

# 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:

告别2024上半场，酒商的境况如何？  
新一代年轻人，重塑白酒宴席市场；  
保乐力加打包出售部分葡萄酒业务，加码威士忌。

#### 行业环境:

##### 1. 谁是新时代的国民好酒？

关键词：国民好酒,高质价比,消费升级,评价体系,六力模型

概要：随着2024年消费环境的变化，中国酒业进入新阶段，呈现出名酒品牌加速集中和高质价比大众酒兴起的趋势。消费者越来越追求既有卓越品质又价格合理的“国民好酒”。为响应这一市场需求，华糖云商和酒说将在8月22日举办的“国民好酒发展大会”上，构建国民好酒的评价体系，并发布“六力模型”作为衡量标准。大会还将邀请行业专家组成评审团，评选出“2024国民好酒十大典范品牌”和“2024国民好酒百强品牌”，同时举办多场对接会促进产业链合作。此次大会旨在推动酒业转型升级和高质量发展，让高品质且价格亲民的好酒成为日常生活的选择。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7VCNSTI0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J7VCNSTI0519SQQ7.html?spss=dy\_author

##### 2. 年轻人的下班“新宠”，精酿啤酒又火了？

关键词：精酿啤酒,年轻消费者,娱乐消费,市场规模,性价比

概要：精酿啤酒在中国市场快速崛起，尤其受年轻消费者青睐，预估至2025年市场规模将达1300亿元。其独特口感、多样化风味及文化附加值，使其超越传统工业啤酒，成为年轻人生活“必需品”。精酿酒吧创造社交场景，迎合个性化生活方式需求。市场扩张吸引跨界竞争，如海底捞、星巴克等品牌加入，利用价格优势争夺消费者。然而，品质与市场份额的平衡成为品牌挑战。尽管竞争加剧，精酿啤酒仍持续流行，成为年轻人减压享乐的新选择。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/11462700.html)：https://www.jiemian.com/article/11462700.html

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境:

## 3. 全球风味啤酒市场爆发式增长

关键词: 风味啤酒,复合年增长率,柑橘,热带水果,年轻消费群体

概要: 根据Synergy Flavours的市场评估, 2018至2022年间风味啤酒市场呈现强劲增长, 全球增长达到了两位数, 其中加拿大市场以48%的复合年增长率领先。在欧洲, 2019至2024年间约21%的新啤酒发布为风味啤酒, 英国市场尤其活跃。在风味偏好上, 消费者倾向于芒果、热带水果、柑橘和树莓等经典风味, 同时菠萝、番石榴、酸橙、草莓和柠檬等新兴风味也越来越受欢迎。研究发现, 欧洲年轻消费群体(25至34岁)对风味啤酒接受度较高, 特别是英国、德国和法国的消费者。营销总监Paola Bassi表示, 柑橘类风味在新产品研发中扮演重要角色, 可以平衡啤酒的苦味并提供新颖的味觉体验。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7U7R77D0522BL6H.html): <https://www.163.com/dy/article/J7U7R77D0522BL6H.html>

## 4. 告别2024上半场, 酒商的境况如何?

关键词: 白酒市场,经销商压力,市场分化,消费者变化,利润空间

概要: 2024年上半年, 白酒市场呈现出复杂局面, 一方面官方数据显示行业整体保持稳定增长, 另一方面经销商群体普遍感受到压力增大。经销商面临的挑战包括利润空间压缩、库存压力上升、厂商矛盾加深以及终端销售难度增加等问题。尽管市场整体环境显示积极信号, 如国内生产总值增长、烟酒类商品零售额上涨, 但经销商的实际体验并不乐观, 表现为销售额下降、利润微薄等现象。对于未来, 业内人士建议经销商应重新审视经营策略, 包括选择合适的合作伙伴、注重消费者服务、追求利润而非单纯规模扩大, 并关注主流价格带的变化以寻找新的增长点。面对挑战, 酒商需采取灵活策略并保持耐心, 以适应市场变化并寻求发展机遇。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7VCMPIK0519SQQ7.html?spss=dy_author): [https://www.163.com/dy/article/J7VCMPIK0519SQQ7.html?spss=dy\\_author](https://www.163.com/dy/article/J7VCMPIK0519SQQ7.html?spss=dy_author)

## 5. 新一代年轻人, 重塑白酒宴席市场

关键词: 婚宴减少,消费升级,年轻人态度,宴席市场,白酒消费

概要: 白酒行业的宴席市场正面临挑战, 尤其是在2024年消费环境疲软和行业内竞争加剧的情况下。虽然酒企试图通过宴席市场寻求增长, 但实际上, 宴席市场正在经历明显的缩量竞争。婚宴市场的变化尤为显著, 由于年轻人的婚礼观念更新和社会风气的变化, 越来越多的人选择不举行大规模婚礼或简化婚礼流程, 导致婚宴用酒量和桌次减少。此外, 婚俗改革倡议也促进了这一趋势的发展。另一方面, 随着高考考生数量的增长和高校扩招, 升学宴成为了新的焦点。酒企纷纷推出创新营销策略来吸引年轻消费者, 例如通过文化体验和情感营销等方式。因此, 白酒企业需要适应市场需求的变化, 重视年轻消费者的偏好, 并采取相应的转型策略来应对宴席市场的挑战。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J86101JB0534O3RC.html): <https://www.163.com/dy/article/J86101JB0534O3RC.html>

## 6. 2024-2030年中国酒庄建设行业市场行情监测及投资前景研判报告

关键词: 酒庄建设,市场发展,投资前景,竞争格局,政策环境

概要: 随着中国经济的增长, 酒庄建设市场正从萌芽期步入发展阶段。消费者对葡萄酒文化和精神体验的需求增加, 推动了市场的扩张和行业内竞争格局的变化。私营部门在行业中占主导地位, 但国有部门也在壮大, 双方竞争激烈。同时, 外国企业也看到了中国市场的潜力, 加入竞争行列。中国酒庄建设市场呈现多元化趋势, 企业需不断提升产品质量和服务水平, 拓展市场以实现长期稳定发展。本报告分析了国内外酒庄建设的现状、潜力、投资前景及挑战, 为投资者提供全面参考。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7AA5TBT0538MWAG.html): <https://www.163.com/dy/article/J7AA5TBT0538MWAG.html>

## 02

## 头部品牌动态

## Top Brand News

## 头部品牌动态：

## 7. 业绩承压的连锁反应？20家酒企数十名高管“换血”

关键词：业绩承压,酒企高管换血,市场竞争加剧,业绩增长压力,白酒行业调整

概要：今年，面对激烈的市场竞争和深度行业调整，约20家酒企进行了核心管理团队的调整，涉及数十名高管职位变动，包括董事长、总经理等关键角色。这些变动背后的原因多样，但很大程度上与酒企面临的业绩压力和经营策略调整相关。值得注意的是，此次调整中出现了更多从公司内部提拔的情况，旨在加速战略调整或经营改革。同时，“85后”等年轻力量开始崭露头角，进入管理层，反映出酒企高管团队逐渐年轻化的趋势。例如，郎酒、岩石股份等企业均有“85后”高管上位。尽管年轻化带来了新鲜血液，但这些新任高管也面临着不小的挑战，如业绩提升和遗留问题的解决等。整体而言，酒企希望通过高管团队的调整，实现更好的业绩表现和发展方向调整。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=9558)：http://baijw.com/list.asp?id=9558

## 8. 消费税征收将后移；上半年白酒、啤酒产量实现正增长；五粮液完成上半年目标

关键词：白酒板块大涨,消费税改革,五粮液业绩,海伦司上市,ST春天波动

概要：上周，白酒板块显著回升，中证白酒指数涨幅超4%，受益于上半年产量稳定增长，而啤酒产量虽持续下滑，但跌幅逐渐收窄。中共中央改革决定提及深化财税体制，拟将消费税征收环节后移并逐步划归地方，具体行业调整细节尚待公布。6月数据显示，白酒产量同比增长2.2%，啤酒连续四月下滑，葡萄酒产量锐减。五粮液集团达成上半年“时间过半、任务过半”目标，各项指标均过半，发展质量稳步提升。海伦司于新加坡二次上市，拓宽资金来源与国际影响力。ST春天股价连涨，但公司声明无重大应披露事项。泰山酒业与茅台葡萄酒均实现上半年收入与利润双位数增长，其中茅台葡萄酒销售与利润分别增长35.5%和36.8%。上海贵酒因疑似未披露关联方交

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7N0NKUS05199NPP.html)：https://www.163.com/dy/article/J7N0NKUS05199NPP.html

## 9. 国际啤酒节联盟合作机制2024青岛会议召开

关键词：国际啤酒节联盟,青岛会议,金沙滩啤酒城,青岛啤酒节,慕尼黑十月节

概要：国际啤酒节联盟合作机制2024青岛会议在青岛西海岸新区举行，吸引了来自德国慕尼黑十月节、比利时啤酒节、韩国大邱炸鸡啤酒节等国际啤酒节的代表及旅游组织专家参加。会议以“从节庆产品到城市品牌”为主题，各代表分享了啤酒节庆的独特魅力和成功经验，探讨了文化传承、创新活动和营销策略。青岛国际啤酒节代表分享了其在文化交流、经贸合作和城市形象提升上的经验。会议期间还举行了国际啤酒节联盟合作机制青岛会议会址揭牌仪式，强化了青岛作为“中国啤酒之都”的地位。各方表示将加强合作，推动全球啤酒节庆文化的繁荣，利用啤酒节庆增进国际间的联系和友谊。

[原文链接](http://www.beerw.com/list.asp?id=100397)：http://www.beerw.com/list.asp?id=100397

## 10. 白酒雄霸“2024年全球最具价值烈酒品牌”前五，宜宾上半年白酒出口额增21.7%

关键词：全国糖酒会,预登记,酒企,胡润国潮品牌榜,泸州酒协

概要：全国糖酒商品交易会第111届展会将于2024年10月29日至31日在深圳举办，并已开放专业观众预登记。五家酒企入选《2024深圳市盐田区·胡润国潮品牌百强榜》：贵州茅台、五粮液、珠江啤酒、江小白及梅见。泸州市酒类行业协会计划加强产区建设与人才培养。宜宾市上半年白酒出口额达1.5亿元，同比增长21.7%。青铜峡葡萄酒产区将投资超2亿元新建五家酒庄。射洪市举办白酒产业技术培训会以提升酿造技术和确保品质。中国白酒品牌包揽“2024年全球最具价值烈酒品牌榜单”前五名。贵州省上半年酒、饮料和精制茶制造业增长10.8%。宁夏上半年出口葡萄酒量值分别增长24.79%和70.16%。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J824C66V0552370B.html)：https://www.163.com/dy/article/J824C66V0552370B.html

## 02

## 头部品牌动态

## Top Brand News

## 头部品牌动态：

## 11. 酒商突围2024：提升100-300价位段份额，增加啤酒、红酒占比

关键词：酒业调整,库存压力,产品结构,渠道拓宽,厂家政策

概要：自2022年起，酒业面临调整转型期，出现库存积压、销售不畅及厂商关系紧张等问题。酒商作为产业链中的关键环节，承受着来自生产者和消费者两端的压力。为应对挑战，酒商实施了多项策略：首先，优化产品组合，重点增加100至300元价格区间的产品比例，此类产品在第二季度销售表现良好；其次，扩展销售品类，特别是随着对澳洲葡萄酒限制的解除及体育赛事的带动，加强了红酒和啤酒的销售；再次，通过建立行业合作联盟、餐饮结合及开辟新销售渠道等手段提升市场竞争力；最后，密切关注生产商的支持政策，并积极开发新客户资源。尽管当前环境艰难，但酒商正通过灵活调整策略来探索新的增长机会。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/158603)：https://jiuyejia.com/news/158603

## 12. 白酒市场全面遇冷 华润酒业计划构建厂商命运共同体

关键词：白酒降价,市场遇冷,厂商关系,命运共同体,消费多元化

概要：自四月茅台降价引发行业波动以来，白酒市场普遍遇冷，多数企业销量、销售额及客单价下滑。在此背景下，华润啤酒董事会主席侯孝海提出调整现有酒水厂商合作模式，倡导构建命运共同体以应对市场挑战。他强调双方应实现目标一致、规则遵守、业务协作、资源共享和风险共担，并计划探索“啤酒+白酒”大客户渠道模式。业内人士认为，构建新型厂商关系需合理分配利益、尊重市场数据及注重消费者价值服务，可能涉及利益一体化、数字化管理及体验营销等多方面内容，但仍需观察其行业适应性。当前环境下，白酒企业应与经销商共同面对市场挑战。

[原文链接](https://www.163.com/money/article/J7PHN1DH00258105.html)：https://www.163.com/money/article/J7PHN1DH00258105.html

## 13. A股首份白酒公司半年报来了，水井坊上半年净利增近20%

关键词：水井坊,上半年,营业收入,净利润,高档酒

概要：水井坊2024年上半年财报显示，营收达17.19亿元人民币，同比增长12.57%，净利润2.42亿元，增长19.55%。高档酒销售额15.17亿元，中档酒9704.73万元。尽管现金流转负至-2.94亿元，但公司持有15.6亿元货币资金。截至6月末，水井坊有50家国内外经销商。公司强调白酒市场的稳健性和长期主义的重要性。水井坊成立于1993年，主要产品包括元明清、典藏和臻酿八号等。2021至2023年间业绩持续增长。近期有股东进行增减持操作。水井坊是2024年首家发布半年报的酒企，其他酒企财报预计8月发布。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J8492JH30534A4SC.html)：https://www.163.com/dy/article/J8492JH30534A4SC.html

## 14. 6酒企登《财富》中国500强；五粮液调整部分人事.....

关键词：净利润率,净资产收益率,人事调整,经济运行分析,营收双增

概要：在2024年《财富》中国500强榜单中，六家酒企上榜，分别为五粮液、贵州茅台、青岛啤酒、洋河股份、汾酒及泸州老窖。其中，贵州茅台、泸州老窖、汾酒和洋河还在净利润率、最赚钱及净资产收益率等榜单中占据一席之地。五粮液近期进行了人事调整，涉及全面预算管理和薪酬考核委员会成员变动。习酒集团召开了2024年上半年经济运行分析会，总结上半年业绩并部署下半年工作计划。水井坊2024年上半年实现了营收和净利润双增长。珍酒李渡启动了全国质量奖申报工作，以提升企业管理水平和竞争力。上海市酒类专卖管理局与江苏省酒协探讨了成立“中国长三角酒业发展联盟”，以促进区域内酒业协同发展。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J82BIBTQ0519SQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J82BIBTQ0519SQ7.html?spss=dy\_author

## 02

## 头部品牌动态

## Top Brand News

## 头部品牌动态：

## 15. 不要迷信大单品战略 | 争鸣

关键词：大单品战略,系列化布局,市场选择,穿越周期,厂商关系

概要：在华润酒业2024年渠道合作伙伴大会上，盛初集团董事长王朝成表示，在当前产业背景下，酒企不应盲目追求类似“茅五剑”的大单品战略，而应注重产品线的立体与丰富。以金沙摘要为例，面对销量瓶颈，考虑拓展更低价格带的产品成为一种策略选择。他引用舍得酒业和水井坊的成功案例，强调在经济调整期，保持销量、规模和地位的重要性。他认为，无论是大单品战略还是系列化布局，都需要根据企业实际情况灵活运用。此外，面对当前的经济与产业环境，酒企如何穿越周期、维持生存成为关键议题。兰陵美酒的贾爽建议，清理库存、辅助经销商、提高服务质量和加强厂商关系是渡过难关的有效途径。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J82BHFH70519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J82BHFH70519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 16. 跨界布局葡萄酒赛道？山西汾酒回应了

关键词：山西汾酒,葡萄酒,袁清茂,戎子酒庄,酒业布局

概要：7月18日，山西杏花村汾酒集团董事长袁清茂率队考察戎子酒庄，参观了种植基地、生产车间等地，并了解了戎子酒庄的历史及酿酒工艺。此行引发外界猜测山西汾酒可能布局葡萄酒市场。然而，山西汾酒股份证券部工作人员表示，公司近20年来未曾涉足葡萄酒业务，并强调具体信息以官方公告为准。山西汾酒2023年报显示，其营收达到319.28亿元，净利润104.38亿元。戎子酒庄成立于2007年，已开发多个葡萄酒系列并销往国内外市场。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7VBINR70553YQCC.html)：https://www.163.com/dy/article/J7VBINR70553YQCC.html

## 17. 渠道是白酒行业分化的加速器 标的影响几何

关键词：白酒行业,渠道变化,消费者意识,行业集中度,香型变化

概要：国投证券白酒行业报告指出，2020年以来行业集中度提升主要由渠道影响驱动，预计2023年后酒企成功关键在于运营能力和根据地市场潜力。消费者品牌意识增强推动香型变化，如酱香热源于茅台品牌影响力，但中小酱酒品牌因缺乏忠诚度难持久。区域市场中，江苏、安徽消费升级放缓，地产名酒优势凸显，市场份额向头部企业集中。渠道端也呈现集中趋势，优质渠道商偏好代理知名品牌降低风险。在需求增速放缓背景下，酒企成长更依赖自身运营效率与市场拓展能力。建议关注今世缘、古井贡酒、山西汾酒、老白干酒等品牌。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7PO79510556712C.html)：https://www.163.com/dy/article/J7PO79510556712C.html

## 18. 贵州茅台酒2024年半年市场工作会召开

关键词：茅台酒,市场工作,年度目标,高质量发展,周期调整

概要：贵州茅台酒在2024年半年市场工作会议中回顾了上半年营销成果，并强调在复杂市场环境中保持稳定增长。会议肯定了一线员工的努力，并呼吁认清市场形势，运用正确策略穿越行业调整周期。面对“三期叠加”的市场环境，茅台将坚持基本属性和需求不变的原则，积极向“新商务”转型，包括客群、场景和服务等方面，重点关注产品、渠道、品牌和终端四大领域。同时，加强全员服务意识，全力支持销售工作，提升经销商和消费者的满意度，以确保茅台品牌的长期稳定发展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/158598)：https://jiuyejia.com/news/158598

# 02

## 头部品牌动态

### Top Brand News

#### 头部品牌动态：

##### 19. 仁怀白酒“提质引链”/华中最大酱酒产业园落户/全国首个生态酿造酒博园10月开园……

关键词：四变工作法,酱酒文化产业园,生态酿造酒博园,黄金轮次,汾酒鸡尾酒

概要：仁怀市实施质量强链行动，通过“四变”工作法推进白酒产业“提质引链”，旨在将产区优势转化为竞争优势，提升品牌价值和增长动能，并增加产值。华中地区最大的酱酒文化产业园落户湖南衡阳，投资额达8000万元，预计年产值超过亿元。泸县即将在10月开放全国首个生态酿造“教、产、展、传”酒博园，该项目集酿造、包装、储存和培训于一体，预计年产酒1000吨，创造200多个就业岗位。茅台酒完成“黄金轮次”生产，这一轮次对成品酒风格至关重要。汾酒在南非举办鸡尾酒主题活动，推广其国际形象。泸州市酒类行业协会获得总计32亿元的授信支持。德国慕尼黑啤酒节将设立无酒精区以适应消费趋势变化。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J86JVMUR0530KOKA.html)：https://www.163.com/dy/article/J86JVMUR0530KOKA.html

## 03

## 投资运营

## Investment Operation

**投资运营：****20. 创收不如烈酒？保乐力加打包出售部分葡萄酒业务，加码威士忌**

关键词：葡萄酒,威士忌,保乐力加,业务调整,高端化战略

概要：全球酒业巨头保乐力加调整业务结构，成立北美蒸馏器部门强化威士忌市场，同时以3.33亿美元出售包含杰卡斯在内的十个葡萄酒品牌给AWL，旨在集中资源于高端烈酒与香槟，推动核心业务增长。自2019年起，保乐力加逐步剥离葡萄酒业务，聚焦于表现强劲的威士忌，特别是在2023财年实现双位数增长。为抓住市场机遇，保乐力加在中国市场调价并推出新品，如本土威士忌叠川，显示对中国市场的重视。此次调整旨在优化资源配置，巩固其在威士忌领域的领导地位，并预期澳大利亚葡萄酒在中国市场的“回归”将为出售品牌带来新发展机遇。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7O17QKO05129QAF.html)：https://www.163.com/dy/article/J7O17QKO05129QAF.html

**21. 皇台酒业与无忧酒业成立贵州皇台无忧酒厂，皇台持股55%**

关键词：对外投资,控股子公司,市场布局,白酒酿造,利润增长

概要：7月25日，甘肃皇台酒业股份有限公司宣布与贵州无忧酒业（集团）有限公司共同投资3000万元人民币，在贵州省茅台镇设立控股子公司——贵州皇台无忧酒厂有限公司，注册资本3000万元。皇台酒业出资1650万元，持有55%股权，而无忧酒业出资1350万元，持有45%股权。新公司将主要从事白酒酿造销售、酒类进出口贸易以及绿色产业开发等业务。皇台酒业表示，此次投资旨在整合资源，布局酱香型白酒市场，创造新的利润增长点，增强公司竞争力，并推动其在省外市场的战略部署，有利于公司的长期发展和规划。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/158601)：https://jiuyejia.com/news/158601

## 04

## 产品技术

## Product Technology

## 新品上市:

## 22. 慢工出好酒！意大利圣乔治酒庄首发BdM珍藏版Ugolforte

关键词：桑娇维塞,托斯卡纳,蒙塔希诺,BdM,圣乔治酒庄

概要：桑娇维塞是源自托斯卡纳的知名葡萄品种，其中布鲁奈罗-蒙塔希诺（BdM）以其卓越品质闻名于世。圣乔治酒庄位于蒙塔希诺东南部，由贝特利家族拥有，凭借理想的地理位置和气候条件，致力于生产高品质的BdM。酒庄首次推出的2018年份Ugolforte Riserva DOCG由CWS史瓦仕葡萄酒和烈酒独家代理引入中国市场。这款限量7,000瓶的珍藏款BdM获得了国际权威葡萄酒杂志的高度评价。CWS计划通过其广泛的销售渠道推广这款酒，展现意大利BdM的独特魅力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7SIQ65O0552UH2L.html)：https://www.163.com/dy/article/J7SIQ65O0552UH2L.html

## 23. 山东烟台葡萄酒产区课程走进香港

关键词：烟台葡萄酒,产区课程,香港,葡萄酒文化,品酒师

概要：7月18日，侍文院香港教育合作中心的香港品酒师及调酒师培训学院启动了山东烟台葡萄酒产区课程。此课程由袁大文老师授课，全面介绍了烟台产区的背景信息，如历史、地理特点、气候条件、土壤类型及文化环境等，目的是加深香港葡萄酒行业人员对烟台产区特色及其优势的理解。课程期间，学员们品鉴了来自长城五星、龙亭酒庄、仙岛酒庄及瑞枫奥塞斯庄园等知名品牌的六款佳酿，反响热烈。此举有效提升了国产葡萄酒在香港的知名度与影响力，同时推动了国内葡萄酒市场的拓展。利用香港的地理优势与国际化特性，该课程有助于向全球推广中国葡萄酒的文化、历史、品种和酿造技术等知识，增进外界对中国葡萄酒的认识与接受度，并为中国葡萄酒产业的发展助力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7UR403O0518DUC0.html)：https://www.163.com/dy/article/J7UR403O0518DUC0.html



## 05

## 营销活动

## Marketing Campaign

## 营销案例盘点：

## 24. “酒水融合”怎么干？这里有一份酒商实践样本

关键词：白酒市场,增长点,品牌竞争力,酒水融合,品鉴体验

概要：面对白酒市场的激烈竞争和经济压力，重庆渝郎商贸有限公司董事长陈国华积极探索新的增长点，通过将高端矿泉水与白酒结合的“酒水融合”模式，为公司及整个行业带来新的发展机遇。起初，陈国华对这种新模式持谨慎态度，但昆仑山矿泉水的独特特性和积极市场反馈使他逐渐坚定了信心。借助昆仑山厂家的支持，陈国华成功实施了这一创新策略，不仅提升了客户满意度和品牌形象，还扩大了市场份额和提高了公司盈利。这一案例证明，“酒水融合”不仅能够促进业绩增长，还能帮助企业在竞争中脱颖而出，为白酒行业的未来发展指明了新方向。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7Q4407E0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J7Q4407E0519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 25. 从一场场“楚宴”，看到消费者战略背后勃发的石花力量

关键词：白酒市场,消费复苏,营销活动,品鉴会,消费者战略

概要：2024年白酒市场消费复苏缓慢，石花酒业面对市场挑战采取了积极措施，特别是加大了直达消费者的营销力度。其标志性活动“巅峰盛宴·楚宴”品鉴会上半年已成功举办两百余场，覆盖湖北及其周边重点区域。自2018年启动以来，该活动通过融合楚文化元素和提供沉浸式体验，有效提升了霸王醉品牌的知名度和文化价值认同。同时，石花酒业还推出了“挑战品酒师”、“楚菜争霸赛”等多样化的消费者互动活动。公司计划2024年内深化湖北市场布局，并逐步实施全国化战略，重点是环湖北地区的市场开拓。这些措施旨在帮助石花酒业在行业周期波动中保持稳定增长，实现长期发展目标。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J82BJRUI0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/J82BJRUI0519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 26. 进口精酿啤酒闪耀青岛精酿啤酒节，林德曼成年轻女性新宠

关键词：精酿啤酒,美食节,年轻女性,果味系列,自然发酵

概要：2024年第二届青岛精酿啤酒美食节于7月18日在大鲍岛文化休闲街区拉开帷幕，吸引了众多精酿啤酒品牌参与。其中，趣进口精酿啤酒展位凭借其特色进口果味系列成为了关注焦点，特别是面向年轻女性市场的品种备受欢迎。该展位提供多款口感偏甜、富含果香的进口精酿啤酒，如采用独特自然发酵工艺的林德曼系列，定价亲民，每瓶25元。此举基于市场调研结果，即年轻女性消费者偏好口感柔和、风味独特的啤酒产品，因此特别引进相关品种以满足市场需求。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J81HFBBK0550BD8K.html)：https://www.163.com/dy/article/J81HFBBK0550BD8K.html

## 27. 到宁夏贺兰山东麓看葡萄酒与美食怎样融合创新

关键词：葡萄酒,美食,融合,创新,贺兰山

概要：7月25日在宁夏举行的“风土·香颂”贺兰山东麓葡萄酒美食融合创新大赛，旨在提升贺兰山东麓葡萄酒品牌影响力并激发消费潜力。自6月1日启动后，吸引了众多葡萄酒与美食爱好者的参与，共提交数百份作品。经过初赛筛选，50多组作品进入现场评选。活动汇聚了餐饮企业、酒庄及美食爱好者，展示了葡萄酒与美食融合的创新成果。由业内专家组成的评审团进行了细致评审，部分作品入选《贺兰山东麓葡萄酒美食“紫色味道”推荐榜》，该榜单将在第四届中国（宁夏）葡萄酒文化旅游博览会期间发布。此次赛事促进了葡萄酒与美食的创新融合，为宁夏相关产业发展增添了新动力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7VGVU770514R9KE.html)：https://www.163.com/dy/article/J7VGVU770514R9KE.html

## 05

## 营销活动

## Marketing Campaign

## 新销案例盘点：

## 28. 金沙滩啤酒城“超级PENG”啤酒畅饮酒墙，等你来“墙”势告白！

关键词：夏日,啤酒狂欢,精酿啤酒,“X”形设计,300个酒头

概要：金沙滩啤酒城推出了“超级PENG”啤酒畅饮酒墙，成为夏日啤酒狂欢的一大亮点。该酒墙采用独特的“X”形设计，寓意精酿文化的交汇与融合，配备300个酒头，提供多样化的精酿啤酒选择，并明确标注品牌与酒精度数，方便消费者挑选。此外，酒墙汇集了京A、贝尔嘉等多个知名品牌，增强了专业性和权威性，同时也促进了业内交流与合作。通过这一平台，公众能更深入地了解精酿啤酒的多样性，有助于推动整个产业的发展。“超级PENG”啤酒畅饮酒墙不仅是青岛国际啤酒节的一个特色项目，也是推广精酿文化、支持产业进步的关键举措。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7S8I4FF0521ST3C.html)：https://www.163.com/dy/article/J7S8I4FF0521ST3C.html

## 29. 消夏避暑新姿势，沉浸式“酒庄游”生态线

关键词：邛崃,酒庄,生态线,自然景区,天台山

概要：邛崃发布了首批“酒庄游”精品路线，其中包括“酒庄游·生态线”。这条路线串联了自然风光与酒文化体验，游客可以探访中国酒村的大梁酒庄，了解传统酿酒工艺并参观地下酒窖；随后前往成都天台山旅游景区，享受山清水秀的自然美景及夜间萤火虫观赏；接着到达源窝子酒庄，在山林间探索美酒酿造的秘密；最后来到川西竹海景区，在竹海中享受清凉和各种户外活动。这一路线不仅展示了邛崃丰富的自然资源，也让游客深入体验了当地独特的酒文化。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J7Q3VH3U0530Q188.html)：https://www.163.com/dy/article/J7Q3VH3U0530Q188.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。