

酒行业 周度市场观察

行业环境 | 跨境出海 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点：

自饮需求驱动 白酒“质价比”凸显；
啤酒巨头酣战：沿着大江大河抢市场；
19家上市酒企财报折射洗牌进行时。

行业环境：

1. 跨界资本，玩不转白酒？

关键词：白酒

概要：跨界白酒玩家集体遭遇困境，主要原因在于白酒市场结构相对固化，难以接纳外来者。青海春天、华润啤酒旗下的金沙酒业、金种子酒等白酒业务业绩下滑，华润啤酒斥资百亿控股的金沙酒业业务也未如预期。跨界白酒玩家普遍缺乏白酒运作经验，且品牌和渠道基础薄弱，难以在白酒市场破局。当前，岩石股份面临流动性压力，而其他跨界白酒玩家如复星系、综艺系等则需要坚守，以白酒业务作为新的业务亮点。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J1LAFSSC0519C95F.html)：https://www.163.com/dy/article/J1LAFSSC0519C95F.html

2. 白酒靠不住新渠道

关键词：白酒

概要：白酒业在向前，白酒渠道却在倒退。白酒品牌开始重视电商等新兴渠道，但电商渠道整体呈现下降趋势。白酒品牌与电商平台之间，渐生龃龉。白酒电商之争中，拼多多和京东等平台上的白酒价格远低于出厂价，引发白酒品牌不满。白酒行业触网太晚，市场以中老年人为主，缺乏适合白酒使用的电商场景。白酒品牌在电商渠道中难以规模化，根本原因是尾大不掉的经销渠道。存量时代，白酒企业应认清现实，回归市场本身，多创新而不是一味守成，回归经销渠道，呵护经销商，缓解行业生态。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J1NTF9DJ0519C95F.html)：https://www.163.com/dy/article/J1NTF9DJ0519C95F.html

01

行业趋势
Industry Trends

3. 啤酒巨头酣战：沿着大江大河抢市场

关键词：行业资讯
概要：中国啤酒市场已进入高集中度阶段，五巨头（百威亚太、华润啤酒、青岛啤酒、重庆啤酒、燕京啤酒）占据超过93%的市场份额。五巨头的市场布局各有侧重，长江、黄河沿线及经济发达地区成为布局重点。渠道争夺大战已经爆发，五巨头在夜场渠道、现代渠道和高档餐厅等领域的竞争尤为激烈。随着五巨头的市场争夺进入白热化，在许多地区市场已经短兵相接的情况下，巨头们或许将加强空白市场的布局。

原文链接：<http://www.beerw.com/list.asp?id=99736>

4. 自饮需求驱动 白酒“质价比”凸显

关键词：[V]中国白酒网
概要：五一假期期间，白酒市场以自饮需求为主，100-300元价格区间的白酒走量明显，质价比凸显。啤酒高端化趋势显著，青岛啤酒、珠江啤酒等高端啤酒销量增长。A股白酒板块领涨，华润啤酒、青岛啤酒等企业高档啤酒营收占比达六成以上。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=8895>

5. 上市白酒企业第一季度合计营收超1500亿元

关键词：[V]中国白酒网
概要：2024年第一季度，20家上市白酒企业合计实现营业收入1508.66亿元，同比增长15%，归母净利润619.87亿元，同比增长16%。16家上市酒企营收正增长，贵州茅台、五粮液、洋河股份等头部酒企表现亮眼。但营收同比下滑的酒企从2家增至5家，次高端白酒消费需求待恢复。白酒行业呈现竞争加剧、分化延续，龙头治理更趋市场化和精细化的特点。预计2024年行业仍将保持稳步复苏态势，名优酒企更易胜出。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=8891>

01

行业趋势
Industry Trends

6. 流通进化：华致破百亿、怡亚通投清香、酒便利/海伦司逆增

关键词：[V]云酒头条
概要：传统酒类分销商正在转型以适应市场需求，我国酒类流通市场空间巨大，蕴含着增长机会和发展机遇。酒类流通企业面临的风险包括库存和市场价格波动、市场竞争和政策调整等。在不同的经营模式下，酒类流通企业表现出不同的特点，如华致酒行营收破百亿，怡亚通酒饮板块拥抱清香，海伦司扭亏为盈等。酒类流通企业通过数字化转型、渠道布局、品牌运营等手段提升竞争力。未来，中国酒类流通市场空间依然巨大，传统酒类分销商将继续启动业务转型，以适应市场需求，抓住增长机会和发展机遇。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/J1F69MSU05199FKS.html?spss=dy_author

7. 白酒市场，中间挤压

关键词：白酒
概要：白酒行业在存量搏杀中，二线高端白酒品牌受到严重挤压。业绩分化是白酒行业结构调整的信号，压力传导至二线高端白酒。古井贡酒、今世缘等通过差异化策略崛起，成为二线白酒的领军者。在白酒市场全面高端化尾声，二线高端白酒需要回归消费属性，大众白酒市场重新获得重视。

原文链接：<https://www.jiemian.com/article/11140356.html>

8. 白酒进入“白银时代”，19家上市酒企财报折射洗牌进行时

关键词：白酒
概要：受经济周期和消费环境深刻变化的影响，白酒行业进入了调整阶段，进入了业内所称的“白银时代”。白酒销量趋于稳定，价格还在上涨。白酒上市公司的财报显示出“白银时代”的新特征，如营收和净利润的双重上涨。然而，在节节攀升的销售费用和存货的压力下，白酒行业面临结构调整。未来的白酒行业将是寡头时代，但总量将呈下行趋势，一批渠道商和小弱酒企将被淘汰。

原文链接：<https://www.163.com/dy/article/J1OSJVDN05198R91.html>

01

行业趋势
Industry Trends

9. 泸州老窖、汾酒跻身300亿俱乐部，或将改变白酒TOP5座次

关键词：白酒

概要：根据酒业家发布的数据，中国白酒行业正在经历一次重要的变革，其中汾酒和泸州老窖的营收和净利润增速超20%，有望在今年实现年营收300亿以上的目标。与此同时，洋河、汾酒、泸州老窖三者在营收和利润层面的差距正在快速缩小。随着汾酒和泸州老窖的崛起，白酒行业的格局或将发生变化，行业三甲有望重新排序。未来，清香型白酒有望成为酒业新常态的最大受益者，给经销商和消费者带来新的机遇。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/bj157804>

10. 聚焦年报④ | 存量竞争时代，盘活啤酒市场靠什么？

关键词：啤酒

概要：2023年，我国啤酒行业规模以上企业全年实现产量3555.5万千升，同比增长0.3%。主要上市啤酒企业业绩表现良好，华润啤酒、青岛啤酒、燕京啤酒净利润双位数增长，燕京啤酒净利润同比增长83.02%。啤酒企业纷纷布局高端化市场，实现高质量发展。华润啤酒与喜力啤酒加速产品高端化升级，青岛啤酒实施“青岛啤酒主品牌+崂山啤酒全国性第二品牌”的品牌战略，重庆啤酒推进产品高端化。同时，啤酒企业以新质生产力赋能产品品质提升、产品结构升级、管理效能提升等，实现高质量发展。

原文链接：<https://www.163.com/dy/article/J208RAMH0530KOKA.html>

02

跨境出海
Expand Overseas

跨境出海：

11. 河西走廊葡萄酒抱团首次出口日本市场

关键词：葡萄酒原料
概要：甘肃省商务厅指导省内葡萄酒生产企业建立了河西走廊葡萄酒联营机制，近日，河西走廊葡萄酒出口日本市场取得实质性成果。本次各企业出口产品共计9款1120件，价值60万元人民币葡萄酒。河西走廊是我国最早栽培葡萄的地区，也是我国种植酿酒葡萄主产区之一，地理禀赋优异、葡萄酒风味独特，文化底蕴深厚，代表着甘肃的优质葡萄酒，更是中国葡萄酒产区的精髓。

原文链接：<https://www.163.com/dy/article/J20BQHMA055633JM.html>

12. 百威雪津啤酒公司一季度出口啤酒3.42万吨，增长79.5%

关键词：百威英博
概要：一季度福建省啤酒出口额居全国第一，其中莆田市出口额占全省的82.6%，同比增长25.08%。百威雪津啤酒有限公司作为莆田市啤酒出口的主力军，其年产量分别可达200万吨和1万吨，2023年出口啤酒15.65万吨，同比增长97.65%，出口至15个国家和地区。为助力百威雪津啤酒开拓国际市场，莆田海关提供便利措施，全流程跟踪货物通关情况，大幅缩短企业通关时间。

原文链接：<http://www.beerw.com/list.asp?id=99746>

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

13. 华润啤酒：基本盘增量式微，高端不易、白酒难耕

关键词：啤酒

概要：华润啤酒2023年财报显示营业收入同比增长10.4%至389.32亿元，股东应占溢利同比增长18.6%至51.53亿元。华润啤酒通过“蘑菇战略”沿海岸线攻城拔寨，吞并天津、江苏、浙江等地众多啤酒厂，加速改变中国啤酒市场格局。2017年，华润啤酒推出“3+3+3”创新战略，开启品牌重塑、产能优化、组织再造之旅。2018年，华润通过换股的方式与喜力达成长期战略合作，2019年完成喜力中国业务的收购整合工作。华润啤酒在啤酒产品销量达1115.1万千升，同比增长0.5%，但高端产品销售表现不如预期。华润啤酒试图通过白酒业务完成“啤+白”双线发展，实现业绩新增长愿景，但旗下白酒业务板块或存高投入低回报现

原文链接: <https://www.163.com/dy/article/J1S4T4UB0519GOPD.html>

04

产品技术

Product Technology

新品上市：

14. 山东首个智能化酿酒车间启用，近观鲁酒突破的兰陵美酒样本

关键词：[V]云酒头条

概要：兰陵美酒第十届封藏大典上，万吨智能化酿造车间正式启用，标志着兰陵美酒在现代科技的赋能加持下实现从传统到智能的蜕变。中国酒业协会理事长宋书玉表示，发展智能化酿造是酒业通往高质量发展的路径之一。兰陵美酒依托一个中心和多个平台，推动产业数字化转型，紧跟消费新趋势，完善布局线上渠道，以电商、直播等方式赋能现代营销，擦亮“兰陵美酒”这一金字招牌。兰陵县委副书记、县长李春仲表示，万吨智能化酿酒车间的启用，体现企业对酿酒工艺的守正与创新，标志着兰陵美酒第二次创业进入新的发展阶段。未来，兰陵美酒将继续以智能化酿造推动创新发展，提升品牌影响力和市场竞争力，为鲁酒振兴、为酒业振兴贡献力量。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/J1TTKFMF05199FKS.html?spss=dy_author

05

营销活动
Marketing Campaign

营销案例盘点：

15. 创新高发地的衡水老白干文化节：健康为本，全面向C

关键词：[V]酒说
概要：第六届“印象·衡水老白干”酒文化节以“匠心”文化为引领，通过沉浸式体验、竖屏呈现、共创直播等形式，向消费者传播衡水老白干的历史、品类、酿造工艺和健康属性。文化节内容丰富，包括“一景一剧”的手工酿造体验、竖屏直播探厂、封坛仪式、健康论坛、文化论坛和经济健康大讲堂等。这些活动旨在让消费者更好地了解和喜欢衡水老白干，从而推动C端战略的落地。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/J1UB52GT0519SQQ7.html?spss=dy_author

16. 五粮液携手四川博物院，擦亮川酒金字招牌、共谱川酒文化新乐章

关键词：啤酒
概要：五粮液在2024“中国品牌日”之际，以持续酿造700余年的元明古窖池群为线索，串联起一幅蜀韵千年的“和美”画卷。此次活动不仅是对川酒文化的一场追溯与创新演绎，更是一次跨越时空的对话。五粮液以中国品牌日为契机，以“和美”品牌魅力诠释中国品牌“三个转变”，为擦亮川酒金字招牌、持续向世界讲好中国白酒故事带来自己的创新思考。五粮液是川酒酿造历史与文化遗产的亲历者与践行者，此次活动意义深远，为白酒行业提供了值得借鉴的样本。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/pj157834>

17. 共度品类危机，中国葡萄酒市场新变

关键词：葡萄酒
概要：本文探讨了中国葡萄酒市场面临的危机，以及企业如何应对。危机主要源于市场需求萎缩和消费者减少饮酒。企业需要通过口味创新、推广适合中国人口感的葡萄酒、降低价格门槛等手段来吸引更多消费者。此外，企业还需联手进口葡萄酒，共同扩大整个品类的市场份额。总体而言，中国葡萄酒需要改变过去过度强调葡萄酒文化，而应回归大众，贴近年轻消费群体，以应对当前的市场挑战。

原文链接：<https://www.163.com/dy/article/J1MMU19Q05199NPP.html>

05

营销活动
Marketing Campaign

营销案例盘点：

18. 3.2万人光顾北京精酿啤酒节 场景化营销提升即饮渠道扩容

关键词：精酿啤酒
概要：“五一”假期期间，北京首钢园举办了2024北京精酿啤酒节，吸引了3.2万消费者参加。活动期间，135家精酿酒吧、超109个精酿品牌、超500款的精酿啤酒，以及37个潮流美食品牌参展。啤酒节为消费者提供了品尝不同种类精酿啤酒的场景，满足了消费者的社交需求。同时，啤酒消费场景化成为啤酒消费的主要推动力，如夜间音乐节、露营地、小酒馆等。随着啤酒旺季来临，场景化消费将持续推动啤酒即饮渠道业绩提升。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J1F5E2A70519DFFO.html)：https://www.163.com/dy/article/J1F5E2A70519DFFO.html

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。