

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：

白酒集体降度，能成为打开新消费的钥匙吗？
白酒行业新战场：酒桌上的话语权争夺；
高库存叠加禁酒令，即时零售是白酒震荡期的解药吗？

行业环境：

1. 白酒集体降度，能成为打开新消费的钥匙吗？

关键词：白酒降度,年轻消费者,低度酒市场,口感优化,新品研发

概要：2025年上半年，白酒行业持续深度调整，推动酒企加速产品年轻化与低度化布局。五粮液宣布将推出29度五粮液，泸州老窖和洋河也纷纷研发低度新品，迎合“90后”“00后”消费群体偏好。业内指出，低度酒并非为降低成本，而是通过更复杂工艺满足新一代消费者对口感、健康和饮用体验的需求。尽管白酒整体市场增长放缓，低度酒仍保持增长态势，2025年市场规模预计达740亿元。专家认为，低度化有助于打破传统消费圈层，拓展自饮、聚会等新场景，成为酒企新增量来源。但改变消费习惯仍需长期市场培育。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=12083)：http://baijw.com/list.asp?id=12083

2. 白酒行业新战场：酒桌上的话语权争夺

关键词：白酒行业,年轻消费,低度酒,即时零售,价格倒挂

概要：白酒行业已进入存量竞争时代，面临政策调整、消费转型和存量竞争叠加的深度调整期。年轻消费群体逐渐成为主力，偏好低度、果味、易入口酒饮，推动企业推出低度产品及跨界联名，拓展新型消费场景。即时零售崛起，满足年轻人便捷需求，成为重要销售渠道。同时，中低端市场成主战场，高端白酒价格下滑，库存压力加大，价格倒挂现象普遍。受“禁酒令”影响，商务宴请等场景受限，家庭聚会、朋友小酌等场景迎来机会。头部酒企积极调整战略，强化渠道管理，布局中低端市场，探索多元化营销方式，以应对行业变革。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=12085)：http://baijw.com/list.asp?id=12085

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. 市场见冷暖，2025中国白酒市场中期研究报告

关键词：白酒市场,行业调整,消费趋势,库存压力,价格策略
概要：中国酒业协会发布《2025中国白酒酒业市场中期研究报告》显示，2024年白酒行业深度调整，“量降利升”明显，规模以上企业利润增长，CR6企业利润占比达86%。2025年上半年，市场量价齐跌、库存高企，消费场景转向家庭和庆典，线上销售增长但整体动销平淡。年轻化需求崛起，消费者更理性，行业进入存量竞争阶段，需优化产能、强化品牌分化、构建全域数字化营销体系，推动高质量发展。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/K2C4NIM10519SQQ7.html?spss=dy_author

4. 禁酒令“纠偏”，渠道反馈如何？

关键词：禁酒令,政策调整,白酒消费,违规吃喝,市场规范
概要：近日随着监管政策逐步细化，白酒消费市场迎来积极信号。此前“禁酒令”在执行中出现“一刀切”现象，导致政务消费受抑，白酒渠道商受到冲击。但近期中央明确违规吃喝认定标准，各地如浙江、河南也出台相应政策区分正常餐饮与违规行为，为市场划清红线，提振行业信心。分析指出，政策调整将带来短期波动，但长期利于行业规范化发展。白酒消费需求有望回归合理水平，特别是商务宴请等场景将逐步回暖。面对变化，渠道商需优化产品结构、拥抱数字化、调整客户策略等，以适应新趋势。尽管恢复仍需时间，但行业正迎来新的发展机遇。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160581>

5. 高库存叠加禁酒令，即时零售是白酒震荡期的解药吗？

关键词：618电商大促,即时零售,白酒增长,渠道库存,禁酒令
概要：今年618电商大促期间，白酒在即时零售渠道表现亮眼，成交额大幅增长。美团闪购数据显示，白酒整体成交额同比增长超10倍，部分品牌如酒严选、百川名品等增长超8倍以上。浙江久加久等企业通过销售五粮液、剑南春等高端白酒实现翻倍增长。专家指出，即时零售有效缓解白酒行业高库存压力，并适应“禁酒令”下消费场景转变，推动真实开瓶消费和复购率提升。同时，即时零售还帮助终端门店拓展客源、延长营业时间、优化选品策略，正从多维度重塑白酒市场逻辑，成为白酒行业去库存、稳价格、促增长的重要渠道。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160583>

6. 正确认识“禁酒令”，找到白酒发展新模式

关键词：禁酒令,政务消费,缩量时代,用户主导,改善消费
概要：白酒行业已进入“缩量时代”，从过去的高增长、高杠杆、高流转向用户主导型市场，底层逻辑由人口红利、政商务消费和工业化扩张转变为改善性消费需求驱动。当前政务消费对白酒的影响已大幅减弱，但区域差异仍存。行业面临总量过剩、库存压力大等问题，传统营销模式难以为继，需通过营销模式迭代、产品审美升级、运营机制变革等手段构建“白酒发展新模式”。核心在于将主导权交给用户，推动从“以店为主”向“以用户为主”转型，强化场景服务与用户体验。未来，白酒将回归消费品本质，行业集中度提升，优质品牌更受青睐，企业竞争转向产品力、设计、服务等综合能力。从业者需适应培育周期拉长、改善需求主导的新常态，关注长期价值而非短期利益。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/K2U8PJ4L0519SQQ7.html?spss=dy_author

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. “史上最严禁酒令”下，酒企、酒商怎么干？

关键词：白酒行业,消费场景,禁酒令影响,商务接待,大众消费
概要：针对部分城市整治违规吃喝“一刀切”，央媒发声纠偏，提振行业信心。禁酒令使政务消费需求下降，婚庆寿宴和家庭独酌成主要消费场景。业内人士指出，禁酒令重构消费决策逻辑，酒企需从依赖政商转向经营消费者价值。头部企业积极应对，探索新消费场景，深耕不同价位段产品。专家建议酒商优化现金流，调整产品结构，转向自有品牌和定制化产品，挖掘商务接待、大众宴席及下沉市场潜力。整体来看，行业正加速转型，适应新商业环境下的品牌竞争与消费需求变化。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160561>

8. 电商大战击穿传统白酒价格体系

关键词：白酒,价格体系,渠道变革,即时零售,电商促销
概要：今年618，电商平台通过“百亿补贴”和即时零售模式掀起白酒价格大战，线上销售爆发式增长，但冲击传统价格体系，线下经销商生意冷淡。业内人士警告低价促销或损害品牌价值与渠道稳定，线上假货风险亦不容忽视。专家建议酒企重塑渠道，建立线上线下协同机制，开发专属产品线，深化即时零售布局，并主动规范电商合作，培养自有直播力量，平衡流量与效益，保护品牌价值以实现可持续发展。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=11999>

9. 孙爱保：以黄酒做基，扩露酒新路 | 高层视线

关键词：露酒,黄酒,健康,创新,小众
概要：第四届中国露酒T6峰会在泸州召开，主题为“以标立向 寻露未来”，由中国酒业协会主办、泸州老窖承办。会议聚焦露酒行业趋势与创新，探讨黄酒与露酒的协同发展。黄酒与露酒同属小众品类，面临产业规模小、区域集中、消费人群有限等共性问题，但二者均具备“健康”属性，契合现代“轻养生”需求。未来发展方向包括标准、产品、场景三方面创新：推动以黄酒为基酒的露酒标准建立；开发风味多样、适合年轻群体的产品；打造国潮、微醺等新消费场景，拓展市场空间。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160563>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

10. 从中国白酒之乡射洪到法国巴黎，舍得酒业借老酒节IP打造文化出海新范本

关键词：白酒国际化,老酒文化,舍得酒业,文化出海,中西交流
概要：舍得酒业借助复星资源，以品质与文化为核心，创新出海模式，于2025年6月在巴黎举办老酒节，融合中法文化，推动白酒国际化。活动获政商界及媒体高度认可，并授予六人“国际传播大使”称号。舍得制定国际老酒标准，已进入37国市场，文化出海战略成效显著，为中国白酒走向世界提供新路径。

原文链接：<https://www.jiemian.com/article/12951789.html>

11. 千亿市场，泸州老窖的“大动作”

关键词：老酒市场,年份酒,瓶储标准,数字化生态,行业规范
概要：2024年6月，《瓶储年份酒团体标准》正式发布并上线智慧平台，由泸州老窖主起草，推动老酒市场标准化、数字化发展。该标准明确“瓶储”定义，规范生产与质量要求，提升市场透明度。泸州老窖自2016年起推行年份化定价策略，并携手蚂蚁集团加速数字化转型，引领白酒产业高质量升级。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160573>

12. 泸州老窖的露酒“新叙事”

关键词：露酒,产业发展,健康属性,消费场景,文化底蕴
概要：第四届中国露酒T6峰会在泸州举行，六家头部企业共商露酒产业创新发展。泸州老窖集团董事长刘淼提出行业应顺应个性化、健康化趋势，把握人口结构、技术进步与市场扩张机遇，强化品质、科技等内功。泸州老窖在标准制定与产品创新上成果显著，推动露酒从传统保健向年轻化、多元化发展，成为酒业增长新引擎。未来将聚焦品质与文化，实现大众化普及。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160557>

13. “山城啤酒”，到底属于谁？

关键词：领导层换届,商标之争,业绩下滑,品牌纠纷,山城啤酒
概要：重庆啤酒完成领导层换届，但因业绩下滑和行业排名下降引发质疑。同时，与重庆嘉威关于“山城啤酒”商标的争议升级，双方矛盾源于嘉士伯入主后山城品牌销量大幅下滑。分析认为，资本逐利或致传统品牌保护不足，未来合同到期前的纠纷走向成为关注焦点。

原文链接：<https://www.jiemian.com/article/12925138.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

14. 丛台酒618经销商大会：冀酒龙头的周期破局与百亿谋篇

关键词：区域名酒,战略规划,渠道深耕,品牌拉力,市场渗透
概要：第四届丛台酒618经销商大会在河北召开，庆祝建厂80周年，提出从区域名酒向“中国新名酒”迈进的战略规划。通过“1+3”市场布局与“三香四品五基地”产能规划，实现品牌规模、区域市场占有率及大单品销售突破。公司计划导入清香产品，拓展80-300元价位市场，强化全省化与全国化布局，展现抗周期韧性，目标打造“百年丛台”，为冀酒振兴注入动力。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/K2EJRMJE0519SQQ7.html?spss=dy_author

15. 珍酒李渡官宣姚安娜担任白酒“申遗大使”，千年酒香何以飘向未来？

关键词：白酒申遗,文化遗产,珍酒李渡,姚安娜,非遗技艺
概要：6月16日，珍酒李渡集团宣布姚安娜出任白酒“申遗大使”，标志着该集团正式启动对中国白酒文化遗产的系统性保护与推广。此次合作不仅是品牌代言，更是文化遗产的深度联动。姚安娜因对传统文化的尊重与现代传播力的结合，成为理想代言人；而珍酒李渡凭借其技艺、遗址与习俗三位一体的文化遗产矩阵，具备坚实申遗基础。此举响应国家文化战略，旨在提升白酒文化认同、吸引年轻群体、推动技艺传承，并增强中国白酒全球影响力。通过文化活化与产业协同，珍酒李渡致力于打造传统与现代融合的新篇章，肩负起行业领军企业的使命担当。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/K2R6VAB10519SQQ7.html?spss=dy_author

16. 宋河粮液与河南卫视战略合作，携手武林风点燃全民武侠梦

关键词：武术文化,品牌营销,竞赛精神,白酒消费,文化IP
概要：宋河粮液冠名河南卫视《武林风》，通过武术文化与竞技体育的融合，推动品牌年轻化转型。此次活动不仅是全民武术文化的展示，也是宋河以区域文化IP为载体，践行名酒复兴战略的重要一步。宋河近期通过多平台直播、携手珠峰登顶者等营销举措，强化亲民化与价值回归的品牌诉求，加速迈向战略高地。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160558>

17. 仁怀白酒兵分两路拓市场

关键词：酱香白酒,核心产区,市场拓展,国际合作,酒类赛事
概要：仁怀酱香白酒产区近期开启双线拓展模式，积极开拓国内外市场。6月初，仁怀在上海、宁波等地举办推介活动，40家酒企集中亮相，借助两地区位与平台优势融入区域经济圈。随后，仁怀还在宁夏贺兰山东麓葡萄酒产区举办品牌推介会，推动“白红交融”。目前，仁怀白酒已出口至60余国。赤水河流域酱香白酒与宁夏葡萄酒同入选工信部首批重点培育食品产区名单。仁怀正以茅台为引领，打造世界级酱香白酒核心产区。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=12084>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

18. 直击五粮液股东大会：2025年聚力做好五件事，以“五个一流”穿越行业周期

关键词：白酒行业,稳健增长,高质量发展,品牌建设,市场营销
概要：6月20日，五粮液在宜宾召开股东大会，以“稳”为主题规划未来发展。2024年实现营收891亿元，同比增长7.09%，连续十年稳健增长。企业聚焦品质、品牌等五大方向，提出优化市场策略与渠道模式，强化品牌价值与市场份额。同时承诺未来三年现金分红比例不低于70%。曾从钦提出建设“五个一流”体系，助力穿越行业周期，展现企业稳定发展的信心与决心。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160559>

19. 直面酒业调整“深水区”，看见五粮液的确定性

关键词：稳健增长,卓越质量,品牌建设,市场策略,股东回报
概要：五粮液2024年营收891.75亿元，归母净利润318.53亿元，连续10年稳健增长，计划分红223亿元。公司通过“量价平衡”策略确保顺价销售，优化供需关系，推进营销改革与即时零售。董事长曾从钦总结五大关键词：“稳健”“卓越”“出圈”“变革”“回报”。未来，五粮液将聚焦“五个一流”建设，围绕品质、品牌等展开部署，推动高质量发展与行业长期稳定增长。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/K2JF7VLV0519SQQ7.html?spss=dy_author

20. 2379.16 亿！燕京啤酒闪耀价值品牌榜，民族品牌崛起正当时

关键词：品牌价值,高端化战略,营销创新,业绩增长,民族品牌
概要：2025年，燕京啤酒以2379.16亿元品牌价值登榜《中国500最具价值品牌》，彰显强劲潜力。作为无外资参与的龙头企业，其2024年销量达400.44万千升，净利润同比增长63.74%，中高端产品占比67%。2025年第一季度净利增长61.10%。通过品牌年轻化、全域营销及创新战略，签约代言人、深化IP建设，推出新品构建“啤酒+饮品”格局。持续推进变革与数字化赋能，探索智能化研发，成为中国民族工业崛起与高质量发展的典范。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/K2EJRK3G0519SQQ7.html?spss=dy_author

21. 青岛啤酒豪掷6.65亿元收购即墨黄酒，值吗？

关键词：黄酒,收购,即墨,净利率,资产负债率
概要：青岛啤酒拟6.65亿收购即墨黄酒厂100%股权，首次跨界进入黄酒领域。即墨黄酒年营收1.66亿，净利率达18%，盈利能力强但资产负债率高。其产品以半甜型和甜型为主，具有地域特色，在山东地区知名度较高。此次收购旨在开拓新增长点，契合低度化、健康化消费趋势，但黄酒将面临啤酒、葡萄酒等品类竞争，渠道融合效果仍需观察。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=12011>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

22. 惠泉啤酒：利润依赖投资收益，未来面临更多挑战

关键词：利润增长,主营发展缓慢,投资收益依赖,区域市场局限,全国化布局难
概要：惠泉啤酒2024年净利润同比增长33.58%，达6483.02万元，但啤酒业务收入仅增长5.15%，利润主要依赖投资收益和利息收入。公司在福建市场占据主导地位，但全国化布局进展有限，省外市场表现疲软，“以价换量”现象明显。同时面临行业竞争压力、财务不稳定等问题。未来，公司将通过推出新品、举办文化活动等方式提升主业，并被建议优化资金管理、强化品牌建设以实现高质量发展。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=12012>

23. 四川泸州白酒产业园区：“白酒森林”的开枝散叶

关键词：白酒产业,全产业链,智能酿造,物流效率,产业生态圈
概要：四川泸州白酒产业园区是中国唯一以白酒制造为主的全产业链园区，集酿酒、包装、物流、检测等业态于一体。园区自2006年建设以来，吸引300余家企业入驻，2024年营收达1380亿元。园区专注细分领域，如防伪瓶盖、玻瓶生产，并通过智能化物流实现高效配送。同时，园区推动产业链延伸，探索“研发-转化-生产”模式，拓展文旅融合，签约多个智能化项目，正推进泸州老窖20万吨智能酿造基地建设，致力于打造世界级白酒产业生态圈。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=12005>

24. 从区域贵族到黄酒市值龙头，会稽山“逆势重生”背后的五重启示

关键词：黄酒,年轻化,市值增长,低度酒,品牌定位
概要：会稽山作为拥有280多年历史的黄酒企业，通过控股股东中建信入主后的战略调整，实现逆势增长。其年轻化产品“一日一熏”气泡黄酒在抖音直播单日销售额破千万，吸引超40%年轻消费者。公司优化产品结构，推出高端品牌兰亭及科技型黄酒“会稽山1743”，强化基地市场并拓展全国布局。目标成为“中国经典低度酿造酒第一品牌”，为黄酒行业提供新发展思路。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160539>

25. 清香劲旅再入燕赵，汾阳王亮剑河北启新程

关键词：清香型白酒,河北市场,汾阳王战略,清香复兴,白酒消费
概要：汾阳王酒业在石家庄举办战略产品推介会，正式启动深耕河北市场的计划。河北作为重要白酒市场，年消费容量约350亿元，清香型占比25%且持续增长，与汾阳王“青花系列”和“V系列”高度契合。企业以石家庄为支点布局全省，通过精准定位和渠道策略开拓市场。汾阳王年产2万吨大曲清香酒，储能5万吨，依托独特工艺满足年轻消费者需求。品牌推广上，通过央视合作及厂商一体化模式提升影响力，并以终端深耕计划强化动销，致力于成为清香品类的“第二增长极”，助力清香复兴与酒业多元化发展。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/K298ATFU0519SQQ7.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。