

酒行业 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

白酒为何拥抱“即时零售”？
情绪价值通胀，酒类如何续杯？
2025洋酒市场迎历史性拐点。

行业环境:

1. 白酒为何拥抱“即时零售”？

关键词：白酒市场,即时零售,库存高企,价格倒挂,消费理性化

概要：2025年，白酒行业面临严峻挑战，库存高企、价格倒挂、消费场景减少及年轻消费者偏好转变，促使企业积极拥抱即时零售。茅台等头部品牌与淘宝、美团等平台合作，推出“30分钟送达”服务，带动销量显著增长。即时零售不仅满足消费者即时需求，还成为触达年轻群体的重要渠道。然而，低价补贴导致价格体系混乱，冲击传统经销体系，中小烟酒店面临关停风险。白酒企业需平衡即时零售的效率与品牌价值维护，寻找新的增长点。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/13481058.html)：https://www.jiemian.com/article/13481058.html

2. 白酒的黄金时代，结束了

关键词：白酒行业,价格下跌,经销商离场,库存高企,消费转型

概要：中国白酒行业正经历深刻变革，飞天茅台价格腰斩、经销商离场，行业面临价值重估。政策调整与消费转型导致高端白酒需求锐减，库存高企，投机性购买退潮，市场转向中低端产品。年轻消费者偏好低度酒和光瓶酒，传统酒桌文化被摒弃，“悦己”消费成为主流。酒企尝试低度化、场景化营销突围，但竞争激烈。行业进入深度调整期，需从金融属性回归饮用本质，适应新消费需求，复苏或需较长时间。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=12766)：http://baijw.com/list.asp?id=12766

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

3. 抖音酒水即时零售月GMV猛增71%！独家揭秘“直播+即时零售”新玩法

关键词：即时零售,酒水行业,流量赋能,场景破局,消费趋势

概要：10月11日，酒业家传媒与中酒展在南京举办“2025中国酒业市场论坛”，聚焦“即时零售时代的酒业营销”。抖音电商酒水行业负责人夏冠仁指出，即时零售已成商家必答题，抖音通过“直播+即时零售”新模式推动增长。2025年上半年，抖音酒水GMV同比增长38%，即时零售业务月GMV增长71%。预计2026-2027年酒水即时零售市场规模将达千亿，占酒类零售10%。抖音即时零售通过短视频和直播将门店覆盖范围扩大至全省甚至跨省，形成独立流量池。此外，抖音与品牌合作将线下专卖店变为直播间，提升销售效果。论坛还预告2026年中酒展将于济南举办，助力酒企新品发布与招商。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/161288>

4. 情绪价值通胀，酒类如何续杯？

关键词：消费迭代,酒类市场,情绪价值,情绪消费,社交属性

概要：《2024酒类情绪消费报告》指出，90后、95后更看重酒类品牌与情绪价值的匹配，消费核心转向情感表达和压力缓解。情绪消费体现在产品设计、品牌叙事、营销体验和渠道变革四大维度，强调情感共鸣与场景适配。未来趋势是个性化与生态化发展，酒类品牌竞争重点转向情绪价值，需精准把握消费者需求以赢得市场。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KB6UB3QE0519SQQ7.html?spss=dy_author

5. 越是艰险越向前，2025白酒行业“创新浓度”空前

关键词：白酒行业,深度调整,消费分化,渠道变革,市场竞争

概要：2025年白酒行业面临深度调整，在宏观经济与消费结构变化影响下，行业承压明显。规上企业数量减少，产量、利润下滑，价格带整体下探，库存压力未缓解。Z世代消费习惯改变，传统社交场景吸引力减弱，电商等新渠道冲击加剧。行业逆境中创新活力迸发：产品上，低度化与高线光瓶酒成为趋势，如五粮液、古井贡等推出新品；营销上，绑定热点事件（如“苏超”）强化场景连接；渠道上，即时零售与直播电商加速融合，茅台、泸州老窖等布局即时配送。企业战略转向“消费者为王”，注重情感共鸣与文化叙事。行业坚守品质与长期主义，通过创新应对挑战，从规模扩张转向高质量发展。尽管短期阵痛，但调整后有望迎来更健康、理性的新阶段。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KBK17TIS0519SQQ7.html?spss=dy_author

6. 2025洋酒市场迎历史性拐点：威士忌首超白兰地加冕“新王”，酒商集体“倒戈”

关键词：威士忌,白兰地,洋酒市场,消费趋势,进口数据

概要：2025年上半年，中国洋酒市场迎来历史性拐点：威士忌进口额和进口量首次超过白兰地，打破白兰地长期占据的“烈酒一哥”地位。这一变化源于威士忌消费氛围的提升和白兰地反倾销税的落地，促使许多酒商转向威士忌赛道。威士忌消费呈现从沿海向内陆、从省会向二三线城市、从夜场向多元化场景扩展的趋势，契合了消费多元化和理性化的需求。政策推动、消费氛围、渠道选择、消费趋势和认知转变是威士忌逆势崛起的五大原因。未来，威士忌有望进一步扩大市场份额，成为本轮市场周期的最大受益者之一。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/161296>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 300元以下产品动销提升 白酒旺季进入“宴席时刻”

关键词：白酒消费,动销加速,价格带分化,理性消费,消费场景
概要：国庆、中秋假期后，白酒消费进入旺季，动销加速，但市场呈现结构性分化。百元价格带的大众酒和300元以下的次高端产品销量最佳，而500-800元价格带销售受阻。消费逻辑正从面子消费转向理性选择，消费场景也从商务宴请转向居家独酌、露营等碎片化场景。宴席市场成为酒企争夺的重点，婚宴、寿宴等占比高，酒企通过产品策略和营销推广布局。尽管市场容量大，但在存量市场中寻求增量仍具挑战，需深耕高端、大众和下沉市场。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=12761>

8. 啤酒激变2025：华润登顶带动本土外资攻守易位、精酿打破渠道垄断、非即饮份额首次反超

关键词：酒业变革,消费习惯,渠道重构,资本市场,库存压力
概要：2025年中国酒业面临消费习惯变迁、渠道重构和资本观望等挑战，但啤酒行业逆势回暖，呈现新格局。头部企业如华润啤酒、青岛啤酒等营收增长，华润超越百威亚太成为行业第一。精酿啤酒高速发展，年复合增长率达16%，打破传统渠道垄断。非即饮渠道崛起，销量占比首次超过即饮渠道，电商和即时零售成为增长主力。此外，啤酒企业跨界探索第二曲线，如青岛啤酒布局威士忌，重庆啤酒推出汽水等。行业从规模扩张转向价值重构，未来竞争将聚焦高端化和多元化。2026中酒展将成为企业对接渠道、把握机遇的重要平台。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/161268>

9. 从直播电商到即时零售，“酒+互联网”进入深水区

关键词：即时零售,酒业,消费场景,高端白酒,价格战
概要：即时零售正快速渗透酒业，以“小时达”“分钟达”改变消费场景。头部品牌如茅台、五粮液等纷纷布局，平台数据增长显著，预计2027年市场规模将达千亿。其火爆源于消费需求变化（年轻人偏好即时购买）、品牌增量需求及行业弱周期（囤酒减少）。然而，问题也随之显现：高端白酒因社交属性难破圈；低价内卷冲击线下价格体系；酒商利润薄，沦为“送货工具人”；线上模式缺乏线下体验与鉴真服务。即时零售虽提升效率，但无法解决酒业深层矛盾，未来需线上线下融合，平衡各方利益。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KBP4V6130519SQQ7.html?spss=dy_author

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

10. 邹记福：调整期不是“寒冬”！邹旺酒业以“三轮驱动”+开辟新赛道破局

关键词：酱香酒,健康酒,行业调整,消费结构,市场分化
概要：贵州邹旺酒业集团在秋糖展会上备受关注，传统酱香产品与健康酒新品“华仙峰铁皮石斛酒”吸引众多嘉宾。董事长邹记福认为，当前酱酒行业虽面临调整，但这是“良币驱逐劣币”的契机，市场正回归理性，健康化、低度化成为新趋势。邹旺酒业通过“三轮驱动”战略（基酒供应、OEM品牌开发、企业定制）稳固传统业务，同时以铁皮石斛酒布局健康赛道，差异化优势显著。未来将聚焦铁皮石斛酒终端布局、低度酒区域突破及数字化转型，推动厂商共赢与新零售融合，逆势突围。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/161320>

11. 奥古特携手澳网：质感共生 — “拍”即合

关键词：网球,啤酒,激情,社交文化,赛事
概要：10月14日，青岛啤酒高端品牌奥古特在上海宣布与澳大利亚网球公开赛（澳网）达成战略合作，成为中国官方合作伙伴。双方将结合网球运动与啤酒文化，推出扫码赢澳网观赛大奖活动。奥古特凭借高端品质与澳网年轻活力形象契合，活动现场还颁发了2025澳网·奥古特杯网球嘉年华全国总决赛奖项，优胜者可赴2026年澳网观赛。此次合作推动网球文化与啤酒社交融合，提升品牌影响力。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/161306>

12. 汾酒携手五大名窑发布全球文化IP，以“清雅共生”定义白酒新高度

关键词：宋代五大名窑,非遗传承人,文化符号,守正创新,东方生活美学
概要：10月15日，汾酒集团在南京举办“五窑承古韵，青花启新辉”青花汾酒五大名窑系列全球发布会，联合宋代五大名窑（汝、官、哥、钧、定）非遗传承人，推出融合白酒与陶瓷文化的联名产品。活动特邀徐朝兴、苗长强等国家级非遗大师参与，汾酒副总经理张永踊强调该系列是“非遗+非遗”的创新探索，推动白酒从消费品升级为文化载体。发布会还邀请朱乐耕、毛增印等专家探讨传统匠心文化的战略价值，并宣布与京东合作，通过线上线下联动拓展全球高端市场。汾酒以文化赋能品牌，展现东方生活美学，助力中国传统文化走向世界。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/161328>

13. 从“草本酒”到“东方调”，劲牌在酒博会完成一场健康、年轻化与国际化的立体叙事

关键词：大健康趋势,年轻化转型,国际化探索,健康饮酒,草本白酒
概要：第二十三届中国国际酒业博览会在武汉举行，劲牌公司作为东道主展示了其在大健康、年轻化和国际化方面的战略布局。新品毛铺草本酒（绿养）获世界烈酒精品大赛金奖，通过“万人品鉴”活动推广健康饮酒理念。此外，劲牌推出“劲牌·东方调”活动，以鸡尾酒赛事和创意调饮吸引年轻消费者，推动品牌年轻化转型。劲牌凭借健康理念和性价比优势实现业绩增长，未来将继续专注大健康产业，坚持长期主义，打造友好型企业。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/161342>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

14. 衡水老白干贺延昭：战略须坚守，创新要及时

关键词：白酒行业,消费变革,长期战略,即时创新,战略定力
概要：衡水老白干在行业调整期通过“三新驱动”与战略坚守实现破局。长期战略上，聚焦河北市场与次高端产品，强化品牌价值，巩固本土优势。创新方面，推出低度新品“酌恋”满足年轻消费者需求，布局线上线下一全渠道，挖掘多元消费场景。通过战略定力与灵活创新的结合，衡水老白干为行业提供了“守正创新”的范本，展现了应对市场变化的有效路径。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KC3IS5J90519SQQ7.html?spss=dy_author

15. 首届SIP鸡尾酒节重磅登陆上海，保乐力加打造中国调酒文化新风潮

关键词：鸡尾酒,消费风潮,亚洲文化,调酒技艺,年轻消费
概要：首届SIP鸡尾酒节于10月10-12日在上海BFC外滩金融中心举行，由保乐力加主办，汇聚了30余家亚洲及中国本土先锋酒吧，包括14家“亚洲五十佳酒吧”。活动通过“风味共振街区”展示多元鸡尾酒文化，并举办“液体思想峰会”探讨行业趋势。保乐力加借此展现对中国市场的信心，推动鸡尾酒文化大众化与本土化。数据显示，中国鸡尾酒市场规模正快速增长，年轻消费群体驱动行业创新。该盛会不仅强化了保乐力加在高端烈酒市场的领导地位，也为行业未来发展提供了重要方向。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/161285>

16. 非遗宫灯点亮米兰，中国白酒文化出海正高光

关键词：文化对话,非遗艺术,花丝镶嵌,东方美学,国际舞台
概要：10月，国窖1573在米兰塞尔贝罗尼宫举办的“新生万物——中国非遗与当代设计展”上，展示了与非遗艺术家雁鸿合作的花丝镶嵌系列宫灯作品。这些作品以龙、凤、鹤、麒麟四大瑞兽为主题，融合了452年活态窖池的酿酒技艺与701年非遗工艺，成为东方美学的象征。展览不仅彰显了中国白酒的文化遗产，还通过非遗技艺的创新表达，推动中国文化走向世界。国窖1573凭借此类文化项目，已在伦敦设计奖、MUSE创意奖等国际舞台屡获殊荣。泸州老窖集团总裁廖俊表示，美酒与艺术一样，是全球共通的语言。此次展览进一步巩固了国窖1573作为文化载体的品牌形象，并展现了中国白酒国际化中的文化自信与价值引领。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KBUK82UE0519SQQ7.html?spss=dy_author

17. 从渠道精研到市场破圈，四特天工品牌向上！

关键词：产业链协同,可持续发展能力,产业生态凝聚力,品牌向上,渠道向精
概要：中国酒业竞争已从单一产品竞争转向产业链协同与生态凝聚力的全方位竞合。四特酒以“品牌向上、渠道向精、市场向外”为核心战略，通过文化赋能、场景深耕和渠道革新实现高质量发展。品牌方面，四特酒以“特香型白酒开创者”为主线，推出高端产品矩阵，并融入文化体验强化高端形象。渠道方面，四特酒采用精细化运作与多元化营销，构建厂商共赢生态，通过品鉴体验和招商会销模式夯实市场基础。市场方面，四特酒聚焦次高端与大众市场，通过产品梯队组合实现多维突破，并借助电商和社交媒体扩大覆盖。这一战略闭环为四特酒突破增长瓶颈、实现高质量发展奠定了坚实基础。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KBETBIL70519SQQ7.html?spss=dy_author

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

18. 古越龙山反攻 与华润啤酒达成战略合作

关键词：战略合作,黄酒精酿啤酒,年轻化营销,资本市场,产品创新
概要：古越龙山与华润啤酒达成战略合作，计划推出“黄酒精酿啤酒”，以打破黄酒“老酒”的刻板印象，触达年轻消费者。该产品将在华东试点后推向全国，借助华润啤酒的营销网络和年轻化经验。此次合作是落实浙江省政府与华润集团战略协议的一部分。今年以来，黄酒股整体上涨，会稽山因年轻化举措股价暴涨120%，市值超越古越龙山。古越龙山近年增速放缓，虽积极尝试咖啡黄酒、黄酒冰淇淋等创新产品，但效果未达预期。此次合作被视为其反攻的关键一步，投资者反应积极。未来双方或进一步深化产品、渠道等合作，推动古越龙山高质量发展。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=12783>

19. 看湘超、享妙宴、游湘西，酒鬼酒打造双节“超级心智”培养计划

关键词：文化浸润,情感共鸣,场景创新,体验升级,节日营销
概要：酒鬼酒在中秋国庆期间通过一系列创新营销活动，成功连接品牌与消费者。活动包括橘子洲头的中秋诗会、湖南航空的“赏月航班”，以及湘超联赛和湘西音乐节等，深度绑定湖湘文化IP，强化品牌与地域的情感纽带。酒鬼酒还通过“馥郁妙宴”等活动推动“湘菜+湘酒”场景融合，提升消费者体验。同时，品牌注重BC联动，将C端热度转化为B端信心，通过短视频大赛等策略激活渠道，实现品销合一。全年营销布局中，酒鬼酒聚焦婚宴、升学宴等细分场景，构建系统性营销生态，从文化、情感和场景多维度提升品牌价值，实现从地域品牌到文化符号的跃迁。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/161278>

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。