

# 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:

白酒行业的舆论环境  
聚焦大众酒，触摸大市场，看见大未来  
国产威士忌大爆发

#### 行业环境:

##### 1. 从业绩高增到难掩颓势，洋酒巨头在中国遭遇了什么？

关键词：洋酒

概要：洋酒行业在中国市场面临销量下滑和利润下降的问题。主要原因包括经济下行、消费疲软、夜场消费场景减少、品牌形象老化、经销商造血能力弱和主流产品多聚焦在高端价位。为了应对这些挑战，洋酒企业需要进行产品创新、拓展日店渠道和精准触达目标消费者等转型。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IVU098690514B2R0.html): <https://www.163.com/dy/article/IVU098690514B2R0.html>

##### 2. 未来3000亿的市场增量，谁能成为酱酒品牌头部化的确定性选择？

关键词：白酒

概要：酱酒产业在中国白酒产业中具有确定性赛道和机会，成为中国白酒看酱香的趋势更加明确。随着行业集中化进程加快，头部竞争和品牌竞争成为主旋律，经销商选择品牌和产品至关重要。仁怀酒在地域品牌中成长，品牌价值已超百亿，在专家团队护航品质、强大的产储能供给、灵活有效的市场营销以及强大的市场团队的支撑下，成为酱酒头部化中的一大确定性机会。仁怀酒计划用未来五年的时间，发展2000个城市合伙人、10万个合伙人和300万个会员，实现人人参与，共享共赢，把仁怀酒打造成全国化的知名品牌、高品质酱香酒新的标杆品牌。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/bj157689): <https://jiuyejia.com/news/bj157689>

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

### 3. 国产威士忌大爆发

关键词：[V]啤酒日报

概要：中国国产威士忌正迎来发展高峰，消费者对威士忌认知加深，单一麦芽威士忌更受喜爱，国产威士忌向麦芽威士忌倾斜，聚焦中高端市场。国产威士忌在地理分布方面实现产区化，产业集群以福建、浙江、四川、云南为核心。2023年，中国本土威士忌总产量达到约5万千升，同比增长127%，市场规模从2013年的12.88亿增长到2023年的55亿，增长4.2倍。国产威士忌扩产能，进口量下降，给国产威士忌带来发展机会。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J04IIQV70522BL6H.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J04IIQV70522BL6H.html?spss=dy\_author

### 4. 拥抱质价比时代！聚焦大众酒，触摸大市场，看见大未来

关键词：[V]酒说

概要：2024年，中国酒业迎来全产业增长新周期，其中大众酒作为行业亲民性和质价比最为突出的品类，成为白酒高质量发展的重要力量。在4月17日召开的“拥抱质价比时代”为主题的2024中国大众酒发展新动能大会上，众多知名企业和品牌共同探讨大众酒市场发展路径，共谋产业发展新动能。专家和企业代表认为，质价比是产品直达消费的新通路，企业需以消费为导向，重视人的诉求和情绪价值的满足。大会现场发布2024中国大众酒标杆品牌、明星品牌和最具质价比大众酒榜样。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J03IQKST0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J03IQKST0519SQQ7.html?spss=dy\_author

### 5. 白酒行业的舆论环境

关键词：白酒

概要：白酒行业的舆论环境与啤酒行业大不相同，白酒行业的舆论环境较为嘈杂，而啤酒行业的舆论环境相对温和。华润啤酒进入白酒行业时间不长，旗下有金沙酒业、金种子酒、山东景芝三个白酒品牌。白酒行业进入存量竞争，品牌之间、香型之间乃至产区之间的“角斗”更加激烈，导致舆论环境嘈杂。白酒上市公司数量多，财报季话题不断，加上白酒行业集中度提升，企业面临压力，导致舆论环境更加嘈杂。这些因素叠加形成了同频共振，影响白酒行业的舆论环境。在华润啤酒真正打开“白酒新世界”的那一天，侯孝海对白酒行业的舆论环境应该会有新的看法。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J02PGLNI0519B26C.html)：https://www.163.com/dy/article/J02PGLNI0519B26C.html

# 01

## 行业趋势

### Industry Trends

#### 6. 葡萄酒市场一线调研：活跃度提升、信心恢复，有酒商销售增长180%

关键词：白酒

概要：中国葡萄酒市场正走出低谷，行业活跃度大幅提升，信心修复。2023年国产葡萄酒产量、销售额、利润三项关键指标均同步增长，为2024年发展奠定基础。头部企业拉动行业发展，进口葡萄酒消费向品牌集中，市场环境改善。白葡萄酒市场发展迅猛，成为拉动行业发展的动能之一。全球葡萄酒产销量下滑，但中国葡萄酒市场呈现积极变化，有望引领全球市场复苏。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/bj157697): <https://jiuyejia.com/news/bj157697>

## 02

## 跨境出海

Expand Overseas

## 跨境出海：

## 7. 持续加码文创酒赛道 贵州茅台出海再提速

关键词：出海

概要：贵州茅台持续加码白酒出海，在第四届中国国际消费品博览会上，宣布2023年出口额超43亿元，占中国白酒出口额的77%。同时，茅台发布了贵州茅台酒·春系列新品，通过文化营销打开海外市场。茅台还表示，将坚守中华文化立场，推动中国文化更好地走向世界。白酒行业专家认为，文创酒是活化品牌、增强品牌价值的重要细分品类市场。中国白酒出海提速，茅台集团已经形成白酒、红酒、果酒的出口产品矩阵，未来将逐步增加茅台酒、酱香系列酒和集团家族产品的出口量。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IVONO32L05199NHJ.html)：https://www.163.com/dy/article/IVONO32L05199NHJ.html

## 8. 蜜雪冰城、泡泡玛特们，出海搞到钱了吗？

关键词：出海

概要：本文介绍了中国新消费企业“到海外去”的趋势。2023年，在国内消费市场增长放缓的情况下，不少新消费企业的年报数据依旧在增长，海外市场，尤其是文化背景相似的亚洲市场，成为新的增长点。文章详细分析了最早一批出海的公司在东南亚市场的成功经验，包括社交媒体和泛娱乐内容输出对消费习惯的影响，以及供应链和定位的调整。同时，也探讨了出海面临的挑战，如市场饱和、供应链问题和文化差异等，并提出了应对策略。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IVRNPUE30539M9HP.html)：https://www.163.com/dy/article/IVRNPUE30539M9HP.html

## 03

## 投资运营

## Investment Operation

## 投资运营：

## 9. 华致酒行营收101亿；五粮液人事变动；金徽Q1营收超10亿

关键词：[V]云酒头条

概要：茅台集团拟引进高层次人才14人，以提升人才队伍素质；五粮液董事长曾从钦调研大洋洲酒类市场，并加强国际合作；华致酒行2023年营收破百亿，持续扩大市场影响力；宜宾市酒业发展局揭牌，助力白酒产业发展；乐山市与中国酒业协会座谈，寻求威士忌产业合作；茅台葡萄酒公司党委书记李春风调研市场，提升终端建设；金徽酒Q1营收10.76亿，增长20.41%；舍得酒业新增供应链孙公司，拓展业务领域；\*ST莫高规划500吨白兰地项目，推动葡萄酒产业升级；公安部部署专项打击行动，打击“特供酒”犯罪活动。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J08ME5JG05199FKS.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J08ME5JG05199FKS.html?spss=dy\_author

## 10. 外来和尚能念好重庆啤酒的经吗？

关键词：啤酒

概要：重庆啤酒在并购后被“洋气”化，高管团队中有多名外籍成员，主打高端市场。2023年，重庆啤酒的高端产品销量占总销量的47.91%，但高端产品增速放缓，研发投入逐年降低。尽管在分红方面大方，但“水数据”问题可能影响长远发展。重庆啤酒计划2024年实现营收中高个位数增长，通过推动重点项目建设和拓展来达成目标。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IVQAKJTB05563QNO.html)：https://www.163.com/dy/article/IVQAKJTB05563QNO.html

## 11. 燕京啤酒公布2023年业绩，营收突破140亿元大关

关键词：啤酒

概要：燕京啤酒2023年年报发布，营业总收入142.13亿元，同比上升7.66%，归母净利润6.45亿元，同比上升83.02%，毛利率和净利率均实现同比增长。在成本控制方面，销售费用、管理费用、财务费用总计30.27亿元，三费占营收比同比减少2.83%。燕京啤酒2023年财报表现优异，各项数据指标均呈现出良好的增长态势，超出市场分析师的预期。未来，随着公司不断加强产品创新和市场拓展，相信其业绩将持续保持稳健增长。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J02F7OME055634PC.html)：https://www.163.com/dy/article/J02F7OME055634PC.html

## 03

## 投资运营

## Investment Operation

## 投资运营：

## 12. “国内供应链第一股” 怡亚通转战清香白酒市场未捷

关键词：白酒

概要：怡亚通发布2023年业绩报告，营业总收入944.22亿元，同比增长10.57%，但归母净利润仅为1.41亿元，同比下降44.95%，盈利能力明显下滑。公司已连续两年净利润同比下降超过40%，营收与利润不匹配。怡亚通曾深度涉足酒饮行业，但在2022年酱香白酒市场泡沫破灭后，业绩受到重创。公司目前正尝试寻找新的利润增长点，包括进军清香白酒赛道。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/11050826.html)：https://www.jiemian.com/article/11050826.html

## 13. 酒讯深度 | 白酒投资遇冷，2024钱该往哪儿投？

关键词：白酒

概要：2023年，酒类融投资事件和规模大幅下降，白酒投资遇冷。宏观经济环境、政策限制、白酒企业上市难等多重因素导致投资热情下降。白酒行业集中度提高，优质标的不足，头部企业优势明显。业内资本并购和投资白酒新势力成为可能的方向。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J00Q4PP305429OWB.html)：https://www.163.com/dy/article/J00Q4PP305429OWB.html

## 04

## 产品技术

## Product Technology

## 新品上市：

## 14. 青岛啤酒成都公司推出新品“10度5升桶装7天鲜啤”

关键词：青岛啤酒

概要：青岛啤酒（成都）有限公司推出了新品10度5升桶装7天鲜啤，因其口感和外观设计上的创新而受到好评。这款鲜啤采用现代一罐法酿造工艺和低温长时间后熟技术，保证啤酒口味的新鲜。消费者可以通过专营店、温江各大餐饮店等渠道购买，满足畅饮尝“新”需求。青岛啤酒在温工厂拥有2条3.6万瓶/小时的生产线，让“温江造”青岛啤酒提前承包消费者夏天的味蕾。

[原文链接](http://www.beerw.com/list.asp?id=99532)：http://www.beerw.com/list.asp?id=99532

## 15. IBU70的小批量深色啤酒

关键词：啤酒

概要：这款魔书小批量卡斯迪亚深色啤酒，色泽深邃，泡沫细腻持久，口感丰富多元。首先，浓郁的烤麦芽特征与独特的啤酒花味道相互融合，形成独特的口感，让人回味无穷。此外，松香、树脂、柑橘味和巧克力香气，使得啤酒的味道更加丰富多元。苦涩的余味与饱满的麦芽酒体形成鲜明对比，使啤酒的味道更加鲜明突出。这款啤酒如同一次味蕾的盛宴，让人在品尝过后仍然回味无穷。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J009RNOS055636B3.html)：https://www.163.com/dy/article/J009RNOS055636B3.html

## 16. 茅台春系列6款新品消博会首发，文化创美“无止境”！

关键词：白酒

概要：贵州茅台酒在第四届中国国际消费品博览会期间发布了春系列文化产品，这是继24节气文化酒、巽风酒之后的第三个“数实融合”系列产品。春系列产品以四时之美、国色之美、农耕文明之美以及与现代化数字之美的结合，成为美时代又一款礼献美生活的佳酿。包装设计中融入了人与自然和谐共生的场景，彰显了中国传统的美学文化，体现了中华农耕文明之美、生态文明之美、数字文明之美。同时，春系列产品也采用了传统勾兑技艺与现代感官评价和风味导向技术相结合的方式，呈现不同个性、风格和口感。作为“天人共酿”的产品，春系列文化产品将用户酿造出的数字藏品实际数量来映射对应实物产品。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/bj157663)：https://jiuyejia.com/news/bj157663



## 05

## 营销活动

## Marketing Campaign

## 营销案例盘点：

## 17. “90后”游本昌做客《舍得智慧人物》，碰撞“舍得”时代内涵

关键词：白酒

概要：第六季《舍得智慧人物》邀请到重量级嘉宾游本昌分享他的“舍得智慧”故事，展现了他在演艺事业中的取舍哲学，诠释了“轻舟已过万重山”的豁达内涵。节目通过画面的精益求精和虚实结合形式进行技术升级与创意表达，围绕“人生下酒，放胆一聊”构建消费场景，融合人物、情感、场景于一体，升级打造了独树一帜的文化肌理与美学框架。第六季《舍得智慧人物》将邀请更多重量级嘉宾，以“越过山丘”为主题，讲述他们的人生故事，传递直击心灵的“舍得”力量，成为舍得酒业在文化艺术领域打造的又一个破圈事件。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/bj157679)：https://jiuyejia.com/news/bj157679

## 18. 免费参观 购酒优惠 银川市30家酒庄将开展“酒庄开放日”活动

关键词：酒庄

概要：2024宁夏贺兰山东麓葡萄酒产区半程马拉松路跑双季赛（花季赛）将于4月21日在银川市西夏区鸣枪开跑，总规模为4800人，其中包括半程马拉松3800人和“醉美”酒庄跑1000人。赛事期间，全国参赛选手可以免费参观银川市30个酒庄、葡萄园，了解葡萄酒的酿造过程，免费品鉴各种优质葡萄酒，购买葡萄酒还可享受6—8折优惠。此外，还将为上海商学院300位商务精英举办一场葡萄酒专场品牌宣传推介活动。赛事期间，参赛者全程穿梭在充满花香、酒香的葡萄园，体验美酒美食、葡萄酒文化艺术展、围炉煮酒（茶）、烧烤+露营、文创市集、户外嗨场晚会等。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J04O7S7F0550B2N4.html)：https://www.163.com/dy/article/J04O7S7F0550B2N4.html

## 19. 2024洋河股份封藏大典：亮出“绵柔老酒”，点亮“梦想之光”

关键词：[V]酒说

概要：4月18日，洋河股份在宿迁举行了第十一届封藏大典，发布“绵柔年份老酒战略”，展现了中国白酒的匠心传承与创新突破。大典吸引了来自全球各地的嘉宾，通过现场直播吸引了超过8000万观众。在封藏大典上，展示了洋河悠久的历史、独特的工艺、高品质的产品和深厚的文化底蕴，呈现了洋河股份对历史的尊重、对品质的追求和对时代的回应。同时，洋河不断壮大的非遗技艺传承队伍，为梦之蓝·手工班打造了飞跃的高起点，以洋河雄厚的老酒储备为支撑，由中国酿酒大师和中国首席品酒师领衔，携手20年工龄老匠人酿造，被誉为“酒杯中的活文物、老酒中的艺术品、收藏界的软黄金”。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J05OE62B0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J05OE62B0519SQQ7.html?spss=dy\_author



# 05

## 营销活动

### Marketing Campaign

#### 营销案例盘点：

##### 20. 为什么说这场沙滩酒会，藏着国产葡萄酒崛起的路径？

关键词：葡萄酒

概要：茅台葡萄酒在第四届中国国际消费品博览会上举办了“春遇茅台红·邂逅好时光”沙滩酒会，为葡萄酒爱好者带来别样体验，展现了企业责任与担当，对中国葡萄酒市场复苏与中国葡萄酒崛起带来借鉴意义。活动实现了茅台“美”的生态闭环，同时为构建新消费场景提供借鉴样本。茅台葡萄酒通过深度互动、丰富活动等方式，培育大量忠实消费者，实现品牌影响力的持续攀升。在中国葡萄酒市场疲软的背景下，茅台葡萄酒实现营收、净利同比大增，展现出中国葡萄酒崛起的信号。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J02OGLUN053804DM.html)：https://www.163.com/dy/article/J02OGLUN053804DM.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。