

飞天茅台“逆势”提价：一场“阳谋”？

茅台此次提价，更像是一次主动的“压力测试”与预期管理，旨在通过压缩渠道水分，实现价格体系的“软着陆”，避免未来可能出现的渠道库存崩盘风险。

本报记者 张瑜宸 发自北京

3月30日，贵州茅台发布重大事项公告，宣布自2026年3月31日起，将飞天53%vol 500ml贵州茅台酒(2026)销售合同价由1169元/瓶调整为1269元/瓶，自营体系零售价由1499元/瓶调整为1539元/瓶。

这一纸公告迅速引发行业内外高度关注，并推动飞天茅台价格全线上涨。

然而，在《华夏酒报》记者看来，此次提价最引人瞩目的并非涨幅本身，

而是提价背后所宣告的定价逻辑的根本性转变。毕竟，在过去长达八年的时间里，1499元的官方指导价如同一个“心理锚点”，在某种程度上固化了飞天茅台的市场认知。

不过，与以往不同的是，此次提价引发的并非一边倒的叫好，而是一场关于企业战略、渠道博弈与行业未来的深度思辨。一时间，股民沸腾、网友热议、行业专家纷纷发声，共同拆解这一“逆势”之举的背后究竟为何。

从“简单逻辑题”到“同频共振”的必然选择

有意思的是，消息一出，不少股民第一时间涌向知名投资人段永平的社交媒体，感叹其预判之精准。段永平却淡然回应：“这是个简单逻辑题，有什么神的。茅台其实并没有别的选择了，尤其是‘i茅台’给了底气后。”

这句“没有别的选择”，点破了茅台提价的深层动因。长期以来，茅台的核心矛盾在于官方指导价与市场实际成交价之间的巨大差价。这一价差，滋养了一条庞大的黄牛与经销商的利益链条。

正如采访中多位人士所言，“这次茅台干了一件除了经销商都开心的事”，茅台全面向C的战略进一步夯实。

“估计未来十几年至二十几年，茅台价格大概率是能跟上通胀的，如果他们愿意的话。”段永平进一步指出，提价是一种长期必然结果，而非短期投机。这从“i茅台”线上平台的持续热销与“秒空”状态，就可以窥见一斑。

恰恰是在这样的背景下，此次提价的“非对等”结构显得尤为“吸睛”。出厂价上调100元，而零售价仅上调40元。这意味着，位于中间环节的经销商，其利润空间被进一步压缩。

对此，《华夏酒报》总编辑吴贤国直言不讳地点赞这一做法。

他表示：“茅台的实际价格就在零售价附近了，起码看上去没有溢价空间了。茅台价格理不清，黄牛与经销商就会有操作空间。过去，消费者认为获利的是茅台，实际上，茅台却是受

伤最深的。”

他强调，此举让消费者对于茅台价格有了更清晰的认知，有助于茅台价格体系的稳定。更重要的是，其向经销商传递了一个清晰的信号：“经销商需知道，躺着赚钱是因为你在卖茅台。下一步，经销商要做好服务商，和茅台同频共振！”

这与茅台董事长陈华在2025年底经销商大会上那句“禁止茅台市场炒作、茅台价格要随行就市”的告诫遥相呼应。彼时看似温和的提醒，如今已化为切实的行动。这说明，茅台已势在必行，定要重塑与渠道的关系，将单纯的利润分配者，转变为价值共创的引领者。

“本次提价有助于打开茅台长期的成长空间，助力其长期目标的实现。”长江证券分析指出，自今年以来，贵州茅台陆续实现“i茅台”上线飞天、非标代售制度落地等系列变化，核心在于进一步理顺渠道体系，更好地实现消费者触达。

由此不难看出，通过定价机制市场化、渠道职能服务化，茅台正将以往的失衡关系转化为共生格局：压缩渠道套利空间、遏制炒作，让价格回归真实需求；以“i茅台”为纽带直连消费者，构建品牌与用户的直接对话；更以龙头姿态为行业划定价值基准，避免恶性竞争。

这场博弈的最终目标并非零和，而是推动厂商、渠道与消费者在“同频共振”中，实现长期共赢。



提振信心、防止内卷的“组合拳”猜想

尽管涨价消息直接提振了茅台的股价，开盘涨超3%，但市场的疑虑并未消散。部分网友和财经博主质疑：在下行周期涨价，真能实现去库存吗？对经销商的“收割”是否会动摇茅台的“护城河”？

一位财经博主的分析或许提供了更理性的视角。他认为，茅台此举并非单纯涨价，而是意图通过“涨出厂价、稳终端价”的方式，重新分配渠道利润、强化自身话语权，并以此向市场传递积极信号，支撑渠道信心，这是一种“控量挺价”的组合拳前奏。“涨出厂价不等于涨终端价，如果渠道利润空间被压缩，部分投机性需求可能会降低，有助于茅台价格体系的稳定，用专业术语来说，这是‘软着陆’。”他总结道，“感觉涨价只是第一步，后续应该还有组合拳。至于对股价的影响，短期肯定有提振效果，但是这种涨价，和顺周期需求端旺盛的涨价性质是不同的。”

换言之，茅台此次提价，更像是一次主动的“压力测试”与预期管理，旨

在通过压缩渠道水分，实现价格体系的“软着陆”，避免未来可能出现的渠道库存崩盘风险。

跳出企业层面，行业专家也看到了此次提价对酒业生态的积极意义。北京红星股份有限公司文化顾问、原副总经理吴佩海给予了高度评价，他认为，茅台涨价可以做到“三个有利于”：一是有利于茅台品牌价值的提升，二是有利于提振酒类的市场消费，三是有利于提升酒业的信心。

他特别强调，茅台提价“有利于防止酒业的内卷，杜绝打价格战”。在他看来，企业应走“专精特新”的发展道路，而非陷入单纯降价竞争的泥潭。“在市场经济条件下，企业有经营自主权，产品无论涨价或是降价，都是企业的自主行为，网友应该客观看待，不要过早地下极端的结论。”他呼吁大家给予企业实践和调整的空间，无论成败，对行业来说，都是宝贵的经验。

“在当前的市场环境下，每个酒企都活得比较艰难。因此，我们对酒企做出的决策，要多些理解，少些指责；

多些耐心，少些武断。相信酒企会根据实践的结果，来检验自己的决策正确与否。”吴佩海如是说道。

综合来看，此次飞天茅台的“逆势”提价，绝非一次简单的价格变动。这既是茅台在数字化工具加持下，主动化解长期渠道矛盾、强化C端战略的必然一步，也是其在复杂的市场环境中，为稳定价格预期、重塑渠道关系而打出的一张关键牌。

正如段永平所言，知道什么会发生，比知道何时发生更重要。如今，茅台“会发生”的提价已然落地，但后续的“组合拳”将如何展开？市场与消费者会如何投票？此举又能否真正引领行业摆脱内卷，走向更健康的价值竞争？这些问题仍需时间作答。

导演姜文有句话说得恰好：“别急，让子弹飞一会儿。”在不确定的年代里，最稀缺的不是预判的精准，而是等待常识兑现的耐心。

想了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众号。



酒类信息及配套专版



朗脉 Microprocess Expertise For Payers (股票代码: 002160)

洁净级不锈钢智能酿造设备/智能不锈钢酒罐/不锈钢管道/智能化调酒系统核心供应商

联系人: 任德龙 联系电话: 15705381189 地址: 上海市闵行区集心路168号6号楼5层

上海朗脉洁净技术股份有限公司，是上市公司常铝股份(股票代码002160)的全资公司，公司注册资本3.4933亿元，主要从事于白酒、黄酒、葡萄酒、调味品、医药等食品级洁净工程总承包领域。是洁净级不锈钢酿造设备、不锈钢酒罐、不锈钢管道及智能化调酒系统核心供应商。上海朗脉洁净技术股份有限公司的服务宗旨是用做医药设备的洁净理念来为传统白酒行业服务。

近年服务客户

智能化酿酒设备 自动化调酒系统 洁净级不锈钢酒罐

舍得 五粮液 洋河 柳林酒 汾酒 贵州茅台酒 西井集团 红星二锅头 金种子