

高端白酒价格下跌、销量下滑，高端餐饮遇冷，奢侈品市场缩水

春节市场：大众口味成主题

焦点

■本报记者 孙喜保

高端白酒等奢侈品价格下跌、销量下滑，高端餐饮频频遇冷，奢侈品市场缩水，消费趋于大众化已经成为2014年春节市场的新增特征。

大众消费逐渐流行

1月27日，在北京市东城区的一家装修豪华的名酒商店里，正在大搞迎春节促销活动。大厅内堆满了成箱的53度飞天茅台，每瓶售价不足1000元，52度五粮液仅620元一瓶且买二送一。与2012年高端白酒最为红火时相比，价格均几近腰斩。

商店服务员告诉记者，受政策影响，高端白酒的销售遇冷，尤其一些单位的团购几乎全部消失。因此，商店的经营重点转向了普通消费者。目前在价格降低的情况下，销量有所回升，而消费对象则多为散户和普通消费者。

在附近上班的李先生趁下班时间，前来打听茅台和五粮液的售价。“现在茅台的价格真降下来了，我准备买两瓶给老爸品尝，虽然不能经常喝这么高端的酒，但是按目前的价格，过年过节的时候给老人买两瓶，还是值得的。”李先生说。

中国酒业协会白酒分会秘书长宋书玉告诉记者，从春节前白酒市场来看，由于价格已经跌到了比较低的位置，高端白酒已经开始进入寻常百姓家，普通消费者成为消费主体。

“目前高端白酒的价格已经让许多普通消费者能够接受，从我们掌握的情况来看，高端白酒的价格和销量在这个春节有望企稳。”宋书玉说。

根据商务部的统计，在2013年春节，茅台、五粮液等高档白酒的销量比以往明显下降，53度的飞天茅台和52度五粮液的标价比最高价的时候下降了30%左右。商务部日前公布的数据显示，2013年商务部监测的11种高端白酒销售量下降7.2%。而2014年春节，这一下降趋势更加明显。

实际上，在高端白酒受到公务市场的打压影响后，包括茅台、五粮液等高端白酒生产商开始在中低端产品线开发多款产品，针对消费者的需求展开营销，积极抢占中低端白酒市场份额，促进了整个消费的增长。

更加理性的不仅仅是白酒市场，包括餐饮、汽车等行业的消费也逐渐摆脱“奢靡、浪费”。

继中央八项规定和厉行节约反对浪费的要求出台后，一些高端餐饮企业的经营出现大幅度的下降。例如，据抽样调查，2013年以来，高档餐饮企业的营业额，北京大约下降了35%，上海市下降超过20%。

而2014年的春节，这一趋势延续下来。据了解，目前高档酒店的高档菜肴销售明显下降，像燕窝、鲍鱼这类产品下降40%左右，鱼翅下降70%以上，高档酒店的食品礼盒销售额下降45%。

商务部：

确保春节市场供应充足价格稳定

据新华社电(记者雷敏)春节临近，商务部已启动日报监测制度，将密切关注市场情况，确保春节市场供应充足、价格稳定。

商务部部长高虎城1月26日在北京市考察节日市场，他在接受记者采访时说，2014年春节前，全国消费市场总体运行平稳，市场供应充足，品种丰富，价格稳定。

根据往年规律，节前食用农产品价格都会出现比较明显的上涨。今年天气状况良好，低温雨雪冰冻等灾害天气较少，给蔬菜等农产品的生产和运输创造了较为有利的条件，食用农产品价格呈现稳中有涨态势。

1月13日-19日全国36个大中城市食用农产品价格比去年12月初上涨1.8%，涨幅低于去年及前年同期的4.7%和5.8%。

高虎城表示，除加强监测外，各级商务部门还将采取以下措施来保障春节市场供应：

加强区域产销衔接。全国主要城市大都与周边及蔬菜主产区签订了产销衔接协议，



在高档消费呈下降趋势的同时，大众化消费明显上升。2013年以来，一批大众化餐饮企业抓住市场商机，营业收入达到两位数增长，尤其是2014年春节前的年夜饭预订，许多传统的豪华酒店都纷纷转型，推出平民化套餐，以缓解公务消费退出带来的损失。

在汽车销售市场，2013年1.0~1.6排量的乘用车销售量增长21.4%，增幅比上一年高出10.8个百分点，体现出平民化路线。以往市场增长速度较快的大排量汽车的销量大幅减少。

消费更趋大众口味是2014年春节消费的一大特点。

烟花爆竹市场遇冷

消费者不仅在商品价格方面理性起来，在消费观念方面也更加理性，烟花爆竹市场的变化则更能体现这一点。

2014年春节，烟花爆竹的销售引人关注。饱受雾霾困扰的消费者，在持续恶化的环境逼迫下，不得不重新审视如何理性消费烟花爆竹。

1月25日，北京市五环内正式开始销售烟花爆竹，1178个烟花爆竹销售点开始运营，比去年减少了159个，烟花爆竹销售点连续四年减少。

在采访中，北京的一些烟花销售商告诉记者，从这两天的销售情况来看，营业额远远不比往年，有的摊点比去年同期减少了50%以上的销售量。“以往销售首日能销售2000多元，今年能达到一半就已经不错。”

鉴于环保压力，今年北京市大部分烟花爆竹销售点都减少了供货量。西城区的王姓摊主告诉记者，去年他进了20万元左右的货，今年一共才投入8万多元。“今年的销售肯定受影响，所以不敢多进货。”

据了解，今年北京市对于烟花爆竹的购买有了更加严格的规定，比如，要求摊主在空气质量不好的情况下要暂停销售，而且对于一次购买一定数额的消费者，还必须登记。

烟花爆竹销售商不仅减少了进货量，还在产品的供应上更加谨慎。有的摊主不敢销售带有年马寓意的产品，“怕今年销售不了，明年便没法销售了。”

记者采访中发现，许多消费者选择了少放或者不放烟花爆竹。北京一位企业主告诉记者，去年他购买了2万多元的烟花爆竹燃放，今年鉴于环境保护，他决定至少缩减一半的购买预算，减少购买量。

据媒体报道，在一些烟花爆竹产地，今年的市场形势也不容乐观。许多生产商都主动缩小了产能，以应对可能减少的需求。

黄金饰品“情有独钟”

相比于烟花爆竹消费的理性和遇冷，春节前，我国黄金饰品的销售则着实火了一把。

临近春节，记者在北京的一些黄金首饰店采访时发现，许多消费者对黄金或黄金饰品“情有独钟”，许多商店的柜台甚至排起了长队。

店采访时发现，许多消费者对黄金或黄金饰品“情有独钟”，许多商店的柜台甚至排起了长队。

由于在2013年底，国际金价下降了28%，创造了32年来最糟糕的表现，这更刺激了中国消费者在2014年春节前的消费需求。

在王超看来，目前虽然国际金价前景难测，但实物金价确实较前几年有了大幅度的降低，对于他这样的白领来说，购买一些金饰品并没有太大的压力。

据国外媒体报道，由于首饰、熊猫币以及金条的销量大幅攀升，中国已经超越印度成为世界黄金消费第一大国。英国《金融时报》报道称，中国2013年黄金需求量达1189.8吨，增长32%。

有媒体甚至评价称，若不是中国消费者的购买量持续增长，国际金价的价格还可能继续下跌。

有分析认为，虽然未来一年中国不会再出现2013年的“中国大妈”抄底黄金现象，但从中国消费者在春节前疯狂购买黄金的情况来看，中国购买实物黄金的潜力依然巨大。

准备离京回家过年的王超，不久前在菜百为他妈妈购买了一条金项链，价值4000多元。“现在金价也不高，我也上班几年了，给我妈买件礼物，一方面表达孝心，另一方面，也希望财富能够保值甚至升值。”

在王超看来，目前虽然国际金价前景难测，但实物金价确实较前几年有了大幅度的降低，对于他这样的白领来说，购买一些金饰品并没有太大的压力。

据国外媒体报道，由于首饰、熊猫币以及金条的销量大幅攀升，中国已经超越印度成为世界黄金消费第一大国。英国《金融时报》报道称，中国2013年黄金需求量达1189.8吨，增长32%。

有媒体甚至评价称，若不是中国消费者的购买量持续增长，国际金价的价格还可能继续下跌。

有分析认为，虽然未来一年中国不会再出现2013年的“中国大妈”抄底黄金现象，但从中国消费者在春节前疯狂购买黄金的情况来看，中国购买实物黄金的潜力依然巨大。

在王超看来，目前虽然国际金价前景难测，但实物金价确实较前几年有了大幅度的降低，对于他这样的白领来说，购买一些金饰品并没有太大的压力。

据国外媒体报道，由于首饰、熊猫币以及