

# 谁又在“炒”茅台?

今年中秋、国庆前夕,记者走访上海、北京等地市场发现,茅台酒涨价行情再现,其中53度飞天茅台价格已飙升至近2400元,大大超出厂家指导价1499元,且仍然“一瓶难求”。记者调查发现,茅台价格重回高位的背后,不仅有成本上升、消费升级需求的拉动,更有经销商囤货惜售、黄牛党炒买炒卖等市场乱象的存在。

## 经销商“坐地起价”

每逢中秋、国庆,白酒市场就迎来下半年第一个传统销售旺季。今年年初,时隔5年多,茅台首次上调了出厂价和终端指导价,飞天茅台的市场指导价从1299元上涨到1499元。进入9月以来,高端白酒市场销量显著上升,价格也“水涨船高”。记者近日走访上海、北京等地市场发现,一些经销商“坐地起价”,飞天茅台的销售价格早已突破厂家指导价。即便如此,不少地方仍然出现了断货。

记者在上海家乐福、欧尚、沃尔玛等多家大型超市的白酒专柜看到,500毫升的53度飞天茅台已经断货。在上海徐汇区的一家联华超市,53度飞天茅台与茅台王子酒搭售起卖,价格为2300元左右。在位于嘉定区的某烟酒行,飞天茅台定价为1890元一瓶,但真假难辨。

在茅台位于上海的多家授权自营店里,飞天茅台的定价为1499元,

但消费者很难买到这样的“平价茅台”。由于实行“限购”政策,消费者要凭身份证排队购买,每人每月限购两瓶。然而记者连续3天上午10时左右到达位于上海黄浦区的一家茅台自营店,都被告知已经无货了。

记者走访北京市海淀区6家烟酒专卖店发现,飞天茅台售价在1700元至1900元不等,其中1家有茅台授权的经销商售价为1850元,2家小型烟酒酒店报价最低为1700元,其余3家报价均在1800元以上。

在茅台的电商平台“茅台云商”上,茅台酒货源同样紧俏。中秋节前,记者连续多次按照其购买流程在网站上登记下单飞天茅台,但均显示无网接单。在酒仙网,1919酒类直供等网站上,飞天茅台也出现断货。京东超市里,一瓶飞天茅台的价格则从2086元至2359元不等。

## 黄牛每瓶加价200多元

记者调查发现,本轮茅台酒价格重回高位,有成本上涨、高端需求回暖的拉动,但对于茅台这样具有奢侈品属性的白酒品种来说,这些因素并不足以推升价格上涨得这么快,这背后经销商囤货惜售和黄牛党投机倒卖是主要推手。

中泰证券分析师范劲松指出,茅台的价格受到投资需求的影响,相对稀缺、保值增值的投资属性导致市场

出现奇货可居、越涨越买的现象。

据白酒业专家孙延元介绍,茅台年初提高出厂价和市场指导价后,市场预期茅台价格还会涨,所以中间渠道开始囤货惜售。供给少了,市场价就被抬高了。

“很大一部分都被囤放在渠道的仓库里了,有经销商也有游资,真正到消费者手里的并不多。”孙延元说。

此前,有茅台经销商曾坦言控制不住二级倒卖,卖出去的茅台酒中,一多半都到了烟酒店、中小超市、商贸公司,真正的消费者很难买到。

中秋节前,记者连续多日在上海黄浦区的茅台自营店蹲点,发现每天早上都有人排着长队等候开门,而长长的队伍中大多数是黄牛党。他们用亲戚朋友的身份证、银行卡突破“限购”,而且还向真正要买酒的市民卖起了排队号。

“我排了3天队都没买到一瓶,黄牛倒买倒卖,每瓶加价200元甚至400元卖掉,真正要喝酒的老百姓却买不到。”上海市民陈阿姨一大早赶去自营店排队两小时后却被告知又没货了,在店门口气愤地抱怨道。

## 严打扰乱市场秩序

对于厂家而言,尽管提价可以增加企业利润,但茅台方面似乎也并不愿意看到价格上涨过快。茅台集团董事长李保芳此前曾表示,要处理好

企业、经销商、消费者三者之间的关系。今年8月末茅台在“双节”前向市场投放了7000吨供应量。不过,从9月份的市场情况看,价格上涨的趋势并没有止住。

“厂家增加的投放量相对于需求而言仍是杯水车薪,而且市场囤积态势也没有改善。”山东温河王酒业集团总经理肖竹青指出,现在的茅台酒虽以大众、商务消费为主,但仍是“面子消费”的代表,甚至已成为一种社会符号,人为炒作更强化了“物以稀为贵”的消费心理。

长江证券近期的报告认为,虽然当前茅台基酒量已增至4万吨以上,但需求增长得更快,预计茅台未来3年每年产能缺口超过3000吨。

北京志霖律师事务所律师赵占领表示,如果经营企业或渠道商相互串通、滥用市场支配地位操纵价格上涨,就构成了违法行为。所以,在价格法、反垄断法等法律法规框架下,企业必须合法合规经营,勿触红线。

孙延元认为,除了根据节日等季节性需求加大供应量外,还应加大对中间环节的整治,消除市场畸形的涨价预期。

肖竹青表示,相关监管部门要及时出手深入排查,严厉打击企业、渠道商可能存在的哄抬价格行为,对苗头性、倾向性问题予以告诫、查处。

## 信息快报

### 为期45天的上海购物节开幕

6大主题板块、10条购物专线、15项新品首发活动、13项国别商品活动、100项重点活动,涉及全市16个区域,涵盖2000多家企业的2万多家网店……2018上海购物节于即日至11月11日举行,覆盖国庆黄金周、中国国际进口博览会等重要时间节点,为期45天,堪称史上时间跨度最长的一次购物节。

9月28日晚上,浦江两岸的陆家嘴滨江金融城船厂1862和南京路步行街世纪广场将共同拉开2018上海购物节精彩序幕。当晚,南京路沿线新世界城、第一百货商业中心、世茂广场、永安百货、时装商店、置地广场、华联商厦、新世界大丸百货等商业地标将延长1小时营业时间至晚23时。

本届购物节首次推出“新品首发季”主题板块,全力打造上海全球新品首发地。

为承接进口博览会的“溢出效应”,本届购物节期间,各大商业企业、商贸行业协会还共同升级了往届的传统项目——“国别商品周”主题板块。一是推出英国、德国、意大利、西班牙、芬兰、瑞典、澳大利亚、泰国、日本等多国主题商品活动,如LCM置汇旭辉推出世界级文化IP活动——大英博物馆展,首次将40件珍贵复刻品引进国内购物中心;上海IFC商场邀请国家级法国及意大利著名艺术家,举办3D玻璃艺术馆活动,带给消费者美轮美奂的视觉艺术冲击。二是佛罗伦萨小镇、高岛屋等推出进口博览会延展活动,实现展会现场和商场同框效应,如高岛屋全景日本——Japan Fair打造一个老少咸宜,大人小孩玩作一团的“游戏屋”。三是吴江路休闲街举办北欧、西班牙等系列主题活动,带给市民游客独一无二的自然风光和民俗文化体验,成为必到的打卡地。四是举办光明进口食品节,结合招展开放渠道,让更多国际品牌和服务进商圈、进商场、进商街。

### 社科大家”进校园引导中学生“扣好人生第一粒扣子”

上海市社会科学界联合会专门为中学生策划的创新项目“东方讲坛·思想点亮未来”,近日在上海市民办立达中学举行了第四季的首场讲座,华东师范大学周圣伟副教授引导学生分析领略了“古典诗词与人生”。

针对中学生社会科学教育的需求,上海市社联自2016年以来,组织社科领域的知名专家学者开设“思想点亮未来”系列讲座,将哲学人文社会科学带进课堂,与学生们面对面交流互动,启迪学生们树立正确的人生观、价值观。两年多来,共举办了三季67场讲座,深受学校和学生的欢迎。第四季计划邀请16位社科专家走进16所中学。

据上海市社会科学界联合会党组成员、专职副主席解超介绍,中学阶段,是学生们树立理想、“扣好人生第一粒扣子”的重要时期。在网络发达、信息获取极为便捷的今天,加强社科教育,引导学生们在良莠不齐的信息之海,甄别正能量,树立积极向上的人生观、价值观,极为重要,也极为迫切。

针对这一需求,上海市社联“东方讲坛”创办了“思想点亮未来”系列讲座,专门针对中学生群体,组织社科界的知名专家学者,开展哲学、史学、文学、政治学、教育学、法学、民俗学等各学科丰富多彩的讲座,并将讲座内容进行多元和立体化传播,打造新媒体时代的“第二课堂”。

# 立法明确社会救助相关问题

社会救助是民生保障最后一道“安全网”。哪些人应是社会救助对象?对他们实施怎么样的救助?近日,《上海市社会救助条例(草案)》提交市十五届人大常委会第六次会议进行一审。

## 救助谁:社会救助覆盖面扩大

《条例(草案)》共有八章五十三条,明确了本市社会救助的6类对象,即最低生活保障家庭、低收入困难家庭、支出型困难家庭、特困人员、自然灾害受灾人员和临时救助对象,回应了“救助谁”的问题。

市民政局局长朱勤皓说,与国务院《社会救助暂行办法》相比,《条例(草案)》对本市社会救助实践中增加的低收入困难家庭和支出型困难家庭两类对象一并予以明确,体现了本市社会救助覆盖面的进一步扩大。

根据家庭经济状况,本市社会救助对象分为三个梯度。第一梯度是低保家庭,家庭人均收入低于最低生活保障标准,基本生活困难。第二梯度是低收入困难家庭,家庭人均收入低于低收入困难家庭申请专项救助的收入标准,基本生活可以自我保障,但医疗、教育、就业、住房等方面存在一定困难。第三梯度为支出型困难家庭,主要因患病、教育费用等必需支出较大,导致基本生活困难。

## 明确6类对象的救助内容

朱勤皓说,此次立法明确了6类救助对象的救助内容,解决了“怎么救”的问题。对低保家庭,除按照其在本市共同生活的家庭成员人均可支配收入低于低保标准的差额按月发放最低生活保障金外,根据家庭需要实施教育、医疗、住房、就业等专项救助。

另外,对低保家庭中的老年人、未成年人、重度残疾人、重大疾病患者,通过配发实物或者增发最低生活保障金等措施,提高救助水平。对低收入困难家庭,主要提供专项救助,解决他们在医疗、教育、住房、就业等方面存在的困难。

对支出型困难家庭,因医疗、教育费用等必需支出过大,导致家庭

人均可支配收入低于低保标准的,给予基本生活救助;有医疗、住房等特殊困难的,按照有关规定,给予相应专项救助。对特困人员,提供基本生活条件和生活照料服务、开展疾病治疗,并办理丧葬事宜。

## 社会救助并非一次申请,终身享受

本次立法明确了四类专项救助的对象和内容。医疗救助主要针对低保家庭成员、低收入困难家庭成员、因病支出型困难家庭成员,救助方式包括资助参保、门急诊救助、住院救助、住院押金减免。另外,对需要急救但身份不明或者无力支付急救费用的急重危伤病患者在紧急救治期间(一般不超过72小时)发生的费用给予疾病应急救助。

教育救助主要针对低保家庭成员、低收入困难家庭成员、特困人员以及残疾儿童,根据不同教育阶段需求,采取减免学费(保育教育费)、课本和作业本费、伙食费、住宿费等相关费用,发放助学金,给予生活补助,安排勤工助学等方式实施,保障教育救助对象基本学习、生活需求。

住房救助根据城镇和农村采取不同方式。对符合条件的城镇居民,主要通过发放廉租住房租金补贴、配租廉租住房实物房源等方式给予救助;对农村居民,主要是给予相应的危旧房改造资金补助。

就业救助主要针对低保家庭、低收入困难家庭中有劳动能力并处于失业状态的成员,主要方式是创业担保贷款及贴息、社会保险补贴、岗位补贴、职业培训补贴、职业技能鉴定补贴、费用减免、公益性岗位安置等。

朱勤皓说,立法规定了鼓励就业的措施,明确了就业和救助的联动机制。

社会救助并非一次申请,终身享受,要根据家庭的人口、收入、财产状况进行动态管理。《条例(草案)》明确了政府定期核查的义务和停止社会救助的6种情形,比如采取虚报、隐瞒、伪造等手段,骗取救助资金、物资或者服务。

# 改革开放40年 公共文化服务持续优化

## 基本公共文化设施逐渐完善



## 广播电视覆盖面持续扩大



## 出版事业蓬勃发展



▲比1978年增加  
新华社发(李栋制图) 资料来源:国家统计局

# 沪郊“农农结对”、以农相约

23日秋分,也是首个“中国农民丰收节”。上海是都市,沪郊农业是都市农业。都市的农民也要过“都市里的丰收节”。

23日一早,沪郊金山廊下生态园,已装点得格外喜庆,现场一派五谷丰登、诗情画意的美景映入眼帘。一进门,每个角落都有象征丰收喜庆的“调皮有趣”的稻草人。有的稻草人“挑着”装满稻谷沉甸甸的担子,有的“带着”大草帽“推着”满满一车稻谷,旁边还有一个垒得高高的稻草堆,仿佛迫不及待地要和大家分享这份农民丰收的喜悦。镶嵌在大竹筛上的“庆祝首届农民丰收节”几个大字格外显眼。上海金山、浙江嘉善、平湖等长三角毗邻地区也一起“庆丰收、晒丰收、话丰收、享丰收、助丰收”。

农与农,在丰收日结对。沪郊中华村内的农家乐饭店,寻找到了农产品供求对路的农场主,进行“农+农”的结对,发挥农场主的源头供给优势,为“农家乐”打造特色菜品及

就餐氛围,使之更具“农字”特色。

“大阿娘”饭店的负责人王菊芳高兴地说,“今天是农民过节,节日给我带来了好的农家合作伙伴”。她当天结对了上海联中食用菌专业合作社,彼此已经约定,今后每天早上,合作社将把“带着心跳”的新鲜蘑菇直送到“大阿娘”的厨房。为此,“大阿娘”特地增订了一下自己的特色菜单,信心十足地添写上“蘑菇宴”这个新的服务项目,以蘑菇为食材,做出各种各样与蘑菇有关的菜品。

丰收节,是农家的节日。这一天,无论是城里的游客,还是本乡本村的农人,大家都“以农相约”。

在沪郊朱泾镇,茶馆、综合文化阵地等文化阵地里,民间艺人的说唱,引人入胜;亲子家庭体验民俗文化,其乐融融……城里人在丰收节有了“节日的福利”,可以在都市乡间,看一场“土戏”、穿一件“土布服”、猜一下“土话”、吃一顿“土菜”。