



从茅台到川酒六朵金花，淡季也涨价，白酒是怎样成奢侈品的？



来源：江瀚视野观察

作者：江瀚

最近一段时间，在整个市场之上，涨价似乎成为了一个绕不过去的名词，在我们看遍了汽油涨价、钢铁涨价之外，还有一个商品也成为了涨价的主力军，这就是大名鼎鼎的白酒产业，从茅台开始，无论是川酒六朵金花，还是其他各地的知名白酒品牌，涨价几乎是无处不在，甚至连白酒消费的淡季也涨价不停，为啥中国的白酒会涨成了奢侈品？

### 一、淡季也涨价的白酒市场

根据金融界的报道，日前，多家白酒企业发布公告，宣布停货或涨价，包括泸州老窖、酒鬼酒等几家酒企也发布了停货提价的通知。酒鬼酒供销有限责任公司下发通知，50度500ml酒鬼酒于5月20日起停止供货。泸州老窖百年酒5月26日起将终端结算价上调25元/瓶，52度500ml内参酒自5月14日起停止供货。贵州醇酱香5年产品5月17日起涨价15%，市场指导价提高到799元/瓶。

此外，6月1日起，水井坊对水井坊·典藏系列产品，包括38度500mL水井坊典藏大师版及52度500mL水井坊典藏大师版等暂停发货和接单。对于相关产品下一步是否有调价打算，水井坊方面回应称，公司对渠道合作伙伴的合理利润水平和市场消费者的需求非常重视，会紧密观察市场情况做出相应的行动。

无独有偶，根据北京晚报的报道，6月5日，西安国花瓷品牌运营有限公司发布通知，7月1日起上调国花瓷西凤酒开票价格。其中45度、52度国花瓷西凤酒5年（500ml×6）上涨5元/瓶；45度、52度国花瓷西凤酒12年喜庆装（500ml×6）上涨10元/瓶；45度国花瓷西凤酒20年、祥韵20/48度国花瓷西凤酒青韵20（规格500ml×6）上涨20元/瓶；52度国花瓷西凤酒30年（500ml×4）价格上涨30元/瓶；52度国花瓷西凤酒50年（500ml×4）价格上涨50元/瓶。

此前不久，江苏今世缘酒业销售有限公司发布通知，为进一步提高国缘品牌产品竞争力，打好开系提升战，决定于2021年6月1日起，统一上调国缘品牌部分产品出厂开票价。其中42度单开国缘（550ml版）、42度四开国缘（550ml版）开票价分别上调10元/瓶、60元/瓶；52度四开国缘（新版）开票价上调50元/瓶。

可以说，多次频繁涨价已经成为了各大白酒企业目前的普遍规律，为啥如此大规模涨价？甚至淡季也涨价，白酒们是怎么被一步步涨价涨成了奢侈品的？

## 二、白酒是怎么涨价涨成了奢侈品？

面对着白酒价格的轮番上涨，看不懂已经成为了大多数人对白酒市场最大的感觉，在这个时候著名的经济学者李迅雷先生的新书《趋势的力量：分化时代的投资逻辑》一书出版面世，李迅雷先生在书中专门对白酒市场有着一番非常精到的论述，我们不妨用李迅雷先生的角度来看，为啥白

酒这轮番涨价涨成了奢侈品？

李迅雷先生认为，中国公认的奢侈品大多数都是国外产品，只有在“民以食为天”的文化习俗这一方面，中国品牌才能够彰显实力，最近几年中高端白酒的涨幅实际上远大于 CPI，这其中的原因应该在以下几个方面：

首先，中国白酒消费和本身文化为白酒成为奢侈品奠定了基础。从白酒消费的角度来说，中国的白酒产量其实从 1996 年达到 800 万吨之后其实就没有大规模变化过，但是由于中国白酒消费一般都倾向于高度酒为主，而且消费者的年龄层次偏高，而且随着中国人收入水平的提高，白酒消费开始越来越追求质量，所以我们看到了白酒消费出现了从产量为主的低端白酒向中高端消费型白酒转型的趋势。与此同时，中国的白酒历史长达数千年，这种悠久的历史帮助中国在各地都形成了属于自己的白酒品牌，而且这些品牌很容易在历史中汲取自己需要的历史文化给自己形成高端的标签，而且通过文化的塑造，消费者也更容易从心理接受白酒高端消费品的设定。

其次，白酒的特殊属性让其成为了被涨价的对象。中国高端白酒消费

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_31977](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_31977)

