

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:

百元以下酱酒，混战低线市场；
从白酒三大变化，探寻厂商增长七大新机会；
聚焦婚宴细分赛道 白酒如何拿下“新人”。

行业环境:

1. 百元以下酱酒，混战低线市场

关键词：百元以下酱酒,低线城市,酱酒消费,性价比,渠道成本

概要：百元以下酱酒在低线城市迎来爆发式增长，凭借高性价比和名酒背书快速占领市场，冲击传统浓香、清香及光瓶酒。大品牌如台源因渠道优势和纯粮品质更受青睐，腰部酒企及贴牌产品也通过低价策略抢占份额。业内人士指出，酱酒成本较高，需注重质价比，未来只有品牌强、品质高、价格低的产品才能胜出。这一趋势扩大了酱酒消费人群，也为中小酒企提供了发展机会。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/160190)：https://jiuyejia.com/news/160190

2. 从白酒三大变化，探寻厂商增长七大新机会

关键词：经济增长,数字化技术,消费需求,营销变革,白酒行业

概要：本文分析白酒行业从“增量时代”到“存量时代”的变迁，受经济增速放缓、人口结构变化及消费理念升级影响，行业需应对消费动力减弱与供需矛盾。数字化技术重塑营销模式，推动个性化体验和效率提升。厂商应通过品牌升级、数字化转型及拓展海外市场寻找增长机会，并以“七新”策略适应新时代特征，实现良性发展。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JSD10IL90519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JSD10IL90519SQQ7.html?spss=dy_author

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. 聚焦婚宴细分赛道 白酒如何拿下“新人”

关键词：婚宴场景,白酒市场,消费场景,价格带下探,区域分化
概要：白酒企业争相布局婚宴市场，头部酒企如郎酒、五粮液等推出优惠政策和特色活动，结合旅游体验与婚礼策划吸引消费者。婚宴市场呈现价格带下探和区域分化趋势，一线城市偏好高端个性化，三四线城市注重性价比。2025年“双春年”或带动婚宴用酒需求增长。专家建议酒企通过产品创新、营销手段和下沉市场布局，深耕婚宴场景，实现销量与品牌影响力的双重提升。未来竞争将更加激烈，需差异化策略应对不同市场。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=11412>

4. 以好内容打造"心引力"，食品饮料年轻化升级新方向

关键词：年轻化营销,内容营销,用户情感,兴趣圈层,品牌触达
概要：第112届全国糖酒会食品饮料大会在成都举办，B站作为内容合作伙伴参与。营销中心总经理Shelley王旭发表演讲，强调品牌通过优质内容与年轻用户深度链接重要性。B站月活3.4亿，覆盖美食、国学等多领域，助力品牌年轻化。Z世代成消费主力，AI技术赋能内容创作，食品饮料企业需借内容营销构建情感纽带，抢占市场先机。B站以兴趣圈层精准触达，引领流行文化风潮。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160137>

5. 多家名酒品牌推出光瓶酒，能否搅动大众价格带竞争格局？

关键词：光瓶酒,百元以下,大众消费,性价比,价格带
概要：第112届全国糖酒会上，百元以下光瓶酒成焦点，众多酒企布局该市场。随着行业进入存量竞争，光瓶酒主流价格带从早期几元上升至20元，并向40元以上扩展。数据显示，光瓶酒市场规模十年增长近3倍，预计2024年突破1500亿。头部酒企如洋河、古井贡酒等推出多款产品细分市场。业内人士认为，名酒入局将推动市场竞争升级，光瓶酒正迈向品牌化和高品质发展。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=11375>

6. 酒业高库存时代如何破局？养生酒赛道受关注

关键词：白酒消费,健康化变迁,养生酒赛道,露酒新国标,存量竞争
概要：白酒行业存量竞争加剧，动销不畅与库存高企问题凸显。专家指出，白酒消费正从大众化转向个性化和健康化，养生酒赛道潜力巨大。酒业趋势显示市场逐步集约化，资源向头部集中。华创证券认为，促消费政策加码或助力白酒板块在2025年下半年至2026年初迎来机会。此外，露酒新国标实施及“银发经济”推动下，“亲民+养生”将成为酒类市场新增长点，预计2030年人参酒市场规模突破300亿元。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=11345>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 大众酒，行业增长的新动能？

关键词：大众酒,价格带,消费趋势,渠道变革,品牌建设
概要：第三届大众酒新动能大会将于2025年4月在南京举办，聚焦300元以下大众酒市场新势力崛起。该价格带占比超65%，高线光瓶酒、新酒饮增速达20%-30%。大会设趋势前瞻、资源链接、品牌背书和全域曝光四大板块，助力酒企把握增长机遇，强化品牌影响力。限量席位即将售罄，参与可直面核心客群、降低成本并构建竞争优势。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JSAMD4K90519SQQ7.html?spss=dy_author

8. 7大关键词，解析中国酒业总裁调研报告

关键词：白酒产业,存量竞争,消费降级,渠道变革,新酒饮
概要：2024年，中国白酒产业从恐慌转向理性，增长红利期结束，进入存量或缩量竞争时代。2025年春节动销下滑幅度收窄，市场信心逐步稳定，行业仍处低速调整阶段。高端及次高端酒承压，消费降级趋势明显，茅台通过优化策略维持价格稳定。酒企需精准洞察不同世代消费者偏好，推动品牌年轻化，并布局线上电商和即时零售等新兴渠道。酱酒进入韧性管理期，清香酒迎风口，新酒饮市场快速增长，健康养生酒悄然兴起。未来酒企需把握确定性，重塑增长极以应对挑战。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JS3BDH9C0519SQQ7.html?spss=dy_author

9. 白酒行业趋势：酒企从“规模扩张”转向“价值创新”

关键词：白酒行业,大众酒,价值创新,消费升级,防伪技术
概要：第112届全国糖酒会在成都举办，吸引6600多家展商。白酒行业从“规模扩张”转向“价值创新”，名酒企业布局大众酒赛道，聚焦100-300元价格带，注重性价比。业内认为，大众酒走热反映消费品质与价格升级，高性价比产品有望突围。同时，行业面临深度调整，需去库存、稳价格，头部酒企借助数字化工具触达消费者。中国酒业呈现市场集约化、需求个性化健康化及渠道变革趋势，价值重构成关键。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=11387>

10. 《2025中国葡萄酒消费市场白皮书》发布：葡萄酒销售线上增长迅猛，60元以下产品份额占比居首位

关键词：葡萄酒市场,行业趋势,线上渠道,消费场景,白葡萄酒
概要：3月24日，WBO联合京东超市举办的“京东杯”WBO2024中国葡萄酒市场年度颁奖典礼在成都举行，揭晓八大奖项并发布《白皮书》以提振行业信心。嘉宾分享趋势，指出行业需着眼长期发展，低醇、无醇及白葡萄酒增长显著。京东2024年葡萄酒销售额26亿元，增长8%，将通过多举措助力行业发展。评选首次出现白葡萄酒和勃艮第酒获奖，显示新趋势，市场正从商务转向日常消费。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160104>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

11. 拥抱新酒饮——传统是存量的博弈，新酒饮是增量的革命！

关键词：新酒饮,精酿啤酒,消费场景,创新发展,市场趋势
概要：3月22日，“拥抱新酒饮”对接会在成都召开，聚焦新酒饮问题、路径与趋势。专家认为新酒饮市场潜力大但需时间培育，未来将推动行业标准制定。新酒饮重新定义饮酒文化，迎合年轻消费者需求，发展需从模式、产品、场景等多方面升维。精酿啤酒是活跃因素，低度化、健康化、高端化成趋势，茶酒融合、智能化酿酒机等跨界创新也成为发展方向。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JRC9KG060519SQQ7.html?spss=dy_author

12. 解码2025春糖：名酒布局大众价格带、即时零售热度飙升、精酿逆势增长

关键词：趋势,布局,线下渠道,精酿,C端时长
概要：第112届全国糖酒会揭示酒业五大趋势：名酒企业布局百元以下大众市场；即时零售重塑线下渠道，助力业务增长；精酿啤酒热度上升，“白染啤”现象增多；酒企加码C端市场，提升消费者互动；中酒展2025预定火热，成重要商务平台。这些变化展现酒业调整期的新机遇。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160117>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

13. 茅台2024年总营收1741亿，增长15.66%！2025年目标增速9%，总营收1898亿！将解决供需不适配，实现消费触达！

关键词：白酒行业,稳定性,确定性,营收增长,海外市场
概要：贵州茅台2024年年报显示，全年营收1741.44亿元，同比增长15.66%，净利润862.28亿元，增长15.38%。直销渠道收入748.43亿元，酱香系列酒营收246.84亿元，海外收入超50亿元。2025年目标增速调整为9%，计划营收1898.17亿元。公司优化产品结构、稳定市场价格，并推出多款新品。茅台累计分红超3346亿元，强化股东回报，以长期主义战略引领行业发展。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160173>

14. 解码2025小糊涂仙酒业集团客户大会：四大关键词映照行业转型之路

关键词：客户需求,价值创造,长期主义,共生体系,文化赋能
概要：小糊涂仙酒业集团在广州召开年度客户大会，提出以客户需求为核心，通过四大战略支点推动白酒行业从价格竞争转向生态共建。会上推出次高端新品“仙系列”，覆盖300-400元价格带，并创新宴席场景与文化体验。集团强调价值创造、长期主义，重构共生体系，实现全链条共赢，为行业高质量发展提供新范式。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JS8DML0H0519SQQ7.html?spss=dy_author

15. 一本蓝皮书+五大酱香战略单品，揭秘郎酒的向上密码

关键词：品质,品牌,品味,三品节,酱香
概要：第五届郎酒庄园三品节表彰763个团队和个人，发布《中国郎·庄园酱酒蓝皮书》，展示国际化决心。郎酒集团强调以消费者利益为先，五年累计奖励超3000个团队和个人。本届首次颁奖给高粱基地示范村，彰显品质追求。酱香工艺技术获突破性进展，五大战略单品亮相。同时启动“红花郎 幸福办婚宴 浪漫游庄园”活动并升级产品。郎酒庄园成行业标杆，年吸引20万游客，助力品牌迈向世界级名酒。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JRJQ3L5D0519SQQ7.html?spss=dy_author

16. 困守华南，珠江啤酒史上最强业绩暗藏三大隐忧

关键词：全国化,营收增长,中高端市场,区域特性,市场份额
概要：珠江啤酒2024年营收57.31亿元，同比增长6.65%，归母净利润8.10亿元创新高，但全国化进展缓慢，广东销售占比达95.81%。中高端产品贡献主要收入，占比68%，增长空间有限。募投项目推进迟缓，部分延至2028年。公司计划优化产品结构、提升产能并拓展省外市场，但仍需加快步伐以应对竞争压力和缩小与龙头企业的差距。

原文链接：<https://www.jiemian.com/article/12538351.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

17. 燕京啤酒双星闪耀，诠释“产品主义”真谛

关键词：产品主义,高端化战略,品牌文化建设,消费体验,技术创新
概要：中国酒类行业从渠道战转向价值战，消费者需求变化推动“产品主义”回归。燕京啤酒在2025年春糖会期间凭借燕京U8和狮王精酿两款产品脱颖而出，分别荣获“年度引擎产品”和“年度增长冠军”。燕京U8以小度特酿技术提供独特体验，狮王精酿则定位高端市场。燕京啤酒通过产品创新、品牌文化和技术创新，在消费升级背景下巩固高端市场地位，成为行业标杆，引领未来发展方向。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JRMETQ9M0519SQQ7.html?spss=dy_author

18. 连续两年15%增速，透视会稽山年报背后的“增长密码”

关键词：高端化,年轻化,黄酒行业,产品结构,品牌焕新
概要：会稽山绍兴酒2024年营收16.31亿元，同比增长15.60%，净利润1.96亿元，增长17.74%。其连续两年保持15%增速得益于高端化和年轻化战略。高端化方面，推出中高端产品系列并加强研发，毛利率升至52.08%；年轻化方面，开发气泡黄酒并结合线上线下活动提升品牌影响力。会稽山的成功为黄酒行业提供了中高端发展、品类创新和文化自信的启示。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JS5R877U0519SQQ7.html?spss=dy_author

19. 大健康时代，南京同仁堂酒业的布局与野望

关键词：露酒,大健康,草本系列,供应链,研发优势
概要：南京同仁堂酒业依托百年中医药文化，聚焦大健康领域，推出多系列露酒产品，预计2030年市场规模将突破2000亿元。公司凭借稳定供应链、持续研发能力和品牌背书三大优势，推动从卖酒向健康解决方案转型。通过“三力提升”战略赋能经销商，计划2025年跻身行业前三，布局国内外市场，满足多元化消费需求。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160169>

20. 文化复兴+场景革命，甲江南交出黄酒品类破圈的创新答卷

关键词：黄酒,文化IP,消费场景,品类创新,江南文化
概要：甲江南酿酒公司通过“阳澄湖黄酒”案例，开创“文化IP+消费场景”模式，将黄酒与大闸蟹绑定，推出“蟹酒共生”，切入家庭宴饮和高端礼品市场，销量增长超200%。同时，以江南文化为核心打造综合IP，推出养生系列，契合大健康需求。企业优化产品矩阵，挖掘黄酒文化属性，实现品质升级，为黄酒产业复兴提供范例，推动其从区域品牌走向全国性文化现象。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160165>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

21. 剑南春以守正创新之道，塑造名酒价值新表达

关键词：品质坚守,科技赋能,历史底蕴,匠心精神,创新融合
概要：在经济全球化和转型升级背景下，剑南春作为名酒企业积极发挥引领作用，通过品质坚守、科技赋能和价值塑造三大策略推动高质量发展。其1500年历史底蕴与匠心工艺确保产品品质，科技创新融合现代技术提升酿造水平，文化营销结合传统与现代消费场景，提升品牌影响力，为酒业发展注入活力。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JS0NIJFT0519SQQ7.html?spss=dy_author

22. 王楠波：劲牌2024年营收125亿，正努力创新工艺在酿造环节实现“兼香”

关键词：风味,健康,酒业发展,保健酒,草本白酒
概要：3月27日，中国国际酒业发展大会在泸州召开，劲牌总裁王楠波分享公司2024年营收125亿、增长4.3%的成绩，强调风味与健康是酒企发展必然趋势。劲牌聚焦保健酒和草本白酒，通过创新满足需求，优化生产工艺，推广健康饮酒理念。公司将积极响应健康中国战略，与中国酒协合作推动行业健康发展。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160128>

23. 当“董酒文化”向“文化董酒”进阶

关键词：定力,健康文化,白酒,新品首发,场景创新
概要：贵州董酒在春糖期间于巴金故居创新展陈，以“国密icon”为核心传递健康文化。总裁蔡少韧提出以唯一性、确定性、共生性为发展方向，强化品牌传播、品质聚焦及文化价值。专家肯定其健康价值与工艺魅力，董酒以“定力”和“破局”推动传统白酒文化走向更广阔舞台。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160118>

24. 青岛啤酒集团与青岛饮料集团将重组

关键词：国企改革,食品饮料,资产重组,百年品牌,渠道优势
概要：青岛市国资委推动青岛啤酒集团与青岛饮料集团战略性重组，深化国企改革，促进食品饮料产业升级。青岛啤酒集团拥有青岛啤酒品牌及快乐、健康、时尚三大业务板块，而青岛饮料集团涵盖崂山矿泉水和青岛葡萄酒等百年品牌。重组后，资产或将无偿划转，实现资源共享与优势互补，提升市场竞争力并拓展新业务领域。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=11363>

04

产品技术
Product Technology

新品上市：

25. 重磅！泥坑净雅香再获两项大奖

关键词：高端新品,独特风味,卓越品质,行业盛典,年度评选
概要：3月24日，泥坑酒业高端新品“净雅香博弈”在成都举行的2025“中国酒业华夏奖”颁奖典礼上，荣获“2024最具成长价值品牌”和“五星级大金奖”。该产品由院士孙宝国指导研发，开创净雅香型白酒新品类。此次评选历经严格程序，彰显泥坑酒业品质与品牌实力。同时，(CWN)国际烈性酒·葡萄酒大奖赛致力于提升中国酒类国际影响力，推动行业高质量发展。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160083>

26. 绿豆大曲X15上市，量化养生成分引领露酒新潮流

关键词：养生酒,绿豆黄酮,光瓶酒,数字化,年轻消费群体
概要：泸州老窖绿豆大曲X15上市发布会成功举办，吸引200余位嘉宾参与。活动中展示泸州老窖“绿色生态·智慧酿造”理念及智能化生产流程。公司表示将通过数字化重构养生酒价值体系，满足年轻消费者需求。绿豆大曲X15以绿豆黄酮为核心指标，瓶身简约时尚，推动光瓶酒从“价格战”转向“价值战”，成为高线光瓶酒创新标杆，为养生酒市场注入新活力。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JRETLNB20519SQQ7.html?spss=dy_author

27. 剑指10亿级大单品，张裕首款年轻化干白品牌“长尾猫”上市

关键词：年轻化,干白系列,低卡轻饮,消费趋势,增长极
概要：张裕推出针对年轻消费者的“长尾猫”干白系列，包括C59半干白与C39半甜白两款新品，主打高性价比、低卡低酒精和清新健康理念。作为解百纳品牌矩阵新成员，“长尾猫”以创新混酿工艺迎合年轻人群健康饮酒需求，被视为张裕年轻化战略的重要一步。中国酒业协会执行理事长王琦认为，该系列产品填补市场空白，推动中国葡萄酒向年轻化、时尚化发展，助力行业变革。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160125>

05

营销活动
Marketing Campaign

营销案例盘点：

28. 当泸州老窖“遇见”《三体》

关键词：白酒,科幻,文化,跨界,联名
概要：泸州老窖与《三体》联名发布两款产品，融合科幻IP与白酒文化，吸引年轻消费者。发布会吸引200余位嘉宾参与，以解构主义设计和“酒液星河”视觉效果展现多维宇宙理念。泸州老窖副总经理何诚称此举为品牌年轻化战略，推动白酒从口感竞争转向文化价值竞争，助力中国科幻文学传播与发展。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JS3BD71A0519SQQ7.html?spss=dy_author

29. 五粮液的“博鳌时间”，将“和美”春风吹向世界

关键词：和美文化,大国浓香,博鳌亚洲论坛,文化交流,消费体验
概要：五粮液作为博鳌亚洲论坛2025年年会最高级别荣誉战略合作伙伴，打造“五粮液·博鳌月”主题活动，通过晚宴、展厅等展示白酒文化魅力。嘉宾体验品鉴仪式与创新鸡尾酒，感受品牌韵味。五粮液借海南自贸港优势推动消费活动，将论坛影响力转化为市场动力。连续七年合作，彰显开放发展理念，助力中国白酒国际化，促进全球经济文化交流。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JRR3UF6S0519SQQ7.html?spss=dy_author

30. 第八届汾酒杏花节解码活态文化传承密码：从千年诗酒到“盛世典藏”的创新叙事

关键词：杏花村,汾酒文化,活态文化,诗酒美学,文旅融合
概要：第八届汾酒杏花节以“花间一壶酒 醉美杏花村”为主题，通过文旅融合形式展现汾酒深厚的文化底蕴与创新表达。活动期间，游客可体验非遗技艺、现代调酒技术以及情景剧表演等多元内容，感受汾酒6000年的酿造史和文化遗产。汾酒以“活态文化”为核心，强化品牌创新表达，发布“杏花村酒盛世典藏”系列新品，标志其迈向高端文化名酒的新征程。该产品通过独特的设计与品质升级，展现东方美学与品牌文化特点，助力汾酒全国化布局。杏花节不仅是一场文化盛宴，更是汾酒践行复兴纲领、推动全要素高质量发展的具体实践，展现了中国白酒从规模竞争向文化竞合的时代转向。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160148>

31. 樱花游火爆出圈，稻花香酒旅融合，诠释“为幸福生活酿美酒”

关键词：樱花,白酒,品鉴,体验,文化
概要：第二届稻花香·活力星樱花游活动在湖北宜昌启幕，以“浪漫花开 樱你而来”为主题，融合樱花美景与白酒文化，打造沉浸式赏花品酒体验。活动通过生态厂区、美酒品鉴等场景设计，强化品牌认知，吸引游客互动，带动周边产业发展。稻花香借“樱花游”IP，实践体验式营销，传递生活理念，展现生态酿造与文化传播战略，为白酒行业酒旅融合提供范例。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/JS8DJ1140519SQQ7.html?spss=dy_author

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。