

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“人口红利”还在吗？
主打一个轻度微醺！白酒加速年轻化布局。
高端化持续，全球啤酒市场销售额增长。

行业环境:

1. 白酒行业的“人口红利”还在吗？

关键词：白酒原料

概要：在过去20年，我国人口结构的变化对白酒产业周期产生了影响。显性的城乡结构变化是最大的“人口红利”，城镇化进程直接带动了白酒消费。隐性的年龄结构曲线则是“人口红利”，呈现出“波浪”式变化，影响白酒行业的周期。白酒消费的主力人群是20~50岁的消费者，而随着人口结构的变化，这一群体的规模和结构也在不断调整。预计未来六七年，“人口红利”将逐渐消失，白酒产量也将受到影响。因此，白酒产业需要通过消费习惯和文化培育适龄饮酒人群，以应对人口结构变化带来的挑战。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3E5GGTI055634XM.html): <https://www.163.com/dy/article/J3E5GGTI055634XM.html>

2. 主打一个轻度微醺！白酒加速年轻化布局

关键词：白酒

概要：随着“微醺”概念的兴起，果酒、低度酒市场逐渐增长，茅台、五粮液、泸州老窖等白酒企业也纷纷布局果酒领域。业内专家认为，果酒市场具有时尚属性、饮酒门槛较低、多样化场景等优势，有助于拓展产品消费人群，拉近品牌与年轻消费者距离。天眼查数据显示，我国现存果酒相关企业1.1万余家，山东、黑龙江、河南是果酒企业主要分布地。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3E827CJ0511D2LM.html): <https://www.163.com/dy/article/J3E827CJ0511D2LM.html>

01

行业趋势

Industry Trends

3. 女性与啤酒：从认知差距到市场新机遇的探索

关键词：[V]啤酒日报

概要：《性别啤酒差距: 重新审视》报告由Dea Latis组织发布，深入探讨了导致女性减少饮用啤酒的原因。报告指出，随着啤酒种类和选择的日益丰富，消费者选择上感到迷茫，啤酒行业忽视了啤酒口味的多样性，导致消费者难以理解和接受啤酒的丰富风味。此外，女性可能因担心被贴上“不懂啤酒”的标签而避免选择啤酒。报告还指出，女性在饮用和享受啤酒时仍面临着普遍的耻辱感，啤酒行业需要转变形象，以身作则地帮助女性将自身视为啤酒的目标受众。报告提出了市场定位与营销策略调整、强调价值与品质、拓展无酒精与低酒精市场、关注中老年女性市场、锁定年轻女性消费者、借鉴伦敦市场的成功经验、加强教育与体验、推广职业机会与招聘等。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3GN5RRP0522BL6H.html?spss=dy_author): https://www.163.com/dy/article/J3GN5RRP0522BL6H.html?spss=dy_author

4. 高端化持续，全球啤酒市场销售额增长将超过销量增长

关键词：行业资讯

概要：这份报告预计未来四年全球啤酒市场将显著向高端啤酒销售转变。2023年至2028年期间，全球啤酒销售额将以3.9%的复合年均增长率增长，而销量预计将以1.3%的较低复合年均增长率增长。消费者转向高端产品的趋势已经持续了十多年，这种转变是由价值观驱动的，而不仅仅是对奢侈品的渴望。2022年，超高端和高端啤酒销量分别增长5.8%和5.6%，而占市场份额60%的主流啤酒则小幅增长2.3%。随着市场成熟，消费者可能会从啤酒转向无酒精饮料或更复杂的选择。

[原文链接](http://www.beerw.com/list.asp?id=99905): <http://www.beerw.com/list.asp?id=99905>

5. 白酒江湖“派系”迭代，酒企协同走出舒适圈

关键词：白酒

概要：贵州白酒企业发展圆桌会议于5月26日在茅台国际大酒店举行，就贵州白酒企业结构调整及品牌建设、传播思维等问题进行了深入探讨。贵州白酒企业对抱团发展已经轻车熟路，酱酒企业通过抱团发展在原有的竞争格局中为酱香白酒劈出一条出路。产区协同发展已经进入向外扩张的2.0时代，产区抱团发展能提升消费者对产区的信任度，带动产区内联动产业链和农民增收，实现技术协同、技术交流、提升产区效率，最终实现为当地政府提升税收、为农民多增收、带动关联产业。当前白酒发展已经进入产业融合期，呈现出规模够大、品牌够多、发展够强的特性。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J37Q536T05429OWB.html): <https://www.163.com/dy/article/J37Q536T05429OWB.html>

01

行业趋势

Industry Trends

6. 江苏白酒的全国化与高端化难题，洋河、今世缘谁来解？

关键词：[V]中国白酒网

概要：江苏作为白酒生产消费大省，洋河股份和今世缘两大白酒上市公司占据江苏省超过一半的白酒市场份额。随着省内消费升级，次高端及高端市场持续扩容，洋河与今世缘在次高端市场激烈竞争，而高端市场则被茅台、五粮液等一线名酒强势收割。作为区域酒企，洋河已率先走出去，今世缘则还在“摸着石头过河”。江苏白酒将如何实现全国化与高端化“突围”是一个值得关注的问题。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=9088)：http://baijw.com/list.asp?id=9088

7. “对川酒乃至中国酒业而言，这都将是载入史册的一天”

关键词：[V]云酒头条

概要：四川省酒业高质量发展推进会暨四川省酒业协会成立大会在成都召开，标志着川酒协会正式成立，将整合政府行政资源、事业公益性平台、行业协会、全产业链企业，形成“四位一体”作用，推动川酒持续向上。五大产区锚定发展方向，包括宜宾建设世界级优质白酒产业集群，泸州发展浓酱双优，德阳实现酒旅融合，遂宁引领川东北产区持续向上，成都推动产业与城市相互赋能，古蔺打造赤水河流域酱香酒谷。川酒协会的成立对白酒行业发展具有重要的推动作用。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3KDNHIT05199FKS.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J3KDNHIT05199FKS.html?spss=dy_author

8. 残酷的高端啤酒战，尚无赢家

关键词：啤酒

概要：2023年以来，我国啤酒行业消费复苏不均衡，五大龙头公司的业绩分化表现明显。百威亚太和青岛啤酒销量、营收同比双降，燕京啤酒的营收增速骤降至1.72%。高端啤酒市场面临挑战，价格折扣清库存现象严重，高端啤酒的销量下滑。燕京啤酒在高端市场增长乏力，尚未找到第二款能接力的单品。重庆啤酒通过调整价格，实现增长。消费环境困难，酒企在不同的价格带承接分层的消费力，产品结构呈金字塔型。百威亚太在中高端市场面临压力，计划扩大高端品牌分销覆盖率，与华润啤酒短兵相接。华润啤酒高端品牌销量大幅增长，但与百威竞争压力依然存在。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3BLSVR505198NMR.html)：https://www.163.com/dy/article/J3BLSVR505198NMR.html

01

行业趋势

Industry Trends

9. 进口白葡萄酒的价格也卷起来了

关键词：葡萄酒

概要：当前全球白葡萄酒产量超过红葡萄酒，占比达到49.3%，中国白葡萄酒市场增长势头强劲。然而，德国、新西兰、意大利、南非的部分白葡萄酒在中国市场的零售价格出现内卷现象。进口商认为，主要原因是市场需求不足、供给端库存大、成本上升，以及竞争激烈。进口商利润缩水，市场需要回归合理利润。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3CD6AQ20514A240.html)：https://www.163.com/dy/article/J3CD6AQ20514A240.html

10. 未来四年啤酒市场怎么走？分析师这么说

关键词：啤酒

概要：啤酒市场正在向高端化趋势转变，预计未来四年全球啤酒销售额的五年复合年增长率将达到3.9%，销量增长率放缓至1.3%。中国头部啤酒企业通过高端化实现业绩增长，如华润啤酒次高档及以上啤酒销量增长18.9%，青岛啤酒高端产品销量增长10.5%。啤酒消费向高端产品转变是由价值主张所驱动的行为，消费者在消费能力有限时更倾向于购买高品质原料和酿造技术的啤酒产品。随着经济发展和消费升级，精酿啤酒成为中国啤酒市场上新的增长点，市场份额接近40%，渗透率有望进一步提升。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/11229430.html)：https://www.jiemian.com/article/11229430.html

02

跨境出海

Expand Overseas

跨境出海：

11. 白酒国际化是条好路径，也是比较难走的路

关键词：白酒

概要：白酒国际化是贵州白酒企业可选择的路径之一，但难度不小。钓鱼台贵州钓鱼台国宾酒业有限公司总经理丁远怀认为，贵州白酒国际化是一条非常好的路径，同时也是比较难的路。丁远怀表示，白酒国际化不应只是停留在华人这一层面，而应让外国消费者了解我们的酒，实现真正的国际化。除了企业自发走出去外，政府层面应该进行相应的引导，让外国消费者听得懂及愿意听中国白酒故事。丁远怀预判，未来贵州白酒产业发展一定会呈现“差异化存在、个性化发展”的趋势，企业应根据企业情况和品牌定位，精准发展。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J376AHS805129QAF.html): <https://www.163.com/dy/article/J376AHS805129QAF.html>

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

12. 中式草本精酿啤酒战略签约

关键词：精酿啤酒

概要：青岛啤酒节吸引了全球啤酒爱好者齐聚青岛，而5月31日，金台文院研发团队与青岛知名精酿啤酒公司签署战略合作协议，旨在将传统中药草本和高品质的精酿啤酒跨界融合，打造多款系列健康时尚的中式啤酒。此次合作将促进中医药大健康产业融合与发展，推动我国大健康产业迈向万亿元规模。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3I6KKP30522OTLG.html)：https://www.163.com/dy/article/J3I6KKP30522OTLG.html

13. 燕京啤酒斥资36亿元江苏南通如东县建厂

关键词：燕京啤酒

概要：江苏省南通市如东县政府与北京燕京啤酒股份有限公司、天启投资有限公司签署合作协议，总投资36亿元的燕京啤酒生产基地项目落户如东。燕京啤酒集团有限公司党委书记、董事长耿超代表投资方感谢南通市委、市政府对项目落户给予的大力支持，表示将全力打造深耕长三角的重要生产基地，为南通高质量发展贡献力量。

[原文链接](http://www.beerw.com/list.asp?id=99948)：http://www.beerw.com/list.asp?id=99948

14. 回望“汾酒试点”，2024汾酒再出发

关键词：[V]酒说

概要：1964年，“汾酒试点”标志着中国白酒行业的科技创新，成为当时行业试点中最高规格、最具挑战性的一次。试点期间共开展了200多个项目的研究，进行了3000多次试验，取得了2万多个试验数据。试点成果通过全国性的成果鉴定和技术推广，为整个白酒行业的科技创新树立了标杆，为全行业酿酒科技进步提供了强有力支撑。本次大会回顾了“汾酒试点”的历史意义和新时代酒业高质量创新的方向。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3I6AQ7A0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J3I6AQ7A0519SQQ7.html?spss=dy_author

04

产品技术

Product Technology

新品上市：

15. 无糖啤酒开拓者：劲派啤酒满足消费者的需求，引领行业的发展

关键词：啤酒

概要：劲派啤酒作为无糖啤酒的开拓者，投入大量人力、物力和时间致力于开发高品质无糖啤酒，为消费者提供无糖且美味的饮品选择。劲派啤酒精选高活性酵母，在适宜温度下长时间发酵，以确保糖分充分分解。同时，劲派啤酒组建了由资深酿酒师和科研人员组成的团队，引进先进的生产设备和技术，进行市场调研和消费者测试，以满足消费者需求，引领行业发展。经过长时间的努力和探索，劲派啤酒成功推出了多款无糖啤酒产品，赢得了市场广泛认可。劲派啤酒将继续秉持创新和品质的理念，推出更多优质无糖啤酒产品，满足消费者需求，引领行业发展。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3E73CEI055289HF.html)：https://www.163.com/dy/article/J3E73CEI055289HF.html

16. 瞄准高端化、年轻化，奥古特A系列新品“特别”登场

关键词：[V]云酒头条

概要：青岛啤酒奥古特A系列新品发布，旨在满足消费者对品质和性价比的追求，产品具有“质高点”和“心价比”，外观、香气和品质表现卓越。新品顺应消费潮流，满足不同消费场景需求，助力青岛啤酒在旺季市场争夺战中领先一步。青岛啤酒通过多元化、特色化、个性化和高端化产品矩阵，引领啤酒消费新时尚。奥古特新品由内而外彰显匠心独运，经销商信心倍增。奥古特新品是青岛啤酒角逐高端赛道的杀手锏，符合消费升级趋势，具有“后发优势”，青岛啤酒有望在高端化和结构升级方面取得更大发展。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3D0Q12105199FKS.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J3D0Q12105199FKS.html?spss=dy_author

17. 青岛啤酒获得“一种低制麦损失的麦芽制备工艺”专利

关键词：青岛啤酒

概要：青岛啤酒股份有限公司新获得一项发明专利授权，名为“一种低制麦损失的麦芽制备工艺”。该专利采用浸麦、发芽、干燥和除根步骤，湿浸的水温保持在12-19°C范围内，干浸的处理温度保持在17-19°C范围内，同时监控浸麦过程中原料大麦的水分含量和大麦萌发胚乳弱化关键酶活力是否达到相应水平。本发明所得麦芽能在满足质量需求的前提下，降低制麦过程的呼吸损失、根芽损失以及能耗。

[原文链接](http://www.beerw.com/list.asp?id=99910)：http://www.beerw.com/list.asp?id=99910

04

产品技术

Product Technology

新品上市：

18. 传统工艺与现代口感相结合，新疆阜北引领白酒新风尚！

关键词：白酒

概要：新疆阜北酿酒厂近日推出两款新品白酒——“阜北特曲”与“阜北老窖”，以五粮酿造结合贮存三年以上陈年老酒勾调提升香味物质丰富度，口感醇厚、柔和、甜润、顺滑，象征人与自然和谐共生的历史画卷。另一款“阜北老窖”融合五粮配比，经恒温窖藏老熟盘勾而成，既有酱香型白酒的幽雅细腻，又有浓香型白酒的绵甜净爽，展现新疆地域文化和兵团精神。这两款新品不仅是对传统酿酒工艺的传承，更是对现代消费需求的深刻洞察，引领了白酒市场的新风尚。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J36JNK2P05521HMN.html)：https://www.163.com/dy/article/J36JNK2P05521HMN.html

05

营销活动

Marketing Campaign

营销案例盘点：

19. 哈尔滨国际啤酒节将于6月启幕

关键词：行业资讯

概要：第二十二届中国·哈尔滨国际啤酒节将于6月在哈尔滨冰雪大世界园区启幕，以梦想大舞台为中心，涵盖啤酒、美食、音乐、住宿、动漫、休闲娱乐等多功能于一体的城市生态度假区。活动将打造超大电音舞台，举办多场电音节、演唱会，还有啤酒达人大赛、城际挑战赛等多场活动。房车营地和露营区将引进太空舱、生态房车，打造城市避暑露营新地标。烟花秀、无人机展演等也将为活动增色。四季冰雪项目将与啤酒节同步启幕，实现“夏季来龙江，赏冰又乐雪”的美好愿景。

[原文链接](http://www.beerw.com/list.asp?id=99946)：http://www.beerw.com/list.asp?id=99946

20. 以文旅创新对话B/C端，茅台1935“下扬州”有何不同？

关键词：[V]云酒头条

概要：茅台1935以沉浸、深入的方式探索大运河文化，与扬州共同演绎了一场别开生面的“喜相逢”。茅台1935·寻道中国第二季以大运河为线，探索城市的独特韵味，寻找与茅台1935品牌内涵的共鸣。扬州作为第三站，其运河文化、城市底蕴与茅台1935品牌的内在契合，使得这场“喜相逢”更加震撼和交融。茅台1935通过文旅盛宴，将山水人文、文化之美呈现给消费者，赋予文旅市场新活力。茅台1935以个性化的创新方式与经销商、消费者进行交流，通过深度参与、亲身体验，运用眼、耳、鼻、舌、身、意进行感知，实现更有效的沟通。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3HDF00205199FKS.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J3HDF00205199FKS.html?spss=dy_author

21. 左手品牌，右手营销，燕京啤酒踩准趋势驶入发展快车道

关键词：啤酒

概要：燕京啤酒以消费者需求为导向，进行产品创新和品牌升级，通过品牌日活动、营销蜂巢构建等方式提升品牌形象和产品竞争力。燕京啤酒成功重构品牌形象，锁定年轻消费群体，成为啤酒年轻化战略的“代言人”。同时，燕京啤酒坚持感恩消费者，做中国人自己的啤酒，赢得消费者支持和认同。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3H3MF8J0553X3SY.html)：https://www.163.com/dy/article/J3H3MF8J0553X3SY.html

05

营销活动

Marketing Campaign

营销案例盘点：

22. 北京朝阳·波尔多葡萄酒节启幕

关键词：葡萄酒

概要：2024年5月31日至6月2日，朝阳区、波尔多葡萄酒行业协会、中国国际文化传播中心、中国欧盟协会等在赛特+购物中心举办了2024北京朝阳·波尔多葡萄酒节，为期三天。作为2024北京CBD论坛预热活动之一，本次活动得到了中法两国文化、旅游、外事等领域领导嘉宾的出席。开幕式中，中法双方领导共同拉开象征中法友谊的红绸，拉开2024北京朝阳·波尔多葡萄酒节的序幕。本次活动共分为葡萄酒主题板块、波尔多葡萄酒学校展区和餐饮品牌参与三个主题板块，旨在拓展双边经贸关系的广度和深度，促进中法两国葡萄酒的消费，以及北京、波尔多两座城市的文商旅融合。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3JS6PHL05199LJK.html)：https://www.163.com/dy/article/J3JS6PHL05199LJK.html

23. 上海精酿啤酒节回归！60余种精酿品牌，等你来尝！

关键词：啤酒

概要：上海精酿啤酒节时隔一年回归，活动地点为上海苏河湾万象天地，汇集60余种精酿品牌，活动为期三天。主办方表示今年将吸引更多泛酒类爱好者、萌宠一族、外国人社区和文艺爱好者参与，扩容至近50家国产精酿品牌和10家左右国际啤酒品牌。活动期间，主办方推出福袋等周边产品，并举办多场线下酒类互动和游戏，传播精酿啤酒文化。本次活动由上海精酿啤酒协会、明日酿造和自媒体“爱喝酒的Allen”主办，上海苏河湾万象天地联合主办，上海金木奇文化传播有限公司承办，成为上海6.6夜生活节的系列活动中的一环，展现上海城市魅力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3LQ7OBK0514CCT2.html)：https://www.163.com/dy/article/J3LQ7OBK0514CCT2.html

24. 五粮液：弘扬和美文化，讲好中国白酒故事

关键词：白酒

概要：本文介绍了第三届五粮液和美文化节的盛况。从长江首城宜宾出发，活动跨越山海，激荡大江南北，共赴一场和美之约。活动更丰富、形式更新颖、内涵更深刻，成为中国白酒龙头企业五粮液在品牌建设上的重磅力作，成为白酒行业现象级超级IP。同时，活动还充分体现了五粮液独特的“和美”文化理念，将传统文化与现代都市生活方式相结合，不断加深消费者对品牌的认知与认同。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J3H2FIKO0530QRMB.html)：https://www.163.com/dy/article/J3H2FIKO0530QRMB.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。