

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:

中国洋酒行业市场前景分析预测报告;
营收微增, 谁制约着啤酒高端化?
酒业, 加“数”向前。

行业环境:

1. 区域酒企近3000亿份额怎么守? 七大核心竞争力不能缺

关键词: [V]云酒头条

概要: 本文探讨了区域名酒在白酒行业竞争中所面临的挑战与机遇。作者指出, 区域名酒在市场压力下, 需要面对同样的发展问题, 如名酒不断下沉挤压, 消费升级明显, 营销资源、人员能力、品牌支撑有限等。然而, 随着市场消费结构升级, 区域名酒也迎来了新的发展机遇, 如多元化消费场景选择, 白酒文化的多元化等。同时, 作者分析了区域名酒的竞争误区, 并提出了七个维度来打造区域酒企的核心竞争力, 包括省内或区内(根据地市场)的精细化运营能力, 区域名酒的价值创造能力, 区域名酒的营销创新能力, 区域名酒的消费者深度培养能力, 区域名酒的数字化运营能力, 区域名酒的传播表达能力, 区域名酒的战略持久力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J286UQH605199FKS.html?spss=dy_author): https://www.163.com/dy/article/J286UQH605199FKS.html?spss=dy_author

2. 川黔白酒 PK: 3400 亿 VS 2000 亿

关键词: 白酒

概要: 川黔白酒产业竞争激烈, 贵州茅台作为黔酒代表, 营收超过1500亿, 占据行业第一; 而四川五粮液等川酒企业营收也超过1000亿, 占据行业第二。黔酒和川酒各有优势, 贵州茅台在品牌力和盈利能力方面表现突出, 而四川则拥有更强大的产业规模和品牌实力。两者共同推动中国白酒产业的高质量发展。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J20S6N8S0514B2R0.html): <https://www.163.com/dy/article/J20S6N8S0514B2R0.html>

01

行业趋势

Industry Trends

3. 营收微增，谁制约着啤酒高端化？

关键词：啤酒

概要：本文分析了2023年啤酒上市公司的财报数据，指出中国啤酒行业已进入“存量市场”，产量下滑，企业加码中高端市场，提高利润率。同时，粮食和包材成本下降，以及人力资源优化，也使啤酒企业的毛利率得到提升。对于区域性企业，应深耕重点市场，提升品牌竞争力。未来，国内啤酒市场将朝着多样化、高端化方向发展。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J231BE3A0514B2R0.html)：https://www.163.com/dy/article/J231BE3A0514B2R0.html

4. 渠道下沉切莫拉低了品牌底线

关键词：酒水渠道

概要：近些年，白酒企业纷纷将目光投向低线城市、乡镇和农村市场，以酒类团购、私域直销、直播带货等模式触达更多下沉市场的消费者。然而，下沉市场的消费者具有注重价格实惠和正品保障、对实体店信任度高、更信任本地关系网等特征，成为众多酒企抢占市场的重要切入点。然而，这些策略在助推品牌销量的阶段性增长的同时，也出现了一些问题，如微商逻辑的增量有失品牌身份、擦边酒泛滥、品牌荣誉受损等。品牌需要从多方面满足下沉市场的需求，实现长期持续增长，如规范市场秩序、提供高质量产品和服务、平衡好与渠道的利益等。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J2AL05510522CRD0.html)：https://www.163.com/dy/article/J2AL05510522CRD0.html

5. 清香酒企要以酱酒为鉴，做大要迈过“品牌、产品、模式、组织”四道坎

关键词：白酒

概要：中国酒业沙龙（山西）暨中国清香型白酒核心产区推介会在山西汾阳举行，现场演讲主题为《清香酒企做大要迈过的四道坎》。华策咨询创始人李童认为，清香型企业现有体量基础上，要做大需要迈过四道坎：品牌之坎、产品之坎、模式之坎、组织之坎。他强调，品牌定位、品牌价值、品牌传播是品牌之坎的关键；产品风格、产品包装、产品卖点是产品之坎的关键；结合企业实际情况，找到适合自己的发展道路是模式之坎的关键；招人、用人、留人则是组织之坎的关键。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/bj157852)：https://jiuyejia.com/news/bj157852

01

行业趋势

Industry Trends

6. 澳洲酒回归搅动市场 国产葡萄酒何去何从

关键词：葡萄酒

概要：近日，随着澳洲葡萄酒的回归，国内葡萄酒市场似乎有所回暖。据年报显示，2023年A股5家葡萄酒企业合计实现营收60.39亿元，同比增长9.92%；合计实现净利润2.67亿元，同比增长144.06%。业内人士分析称，澳洲葡萄酒回归对国内葡萄酒市场是积极的利好消息，中国葡萄酒行业近年相对低迷，此举或在一定程度对中国葡萄酒市场起到带动效应。虽然国产葡萄酒市场能否借势迎来新发展，仍有待市场考验。同时，国内葡萄酒市场迎来新变动，澳洲葡萄酒重新回到货架，国产葡萄酒也在向着产区概念发展。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J23QRCBJ0519DFFO.html)：https://www.163.com/dy/article/J23QRCBJ0519DFFO.html

7. 白酒VS洋酒，谁更胜一筹？

关键词：洋酒

概要：在全球化背景下，白酒和洋酒在全球社交场合中备受关注。本文从酿造工艺、口感体验和文化内涵三个维度对比分析这两种酒类，探讨其在现代社交场合的适用性和消费者偏好。白酒采用固态发酵，口感浓烈，文化内涵深厚，适合中式宴会；洋酒采用液态发酵，口感细腻，文化内涵丰富，适用于西式聚会。随着文化交流加深，消费者对洋酒的需求增加，而白酒在传统文化复兴中备受青睐。在享受美酒的同时，了解每种酒背后的文化和历史，让每一次举杯成为文化的交流和心灵的碰撞。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J2388IM5055673ZS.html)：https://www.163.com/dy/article/J2388IM5055673ZS.html

8. 分析师解读啤酒市场新趋势：中高端产品增速领跑，低端市场萎缩

关键词：啤酒

概要：分析师表示，2024Q1以来，啤酒10-12元价格带产品增速最快，行业结构升级逻辑仍在延续，行业Beta修复确立。尽管2024Q1啤酒行业销量预计有中低单位数的下滑，但自4月开始，行业销量增速下滑的幅度明显收窄，5月上旬终端动销表现良好，库存水平明显回落。考虑到低基数和体育赛事的催化，预计Q2和Q3景气度环比Q1和Q2向上。2023年国内啤酒销量同比增长1.4%，啤酒吨价同比增长6%，整体营收同比增长超7%。预计2024年啤酒行业产品结构升级趋势还会持续，盈利能力有所提升。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J2A374Q60522BL6H.html)：https://www.163.com/dy/article/J2A374Q60522BL6H.html

01

行业趋势

Industry Trends

9. 1919去年营收108亿；中国酒业电商选品大会即将召开.....

关键词：[V]酒说

概要：茅台集团入选ESG年度案例，坚持生态优先绿色发展，践行ESG共创美好，做强企业反哺社会。郎酒庄园演艺运营项目公开招标采购，组织演员在庄园进行常态化主题演出。1919去年营收108亿元，2024年一季度销售较2023年同期增长38%。华致酒行将深耕中高端市场，加强与一线知名厂家的合作粘性，打造“一超多强”的精品酒矩阵。枝江包材采购价格降幅40%，4个团标立项，分别是《仁怀核心产区大曲酱香型白酒基酒》、《仁怀核心产区大曲酱香型白酒》、《仁怀核心产区酱香大曲生产技术规范》、《仁怀核心产区大曲酱香型白酒生产技术规范》。2024中国酒业电商选品大会即将召开，权威专业的酒业电商产业全会，电商之都游学之旅。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J268LUI0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J268LUI0519SQQ7.html?spss=dy_author

10. 白酒上市公司一季报解析：头部格局生变，区域酒企业绩分化加剧

关键词：白酒原料

概要：白酒企业一季报显示，尽管多家酒企保持业绩正增长，但增长放缓的企业也不在少数，白酒行业已驶离普涨时代，愈发呈现结构性增长。在2024年第一季度，头部酒企营收、净利继续保持增长，但二线酒企出现明显分化趋势。区域白酒企业业绩的分化仍在加速，部分企业业绩下滑，酒鬼酒等企业面临调整期。整体而言，高端酒2023业绩达成均超年度经营计划，次高端表现分化加剧，企业需继续优化产品结构和调整营销策略。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J25VLOGV0534A4SC.html)：https://www.163.com/dy/article/J25VLOGV0534A4SC.html

11. 中国洋酒行业市场前景分析预测报告

关键词：洋酒

概要：本报告主要分析了中国洋酒行业的市场需求、竞争格局、投资机会等方面的内容。报告从市场规模、产品结构、市场分布、用户研究等多个角度对洋酒行业进行了详细分析，同时运用波特五力模型和SWOT分析等方法对行业竞争格局进行了深入研究。报告还选取了5-10家标杆企业进行调查研究，以反映行业主流发展趋势。此外，报告还分析了洋酒行业的投资机会、经营策略建议等，并对可能存在的风险进行了提示。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J2CS84JQ0518SM1R.html)：https://www.163.com/dy/article/J2CS84JQ0518SM1R.html

01

行业趋势

Industry Trends

12. 酒业，加“数”向前

关键词：[V]云酒头条

概要：白酒行业正在积极拥抱数字化、智能化，这一趋势正在从企业蔓延至产区。13家知名白酒企业明确将数字化作为2024年的重要工作之一，数字化技术的运用在市场营销和供应链管理上有着非常明显的优势。2023年，17家白酒上市公司的研发费用（不含资本化研发投入）总投入超过15亿元，增幅达到15.64%，数字化转型成为白酒行业进行科研创新的核心板块，是提升生产力的主要抓手。四川泸州白酒产业园区建成全国首个白酒全产业链数字化综合服务平台，收集整理了全市130多家酒类产业链企业和40多家有关单位的酒类产业数据，建成545个白酒产业相关数据模型，归集超过1.3亿条数据。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J2FTLMPU05199FKS.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J2FTLMPU05199FKS.html?spss=dy_author

13. 行业发展深水区：白酒产区各出奇招，“团队赛”精彩纷呈

关键词：白酒

概要：近年来，白酒行业马太效应加剧，产区价值日益凸显。2024年是中国白酒行业的深度调整与变革转型之年，各大白酒产区正冲刺“十四五”目标。政府为白酒行业提供了资金与政策支持，同时，白酒产区核心品牌竞争激烈，实现稳健高速发展，带动产业链全面竞合发展。产区的发展需要政府、行业协会、企业与从业者的共同努力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J2353LME0522CRD0.html)：https://www.163.com/dy/article/J2353LME0522CRD0.html

02

跨境出海

Expand Overseas

跨境出海：

14. 火速出圈 这款白酒凭何成为“中法最好的礼物”？

关键词：白酒

概要：这篇文章主要讲述了在最近的中法会谈互送礼物环节中，一瓶来自中国的白酒——洋河·梦之蓝M6+，作为礼物被选中。洋河·梦之蓝M6+不仅是对洋河高端形象的认可，更是对近年来积极布局国际化市场的肯定。洋河作为中国天花板级别白酒的代名词，在海外市场具有较高的知名度。此外，洋河还通过在法国市场不断布局，提升了中国白酒的国际话语权。洋河在深入了解国外市场文化与消费需求的同时，不断融入当地市场，将传统白酒文化潜移默化的在国际化市场进行输出，从而提升中国白酒品牌的国际话语权。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J2DO3CMG05429OWB.html)：https://www.163.com/dy/article/J2DO3CMG05429OWB.html

15. 引领“黔酒”出海，茅台国际化战略“加速、加码”！

关键词：白酒

概要：2024年，茅台将继续加速国际化进程，在新加坡市场亮相，展示其品牌形象和茅台文化。茅台集团党委副书记、副总经理高山表示，茅台将发挥行业示范引领作用，以最严格的标准精心酿制最优质的白酒，提升贵州酒市场开拓的国际化程度。茅台在东南亚市场营收增幅大、占比贡献高、试点带动强，为茅台更好走出去提供了保障、搭建了平台。茅台在法国巴黎国际博览会期间高调亮相，向来自世界各地的消费者全面展示茅台品牌形象和茅台文化，吸引了大批海外消费者以及社会名流参观品鉴。茅台将坚守“质量是生命之魂”，严把生产关、工艺关、质量关，为世界提供“贵州制造”的“品牌矩阵、玉液琼浆”。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/bj157863)：https://jiuyejia.com/news/bj157863

16. 武威葡萄酒首次出口

关键词：葡萄酒

概要：近日，甘肃莫高实业发展股份有限公司生产的一批约4.97吨、货值约18.38万元的葡萄酒顺利出口日本，这是武威葡萄酒首次出口。武威葡萄酒种植酿造历史悠久，是我国重要的葡萄酒产区之一。金昌海关针对外贸企业特点提供定制化“菜单式”服务，保障特色优质农食产品高效出口。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J232ML3F0545EKA1.html)：https://www.163.com/dy/article/J232ML3F0545EKA1.html

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

17. 白酒巨头的“钞能力”：茅台基金连投2家生物公司，五粮液豪掷百亿当LP

关键词：白酒

概要：茅台的跨界投资已经不限于消费领域，开始涉足生物科技领域。茅台科创基金和茅台金石基金分别入股了青岛星赛生物科技有限公司和虹募生物科技（上海）有限公司。茅台押注生物科技领域，因为生物科技并非与食品饮料“八竿子打不着边”，而是与食品饮料有密切联系。茅台在白酒酿造过程中需要大量微生物，因此茅台在星赛生物的研发技术和发酵工艺上看到了潜力。茅台在白酒酿造领域与星赛生物的合作将进一步加深，加速其“拉曼组”技术及系列产品在工业端的应用建设。此外，茅台私募基金旗下共有6只基金，认缴规模超14亿元，主要投资于新一代信息技术、生物技术、新能源、新材料、高端装备、大消费等领域的投资机会。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J237K0FO0519APGA.html)：https://www.163.com/dy/article/J237K0FO0519APGA.html

18. 限量、调价、出海，“天价”听花酒连出三招

关键词：出海

概要：青海春天官网近日连发三份通知，针对听花酒实施限量配额供货、调整听花酒标准装价格和暂停听花精品装在内地销售，以集中保障出口供应。此前，听花酒因涉嫌虚假宣传被央视“3·15晚会”曝光，被成都市武侯区市场监督管理局处罚180万元。分析认为，听花酒此举可能是走出舆论风波，重新回归市场正常轨迹，控量涨价是听花酒自身产品定位与市场发展的必然选择，并意图重塑品牌形象、稳定渠道信心。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J25VPFI20534P59R.html)：https://www.163.com/dy/article/J25VPFI20534P59R.html

19. 顺鑫农业：牛栏山2024年将调结构、强营销、夯基础

关键词：白酒

概要：北京顺鑫农业股份有限公司近日举办投资者交流活动，提出新的打法，包括调结构、强营销、夯基础。调结构方面，公司将持续打造以白牛二和金标为核心的光瓶酒“双轮驱动”战略，扛起以经典为代表的二锅头品类大旗，拉升品牌高度。强营销方面，公司计划办好“金标牛烟火气餐厅榜”第二季系列活动，提升品牌高度，积蓄品牌势能。夯基础方面，公司将在品牌定位上坚持核心表达，持续固化品牌印象，利用好文化苑平台，提高品牌文化影响力。此外，公司还表示将重构牛栏山北京市场营销体系，优化经销商团队，推进扁平化管理，提高市场响应速度。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/bj157860)：https://jiuyejia.com/news/bj157860

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

20. 青岛啤酒博物馆与景德镇中国陶瓷博物馆签约战略合作

关键词：青岛啤酒

概要：青岛啤酒博物馆与景德镇中国陶瓷博物馆达成战略合作，以酒和瓷为媒介，签订战略合作协议，计划在未来十年以“啤酒+艺术”链接世界各地知名博物馆和海内外艺术家，推出联名限定款作品《大师杯》。这次合作不仅是两个国家一级博物馆的强强联合，更是一次跨越千年的文化之旅，将推动两地文旅融合高质量发展。

[原文链接](http://www.beerw.com/list.asp?id=99841)：<http://www.beerw.com/list.asp?id=99841>

21. 直击汾酒股东大会：2024营收目标增长20%，玻汾增加投放，老白汾发力宴席，省外市场再提速

关键词：白酒

概要：山西杏花村汾酒厂股份有限公司在2023年年度股东大会上表示，2023年公司实现营业收入319.28亿元，同比增长21.80%，净利润104.38亿元，同比增长28.93%，并预计2024年营业收入将较上年增长20%左右。公司党委专职副书记李振寰表示，2023年公司高质量发展实现新突破，主要经济指标超越预期，并提出了2024年经营方针和重点工作计划。在产品方面，公司将推动品牌协同、科学营销，做好品牌培育和产品升级；在市场营销方面，公司将优化合作生态，进行数字化科学投放，构建全空间、全天候、全媒体的交互矩阵。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/bj157868)：<https://jiuyejia.com/news/bj157868>

04

产品技术

Product Technology

新品上市：

22. 白酒股去年研发投入超15亿，连续五年两位数增长

关键词：白酒原料

概要：今年全国两会期间，“新质生产力”成为高频词汇，酒企研发投入持续增长，推动高质量发展。五粮液、洋河股份和泸州老窖等头部企业加大研发投入，研发费用排名前三。山西汾酒、舍得酒业和口子窖的研发费用增幅最大，表明酒企正加大科技投入，推动新质生产力发展。茅台、珍酒李渡等企业也加大研发投入，推动数字化和微生物研究。研发投入成为酒企提升竞争力、培育新质生产力的重要途径。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/11164084.html)：https://www.jiemian.com/article/11164084.html

05

营销活动

Marketing Campaign

营销案例盘点：

23. 一个超级新酒商的进化与示范：酒仙集团第一季度业绩大增60%

关键词：供应链

概要：第四届酒类零售连锁行业发展峰会在郑州举行，酒仙集团成为新酒商代表。该集团第一季度的业绩同比增长超过60%，主要得益于直播电商业务。艾瑞咨询报告显示，2023年中国直播电商市场规模已达4.9万亿元，同比增速为35.2%。酒仙集团借助直播电商实现了全平台覆盖和多品类合作拓展，并成为淘宝天猫“超级新咖入淘计划”的重要动作之一。酒仙集团以直播电商为增长极，以新零售为突破口，成为行业新范式。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/gyl157867)：https://jiuyejia.com/news/gyl157867

24. 深耕餐酒融合赛道，白酒争做“美食搭子”

关键词：[V]糖酒快讯

概要：近年来，白酒企业纷纷尝试成为“美食搭子”，以白酒作为美食的配搭，实现餐饮市场增量。企业通过多种方式“攒局”，打造酒与餐的就餐环境，与餐饮店强强联手，以酒入餐，实现产品的大范围布局。同时，酒企还锚定万亿餐饮市场，以中低端产品打开大众市场增量，以高端产品提升高圈层市场的影响力。通过做好“美食搭子”，酒企不仅为自身发展打开新通路，还将在传承与创新中，带动地方美食文化的高质量发展。

[原文链接](https://cj.sina.com.cn/articles/view/1668899380/6379623401901263a)：https://cj.sina.com.cn/articles/view/1668899380/6379623401901263a

25. 越酒再行天下：抢滩350亿大市场，古越龙山“只此青玉”掘金大湾区

关键词：洋酒

概要：5月17日，越酒行天下·深圳行暨古越龙山“中华国酿只此青玉”品鉴会在深圳大中华喜来登举行。绍兴黄酒协会会长、古越龙山董事长孙爱保表示，绍兴黄酒将在中国黄酒振兴中发挥重要作用。深圳大学副校长李永华、深圳市浙江商会会长夏炜等嘉宾出席活动。古越龙山副总经理吕旦霖分享了越酒品牌的发展历程。中国品牌营销策划专家华红兵表示，黄酒是中国未来二十年下一个财富的赛道。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/yj157869)：https://jiuyejia.com/news/yj157869

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。