有所增加；超过50%的经销商、终端零售商表示利润空间有

所减少。

“国庆节之前，一些酒企主动加大促销力度来抢占市场，导致白酒市场供给量不断加大，需求量却没有明显增加，导致了很多白酒产品价格下跌。”对于现在白酒市场的价格与销量问题，有销售人员认为，消费者如今对白酒消费更加理性，这也使得高性价比白酒获得人们的青睐，消费者希望用合理的价格购买更高品质的产品。“过去，白酒价格主要是提价逻辑和消费升级逻辑，但现在，市场消费形势发生变化，消费者当前对于性价比的需求跃升为核心需求，顺应这个变化，白酒价格逻辑正在进化为消费与价格双理性逻辑。”一名行业人士表示，从酒企角度来说，市场空间仍大、消费黏性仍强，但能更好满足消费者圈层性价比、社交性价比、饮用性价比的白酒企业，无疑将会受益。

出招

春节前后有望迎“拐点”

近期，多家头部酒企密集宣布控货稳价，以维持市场与销售商利益。据公开报道，茅台取消“大箱”投放及开箱政策；五粮液对第八代五粮液酒持续优化投放节奏；泸州老窖对52度国窖1573经典装发出停货通知……在头部白酒企业带动之下，有助于恢复整体市场信心。

此外，不少酒企还在金融政策、奖励政策等方面作出改善，保证渠道的良性运转。由于上半年销售平淡，渠道压力同步增长，构建厂商命运共同体也成为白酒行业今年常提及的话题，厂商之间慢慢形成一个正常的分利结构。

“各大酒厂为抢占双节消费旺季，纷纷出台渠道促销政策，随着渠道促销政策水涨船高，可能会抵消促销效果，国庆节后白酒市场价格倒挂现象可能还会加剧。”从事白酒销售多年的宋经理表示。业内人士分析，随着下半年社会面的改善，酿酒行业整体筑底企稳，以及白酒消费进入旺销季，部分优势品牌将开始恢复性增长，从而带动行业的周期性发展。行业目前正在筑底阶段，有望明年春节前后出现“拐点”。

观海新闻/青岛早报记者 杨博文
摄影报道

青大附院胰腺病诊治中心正式成立

**破解“胰”难
精准诊疗**

本报9月24日讯 近日，青大附院胰腺病诊治中心正式成立，为胰腺病患者提供了“一站式”精准诊疗。

最短时间完成治疗

患者季女士53岁，既往有乳腺癌、卵巢癌病史，因上腹痛、皮肤巩膜黄染到青大附院就诊，经CT检查为壶腹部癌，PET-CT检查为胰头区恶性肿瘤。青大附院胰腺病诊治中心立即组织胰腺外科、消化内科、肿瘤内科、影像科、病理科等多学科会诊，经专家讨论，认为季女士为胰腺癌BRCA基因突变可能性较大，决定实施手术治疗。

胰腺外科团队进行了周密的术前准备，于会诊次日即成功为季女士实施了根治性胰十二指肠切除术，术后病理诊断为胰腺癌（分期为T2N0M0），基因检测结果为BRCA1杂合胚系变异。目前季女士顺利出院、恢复良好，将在术后3—4周再次入院，由胰腺内科团队为其进行辅助化疗。季女士整个诊治过程均在胰腺病诊治中心完成，在最短时间内完成了精准诊断和治疗。

提供一站式诊疗服务

胰腺癌恶性程度高，早期诊断困难，治疗效果差，被称为“癌中之王”，近年来发病率有快速升高的趋势。青大附院胰腺病诊治中心打破了不同学科划分和专业设置壁垒，整合胰腺外科、胰腺内科、麻醉科、重症医学科、消化内科、肿瘤内科、放疗科、影像科、核医学科、病理科等领域专家，建立胰腺病诊疗专家组，为胰腺病患者提供个体化诊疗服务。胰腺病诊治中心以患者为中心，采取“一张床”的管理模式，对床位进行统一调配，以多学科协作（MDT）为基础，为患者提供一站式诊疗服务，减少了既往诊疗模式下科室间会诊、等待治疗的时间成本，让患者在最短时间内获得治疗，切实改善了患者的就医体验。

青大附院胰腺病诊治中心学科带头人，为国家杰出青年基金获得者、泰山学者特聘专家任贺教授，中心包含临床诊治团队、肿瘤免疫及细胞治疗中心、临床试验研究中心、I期临床研究病房、山东省胰腺病重点实验室等，已形成完备的消化肿瘤基础研究、转化研究、临床诊断治疗体系，并利用“杰青”团队优势，与国家级医疗团队密切联系，加强国际交流合作。

（观海新闻/青岛早报记者 徐小钦）

通知

青岛大至荣卓工程有限公司定于2024年9月28日在青岛市市南区福州南路101号-113户举行关于确认清算报告、注销公司的股东会，请股东罗应福届时到场参会，若不出席公司将依照公司章程及《公司法》有关规定处理，后果股东自负。

青岛大至荣卓工程有限公司
2024年9月25日