

新年伊始，贵州茅台在i茅台平台推出限时抢购活动，每天9点至9点半，消费者可抢购1499元的53度飞天茅台。这一大招在市场上引发强烈反响，但不少市民反映“非常难抢”“没抢到”。而在宁波商超和电商平台，飞天茅台的市场价格持续下行，跌幅明显。

一边是官方渠道“一瓶难求”，一边是流通市场价格滑坡，茅台遭遇“冰与火”景象，背后折射出白酒行业哪些变化？记者进行了一番探访。



飞天茅台酒。

茅台飞天		2026年1月6日 (公众号: 今日酒价)	
品名	规格	昨日行情	今日行情
25年飞天(原)	53度/500ml	1515	1535 ↑
25年飞天(散)	53度/500ml	1490	1520 ↑
24年飞天(原)	53度/500ml	1630	1630
24年飞天(散)	53度/500ml	1590	1590
23年飞天(原)	53度/500ml	1760	1760
23年飞天(散)	53度/500ml	1690	1690
公斤茅台(原)	53度/1L	3030	3030

“今日酒价”的数据。

茅台“冰与火” 线上“秒光”与线下降价的背后

1 自提现场：

有人一次提走12瓶，有人连续6天未中

1月6日上午，宁波东部新城海晏北路宁兴国贸大厦一楼的茅台自营店内，三三两两的市民凭手机上的二维码前来提货。店内工作人员介绍：“这几天陆陆续续有客人来取货，每天都有数十人，多的时候有100人左右。”

在记者现场观察的半小时内，有5批客人进店提货，少则2瓶，多则2箱（12瓶）。一名中年男子向记者透露，他已两次抢购成功，共买了12瓶。同时，他感受到一个明显变化：

“从限购12瓶调整为限购6瓶后，感觉似乎好抢了一点点。”

这样的幸运儿只是极少数。

市民陈先生就无奈地表示：“这几天，我每天上午定了三个闹钟来抢，一直没抢到！”他只能盯着手机屏幕上“已售罄”的提示连连摇头。

市民王女士已连续6天参与线上抢购，但一直没抢到。不过，她表示不会放弃：“临近春节，正打算买几瓶茅台，官方渠道保真又平价，再难抢也得试。”

2 宁波商超：

飞茅零售价多在1599元至1799元区间

与线上抢购热潮形成鲜明对比的是，宁波线下市场的茅台价格正在明显分化，且呈震荡下行之势。

在三江购物、华润万家等商超，记者注意到，2025年53度飞天茅台的标价多在1629元至1799元区间；部分门店、电商平台推出“满减”活动后，实际成交价可下探至1599元左右。有些商超本着清库存的目的，售价可能更低。

而在批发流通市场，价格更为灵活。据“今日酒价”监测数据显示，1月6日，2025年飞

天茅台散瓶的批发价为1520元，较前一日上涨30元；2025年飞天茅台原瓶的批发价为1535元，较前一日上涨20元。价格虽有小幅回升，但仍处低位。

鄞州区甬港北路一家烟酒行负责人透露：“现在进货价一天一变，我们只能薄利销售。”他坦言，两年前倒腾一瓶茅台，“随随便便就能赚上大几百甚至上千元，如今是不可能了”，不仅飞天茅台在降价，2020年以前的茅台老酒价格跌幅更为明显，部分年份产品降价超过3000元。

3 行业调整：

茅台从“投资品”逐步回归“消费品”

数据显示，2023年下半年以来，飞天茅台市场价格持续走低，近半年跌幅超过28%。

“过去三年，茅台被过度金融化了。”酒类分析师蔡学飞指出，“大量资金涌入，消费者不是为了喝，而是为了囤货升值。”

行业数据显示，2023年，高端白酒社会库存同比增加约15%，而消费量仅微增3%。这

种供需失衡直接导致了市场价格的下行压力。

业内人士分析认为，宁波市场的茅台价格分化源于供需结构的深度调整。一方面，社会库存高企叠加电商平台补贴，导致流通市场价格持续下行；另一方面，茅台官方加大直营渠道放量，1499元的官方指导价形成价格锚点，激发了刚性消费需求。

4 消费变化：

年轻消费群体更倾向低度酒

值得关注的是，年轻消费群体对高度白酒的态度正在发生变化。在宁波多家商超，记者观察到选购白酒的顾客以中年以上人群为主，年轻人更多聚集在低度果酒、精酿啤酒或葡萄酒区域。

《2023中国白酒消费趋势报告》显示，在20岁-35岁消费者中，仅有28%的受访者表示会主动选择白酒作为聚会用酒。而在36岁以上人群中，这一比例高达67%。

“现在年轻人聚会，很少会主动选择高度白酒。他们更倾向于低度酒、果酒或洋酒。这对传统白酒行业是一个长期挑战。”宁波老字号企业协会负责人张空说。

面对挑战，包括茅台、五粮液在内的白酒企业开始调整策略，推出更多适合年轻人口味的产品，如低度酒、果味白酒等，并加大在社交媒体和数字平台的营销力度。

5 价格趋势：

短期或小幅回弹
长期将回归理性区间

春节临近，传统的酒类消费旺季是否能够扭转茅台价格的下行趋势？

对此，多位业内人士认为，节庆礼赠需求或将在短期内支撑茅台价格小幅回升，但反弹力度有限。茅台市场当前呈现的“价跌抢热”现象，是行业深度调整期的典型表现，随着直营渠道占比进一步提高，以及市场投机需求进一步出清，茅台价格有望在消费属性主导下形成新的平衡点。

“茅台终究是喝的，不是炒的。价格回归理性，对真正爱酒的人来说是好事。”一位茅台收藏者如是说。在白酒行业深度调整的背景下，这种观点或许代表了市场未来的发展方向。
记者 周晖 文/摄