

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:

如何穿越酒业“三重门”？
活跃期赋能、人群换道，黄酒品类正迎来九大趋势；
消费疲软、场景受损，酱酒进入盘整期。

行业环境:

1. 如何穿越酒业“三重门”？万字长文讲透2026白酒企业的分级突围与战略落地

关键词：白酒行业,经济转型,消费代际更迭,渠道库存,战略定力

概要：2026年是中国经济的关键转折点，外部环境变化和内部转型深化倒逼增长逻辑重构。白酒行业面临政策规范、消费代际更迭和渠道库存三重压力，销售额大幅下滑，行业从规模扩张转向价值深耕。政府工作报告与商业趋势研判共同指出三大方向：向内求发展、技术耦合驱动效率提升、人文回归催生新机遇。白酒行业分化加剧，头部企业韧性凸显，腰部及以下企业面临严峻挑战。针对不同规模企业，建议百亿级头部企业构建生态系统，腰部企业聚焦差异化突破，成长型企业夯实能力建设，区域中小企业专注细分市场，以应对行业深度调整。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/162058): <https://jiuyejia.com/news/162058>

2. 田卓鹏：活跃期赋能、人群换道，黄酒品类正迎来九大趋势

关键词：黄酒,品类活跃期,新酒饮,养生酒,消费场景

概要：黄酒产业正经历从“被动跟随”到“主动进化”的变革，2026年将迈入“品类活跃期”关键拐点。新酒饮风潮（740亿规模）和养生酒风口（老龄化与Z世代需求）是核心驱动力。黄酒通过潮饮创新（气泡黄酒、黄酒咖啡）和场景重构（年轻化、女性市场）打破江浙沪地域局限，推动第二次全国化。新渠道（即时零售、内容电商）和高端化（古越龙山、会稽山高端产品）加速扩容，而国际化（文化出海）与组织变革（人才引进）成为战略支撑。未来需聚焦新营销、健康属性与全球化，实现黄酒产业的复兴与高质量发展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/162017): <https://jiuyejia.com/news/162017>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. 最新年度权威酱酒报告发布：消费疲软、场景受损，酱酒进入盘整期

关键词：酱酒产能,销售收入,利润,产业调整,消费下行
概要：2025年中国酱酒产业产能50万千升（降23%），收入2350亿元（降2.08%），利润980亿元（升1.03%）。头部企业茅台营收超1800亿元，行业受经济下行和禁酒令影响，价格下滑但开瓶率上升。劣质产能加速出清，头部企业优势扩大。茅台调整营销策略消化库存，中长期看好消费升级。建议企业聚焦品质与品牌，避免低端化。未来份额或增，竞争集中于主流品牌。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/162014>

4. 跳出提价误区！一文详解百元啤酒高端化的底层逻辑与实战路径

关键词：啤酒市场,高端化,价格竞争,品牌价值,盈利水平
概要：中国啤酒市场向高端化转型，主流价格带升至8-12元，但千元级产品销量不佳。百元啤酒需重塑价值体系，精准定位新中产及精英群体，创新高端消费场景。借鉴白酒经验，需构建文化叙事和工艺稀缺性，避免价格虚高。成功关键在于打造“类奢侈品”新品类，通过极致产品力、文化赋能和系统化运营建立可持续模式。核心策略包括明确目标用户、三维价值体系和金字塔产品矩阵，价格管理需坚持价值导向。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/162033>

5. 2026，低度白酒还是一门好生意吗？

关键词：低度白酒,市场趋势,消费群体,健康理念,产品力
概要：过去一年，低度白酒因线上销量增长、品牌布局和年轻消费群体关注而成为市场焦点，引发“低度化趋势”的讨论。专家指出，白酒的香型和度数应由市场决定，年轻人并非排斥高度酒，而是传统饮用场景和故事缺乏吸引力。名酒企业加码低度产品，回应了健康理念下“适量饮酒”的需求，但低度化并非行业唯一方向，消费者需求分层明显。未来，低度白酒的竞争将围绕产品力、场景力和沟通力展开，关键在于精准匹配用户需求，而非简单追求酒精度数。白酒行业的未来在于提升“适配度”，满足多元选择，而非二元对立的高度与低度之争。低度白酒是一门好生意，但需以理解消费者需求为核心，而非盲目追逐风口。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=13657>

6. 产能狂奔到存量博弈，谁能答好白酒“提质”考题？

关键词：白酒行业,提质升级,数智化转型,国际化发展,年轻化
概要：过去十年，白酒行业从产能竞争转向提质转型，数智化、年轻化、国际化成为关键赛道。头部酒企通过AI、物联网实现智能化生产；年轻化方面，低度酒和新营销方式受青睐；国际化上，白酒出口增长，需提升品牌影响力。未来五年，酒企需在这三方面突破以实现高质量发展。

原文链接：<https://www.jiemian.com/article/14077579.html>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 2026中国白酒行业八大趋势预判

关键词：经济下行,行业调整,销量下滑,库存过大,渠道变革

概要：2025年白酒行业受经济下行等影响，多数企业业绩下滑，仅茅台等保持增长。2026年行业仍艰难，黑格咨询提出八大趋势：生存优先、持续变革、长期主义、稳基盘创增量、多维竞争、生态链合作、民酒时代、新酒饮崛起。行业转向价值深耕，2026年为关键变革年，长期主义与综合实力决定未来。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KN9EQ7PQ0519SQQ7.html?spss=dy_author

8. 2026年酒业或将“向阳而生”

关键词：酒业市场,促消费政策,库存优化,经济年报,食品烟酒价格

概要：中国酒业协会指出，酒业市场的“冬季”已过，2026年行业将“向阳而生”。2025年食品烟酒价格下降，反映消费趋于理性。政策支持酿酒产业升级，目标到2028年培育多个千亿级产区。行业正经历新旧动能转换，生产端加速数智化，消费端探索低度化、潮饮等新品类，渠道端即时零售规模扩大。券商认为2026年酒业仍处调整期，但龙头品牌表现良好，行业有望企稳复苏。头部酒企如郎酒、舍得、茅台等纷纷调整战略，适应市场变化。专家预计行业真正企稳或需等到2026年末至2027年初。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=13705>

9. 2026年春节白酒销售点评：C端时代拉开序幕

关键词：白酒市场,B端业务,C端市场,消费升级,品牌集中化

概要：白酒市场正经历从B端（企业、渠道）向C端（个人消费）主导的结构性转型。B端依赖高毛利和渠道推力，具有强周期性和集中化特征，但市场萎缩将加剧行业净利率压力和单品打造难度。C端则呈现品牌集中化、消费升级和场景分化（高端名酒与高性价比产品并存）的长期趋势。未来，行业竞争将更头部化，商业模式转向“低毛利、高周转”，品牌力与运营效率成为核心。资本市场需从“周期成长”转向“品牌成长”视角，关注头部分额、差异化竞争和消费者行为。一线名酒优势显著，但区域品牌、BC融合型企业和差异化创新者仍有机会。风险包括需求复苏不足、政策变化及竞争加剧。行业需转向以C端为核心的新分析模式，把握长期增长点。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=13655>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

10. i茅台用户画像侧写：31-40岁成消费主力，多元化、年轻化特征明显，44%的用户只为放松小酌

关键词：春节消费,用户调研,年轻化,烈酒偏好,酱香型白酒
概要：i茅台平台春节期间表现亮眼，累计登录用户超1400万人次，超200万消费者成功购酒。平台通过有奖问卷调研吸引153万用户参与，数据显示用户结构多元化且年轻化，31-40岁用户占比45%，中青年为消费主力。76.9%用户偏好烈酒，55.8%青睐酱香型白酒，消费场景以理性小酌为主。贵州茅台酒经典系列购买意愿超50%，品牌与品质为主要考量因素，87.6%用户对平台给予正面评价。i茅台将持续优化服务，维护公平消费环境，以优质产品回馈消费者。节后平台热度不减，日均百万用户登录。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/162056>

11. “唐宋明”国潮系列上新，古井贡酒再拓文化竞争新边界？

关键词：白酒行业,文化竞争,品牌价值,消费需求,历史元素
概要：白酒行业竞争转向文化价值博弈，古井贡酒推出“唐宋明”国潮系列，融合历史与现代设计，展现文化自信与品质创新。该系列以汉、唐、宋、明为灵感，通过高透玻璃瓶身和简约设计呈现东方美学，并依托非遗酿造技艺保障品质。产品覆盖不同消费场景，从高端宴请到亲友小聚，满足多样化需求。此举不仅丰富了古井贡酒的产品矩阵，还拓宽了文化竞争边界，助力品牌突破同质化内卷，重构高质量发展动能。通过多元化布局，古井贡酒强化了市场根基，为行业树立了文化价值竞争的新标杆。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KN6QJEV10519SQQ7.html?spss=dy_author

12. 新年喝陶藏，沙城老窖“真香”大戏全域破圈

关键词：年味变淡,马年新春,品牌曝光,线上线下,情感密码
概要：2026年马年新春，沙城老窖以“新年喝陶藏，真年份真香”为主题，通过线上线下联动，实现品牌曝光超1亿次。品牌通过TVC广告、灯会互动和餐厅场景营销，将陶藏原浆与春节团圆场景绑定，增强消费者体验。同时，发起短视频挑战赛和红包封面活动，利用社交传播扩大影响力。渠道端联合经销商共创内容，消费端推出开盖扫码福利，促进动销。活动覆盖不同消费场景，实现品牌声量与销量双增长，为酒企营销创新提供范本。沙城老窖逆势突围，彰显老名酒的品牌韧性和战略定力。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KN6QJMIM0519SQQ7.html?spss=dy_author

13. 1.5亿+曝光引爆春节，四特酒夯实本土品牌标杆！

关键词：马年春节,最长假期,消费热潮,情感体验,幸福中国年
概要：2026马年春节，四特酒以“喝四特 年更香”为主题，通过多元营销实现1.5亿+曝光。线上线下结合，举办年味宴、推出温情短片、发起抖音挑战赛，强化情感联结；推出生肖酒和限定款，结合赣鄱文化推动销售。品牌层面制定国家标准，完善产品矩阵，深化文化营销，实现声量与销量双增长，巩固“江西情感见证者”地位。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KMSC34Q80519SQQ7.html?spss=dy_author

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

14. 光瓶激增146.6%、电商大增49.5%，泥坑酒业春节旺季跑出“加速度”！

关键词：销售收入增长,市场布局,渠道拓展,消费者认可,创新营销
概要：泥坑酒业在马年春节实现逆势增长，光瓶事业部和电商部分别同比增长146.6%和49.5%。其成功源于三方面：一是品质筑基，通过科研合作和严格质检提升产品竞争力；二是精准定位大众价格带，打造高性价比核心产品；三是品牌焕新，通过文化旅游和工业遗产提升影响力。在行业整体承压的背景下，泥坑酒业凭借高效执行和创新策略成为区域市场标杆。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/162048>

15. 深耕四类重点市场，牛栏山2026年这么做！

关键词：白酒行业,深度调整,创新,高质量民酒,年轻化
概要：2026年，牛栏山将以“创新”为核心，推动从“民酒”向“高质量民酒”转型。营销策略聚焦“调结构、强营销、夯基础”，重点精耕“1-2-12-3+”市场，并加强年轻化产品研发，如36度金标牛“轻口味纯粮白酒”，以“加冰不浊”工艺抢占增量市场。品牌建设方面，通过规范VI系统、开发IP形象和新媒体矩阵，赋予品牌多维度内涵，强化“烟火气餐厅榜”和“牛碧桶”等IP的民酒温度与年轻互动。科研上深化与院士团队合作，提升酿造工艺和风味优化，支撑品质升级。内部推行“一体化协同机制”，打破部门壁垒，优化资源效率，推动系统性高质量发展。牛栏山正以锐意创新，打造民酒高质量增长的新样本。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KN6QJ4SN0519SQQ7.html?spss=dy_author

16. 铁马雄风、再启新征，丛台酒业以势能与潜能锚定冀酒龙头新未来

关键词：品牌升级,产能布局,市场深耕,精准策略,团队赋能
概要：农历正月初九，丛台酒业召开2026营销工作启航暨员工赋能大会，主题为“铁马雄风 聚力新征”，总结2025年成果并规划2026年发展。2025年，丛台酒业通过品牌升级、产能布局和市场深耕，巩固了冀酒龙头地位；2026年将聚焦市场深耕、营销改革、消费培育和品牌跃升，以大单品建设和创新驱动为抓手，应对行业调整。会上，管理层强调内部改革与营销创新并重，团队建设与战略执行结合，推动高质量发展。丛台酒业计划通过促动销、稳价格等策略，解决行业痛点，实现规模与利润双提升，并继续深化品牌与价值驱动，探索全国化发展。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/KMQ7D0HP0519SQQ7.html?spss=dy_author

17. 破局行业深水区，舍得酒业“七字方针”明确2026发展路径

关键词：白酒行业,深度调整,名酒企业,逆周期,品牌价值
概要：舍得酒业2026年工作会议在四川射洪召开，主题为“强基、破局、再出发”，总结2025年逆周期经营成果并规划未来战略。会议提出以“极致四力”（产品力、品牌力、渠道力、组织力）为核心路径，强调品质、差异化、价值创造和战斗力。2025年，舍得酒业通过“老酒+文化”战略提升品牌价值，核心产品表现稳健，渠道覆盖全球42个国家，春节旺季实现双位数增长。政企协同和复星赋能为其提供生态优势。2026年，公司将聚焦“强基、破局、再出发”方针，强化品质与创新，抢占新场景，构建长期竞争力，为行业提供可持续发展参考。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/162027>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

18. 从2025年业绩预告，看见珍酒李渡“压力”背后的新生

关键词：业绩预告,白酒行业,酱酒产业,产品创新,渠道革新
概要：珍酒李渡2025年业绩预告显示，预计营收35.5亿—37亿元，经调整净利润5.2亿—5.8亿元。在白酒行业整体承压、多数企业业绩下滑的背景下，珍酒李渡通过产品创新（如“大珍”新品）、渠道革新（万商联盟模式）和IP赋能（董事长吴向东个人IP）展现了韧性。其旗舰品牌珍酒稳居贵州酱酒前三，产能和品牌优势进一步巩固。行业调整中，珍酒李渡通过战略布局为未来复苏蓄力，有望在酱酒品类扩容和品牌集中趋势中占据优势。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/162030>

19. 激战春节档，剑南春以“量价平衡”适配行业新周期

关键词：白酒行业,春节消费,市场竞争,战略定力,数字化互动
概要：2026年春节，剑南春通过线上线下联动策略实现品牌增长：联合文化机构发起“赛联”活动，曝光量超2亿；冠名灯会、年画节强化传统绑定；抖音挑战赛播放量破16亿，推出微综艺植入团圆场景；跨界合作国漫IP和喜剧演员，推动品牌年轻化。面对行业去库存压力，剑南春坚持“量价平衡”，稳固核心产品价格，并通过开瓶奖励和宴席政策拉动终端消费。2025年，剑南春以产品创新（如文创酒）、渠道优化（线上双11榜首、线下演唱会）和品牌升级（央视合作、体育IP）夯实基础，同时注重非遗传承、科技赋能与社会责任。2026年，剑南春以稳健经营应对行业分化，展现名酒企业的战略定力。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/162041>

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。

