

# 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:

白酒企业该如何“预谋”百亿大单品；  
从酒博会看酒业发展三大新趋势；  
草本白酒 开创健康饮酒新风尚。

#### 行业环境:

##### 1. 白酒企业该如何“预谋”百亿大单品

关键词：大单品,战略定位,产品创新,聚焦,试验田

概要：知名品牌通常依靠经典大单品取得成功，这些单品为企业贡献了主要销售额。据统计，世界500强中有28%的企业依靠单一产品支撑大部分收入。白酒行业2023年销售额超过100亿的大单品包括飞天茅台、五粮液普五等8款产品。成功的大单品对企业至关重要，而失败的企业往往产品线混乱且频繁更换新品。开发新品应有明确目的和战略定位，避免拼凑堆砌，需经过充分调研并解决消费者痛点。大单品需要长期投入和耐心培育，不能急于求成。企业应有成熟的大单品运作策略，注重团队协作，从战略高度打磨产品。大单品的成功需要洞察消费者需求，并通过创新提升用户体验。同时，企业应聚焦资源，逐步形成产品矩阵，提高品牌竞争力。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159114): <https://jiuyejia.com/news/159114>

##### 2. 从酒博会看酒业发展三大新趋势

关键词：智能酿造,区块链溯源,文化IP,产区品牌化,全产业链

概要：第二十一届中国国际酒业博览会上，酒业展现出三大新趋势：一是新技术重塑酒业，如智能酿造、区块链溯源及增强现实体验等广泛应用；二是酒产品作为文化载体的属性增强，酒企通过打造“文化IP”提升中国酒文化的国际影响力；三是名酒产业链与城市经济链高度融合，推进“产区品牌化”2.0时代，创造更大经济价值。此外，中国经济的韧性和国家政策支持为酒业发展提供了广阔空间，酒企应抓住机遇，加强创新与合作，推动产业高质量发展。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=10111): <http://baijw.com/list.asp?id=10111>

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境：

## 3. 草本白酒 开创健康饮酒新风尚

关键词：草本白酒,规范化,健康饮酒,团体标准,市场规范化

概要：“酱香热”之后，草本白酒赛道逐渐火热，众多品牌如五粮液、泸州老窖、劲牌等纷纷推出相关产品。2022年5月，劲牌公司提出“草本白酒”概念，并在今年1月推动《草本白酒团体标准》项目获批。经过多轮讨论，该标准于9月13日正式发布，将于10月13日实施，标志着草本白酒进入规范化发展阶段。市场分析认为，标准化有助于减少假冒伪劣产品，提升市场秩序。消费者健康饮酒理念是草本白酒受欢迎的主要原因，该类产品结合了中国传统白酒文化和现代健康理念，通过高科技萃取草本精华，减轻饮酒负担。劲牌公司凭借其技术研发实力，在草本白酒领域处于领先地位。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JE9TUBIB052184FQ.html)：https://www.163.com/dy/article/JE9TUBIB052184FQ.html

## 4. 中国啤酒的变局与危机

关键词：产能大跃进,高端化尾声,啤酒市场,竞争加剧,销量下滑

概要：2024年，中国啤酒产业面临产能过剩和市场需求疲软的双重压力，尽管各大啤酒企业纷纷扩大产能，但整体市场销量和业绩下滑。餐饮业倒闭加剧了这一趋势。过去二十年，行业从“量增”转向“价增”，但高端化策略逐渐饱和，增长动力减弱。借鉴日本经验，中国啤酒企业需通过多元化经营寻求新的增长点，如推出新产品和拓展新业务领域。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JE78OJTE0519BQPG.html)：https://www.163.com/dy/article/JE78OJTE0519BQPG.html

## 5. 国庆旅游火爆，酒旅表现如何？

关键词：国庆旅游,酒旅融合,旅游景区,消费旺季,品牌营销

概要：国庆期间，旅游业爆发式增长，跨区域人员流动量预计达19.4亿人次。各大酒企借机推广“酒+旅游”模式，如茅台镇举办酱酒节，五粮液和汾酒景区迎大量游客，小众酒厂如沱牌舍得及山东、宁夏葡萄酒庄也受追捧。酒旅融合提升了游客体验和品牌认知，关键在于依托产区文化，围绕“吃、住、行、游、购、娱”吸引游客深度体验，并通过互动游戏和文创周边满足年轻游客需求，成为酒业高质量发展的新方向。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JDRJUN8V0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JDRJUN8V0519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 6. 新式婚姻观下，哪些白酒还在宴席上流行？

关键词：性价比,面子,白酒,宴席,香型

概要：《消费者报道》针对国庆期间宴席用酒的需求，推荐了几款性价比较高且不失面子的白酒。选择婚宴用酒需考虑外观、名字、香型、价位和品牌知名度等因素，其中香型主要为酱香、浓香和清香三种。外观方面，喜庆红、端庄黑、耀眼黄为佳；品牌则可选择全国知名或地方特色品牌。300元及以下价位推荐五粮春二代、洋河海之蓝和茅台迎宾酒（紫）；300元至500元价位推荐红花郎红十、剑南春水晶剑和酒鬼酒红坛20；500元至1000元价位推荐洋河·梦之蓝M6+、五粮液普五八代和贵州茅台酒（喜宴）。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JDR74KHQ0512AHTN.html)：https://www.163.com/dy/article/JDR74KHQ0512AHTN.html

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境：

## 7. 便利店巨头纷纷发力平价精酿啤酒市场

关键词：平价精酿啤酒,便利店,市场趋势,精酿品质,消费场景

概要：近年来，随着消费者对生活品质的追求提升，平价精酿啤酒逐渐成为市场热点。Today和每一天两大便利店品牌相继推出平价精酿啤酒，原价5.8元/罐，通过优惠活动价格更低，丰富了便利店产品线并预示着市场将迎来新一波增长。精酿啤酒因卓越品质和丰富风味受到追捧，尤其受年轻消费群体喜爱，并通过多元化消费场景拓展吸引更多消费者。便利店通过引入精酿啤酒，不仅满足了消费者对高品质生活的需求，还提升了自身竞争力和盈利能力。这一转变丰富了便利店产品种类，为消费者提供更多选择。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JE7MTIUI05567WXP.html)：https://www.163.com/dy/article/JE7MTIUI05567WXP.html

## 8. “味觉革命”新时代，酒企如何以品类竞争战略赋能企业发展？

关键词：消费需求,新品类,品质,舒适性,创新

概要：品类竞争战略是近年来酒类企业获得商业成功的关键途径之一。酒类新品类能够在短期内迅速成长，成为酒类产品生态体系的重要组成部分，主要得益于以下五大特征：以消费需求为本，敏锐洞察消费者深层次需求；具备强烈的进取意识和创新精神；注重培育品类消费认知，提升消费者体验；敢于竞争，突破传统；通过品类创新确立行业领导地位。酒企实施品类竞争战略的三大战法包括：开创新品类，实现品类品牌化；融入大品类策略，扩大市场份额；以消费者需求体验为核心的“品类+模式”，解决饮酒痛点。这些策略体现了酒企对高品质的追求和对消费者需求的深刻理解，推动了行业的持续创新和发展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159149)：https://jiuyejia.com/news/159149

## 9. 白酒出海迎新机遇？！香港即日起调整烈酒税！

关键词：白酒出海,关税下调,香港烈酒,市场竞争力,国际化发展

概要：香港特区行政长官李家超在《行政长官2024年施政报告》中宣布，将进口价200元以上的烈酒进口税率由100%降至10%。此举将显著提升香港在烈酒贸易方面的竞争力，有利于将中国优质白酒推向国际市场。受此消息影响，A股和港股的白酒股出现明显上涨。分析人士认为，降低烈酒税率不仅会刺激香港本地消费，还将吸引更多酒类进口，提升香港作为亚洲酒业贸易枢纽的地位。中国白酒企业将借此机会加强品牌宣传和推广，提高国际知名度，但同时也需解决产品同质化问题，增强差异化竞争优势。头部酒企如茅台、五粮液等有望进一步提升市场竞争力。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=10145)：http://baijw.com/list.asp?id=10145

## 10. 威士忌产业AB面：进口威士忌市场遇冷 国产威士忌爆发还需时间

关键词：白酒,威士忌,进口量下滑,国产威士忌,市场遇冷

概要：第21届上海酒博会于10月10日开幕，白酒展馆依旧热闹，而威士忌展区则显得冷清。尽管威士忌在全球烈酒销售中占据首位，但2024年中国进口威士忌市场遇冷，进口量和价值分别下降22.8%和24.4%。国际巨头如保乐力加和帝亚吉欧依然看好中国市场，纷纷在中国建厂，以降低成本并提升竞争力。与此同时，国产威士忌品牌崭露头角，多个品牌首次亮相酒博会，预计2025年左右将迎来集中上市。业内人士认为，国产威士忌未来3到5年内可能迎来爆发点，随着酒厂投产、品质提升和市场推广，国产威士忌有望获得更大市场份额。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=10144)：http://baijw.com/list.asp?id=10144

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境：

## 11. 进口白兰地反倾销措施落地第2天，跨境电商大面积下架、价格优势崩盘！

关键词：白兰地,反倾销,跨境电商,价格优势,关税

概要：10月11日起，我国对欧盟进口白兰地实施临时反倾销措施，导致跨境电商平台如抖音、京东、天猫等第三方店铺的进口白兰地下架，自营店铺虽未下架但价格大幅上涨，失去了价格优势。商务部公告显示，对马爹利、轩尼诗等品牌征收30.6%至39%的保证金，导致跨境电商的成本显著增加。短期内，这有利于传统洋酒渠道的库存消化，但如果关税长期存在，进口白兰地在中国市场可能面临类似澳洲酒的“暂退期”。跨境电商的价格优势消失，使得传统渠道在价格竞争中重新获得了一定的优势。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159094)：https://jiuyejia.com/news/159094

## 12. 五粮液、剑南春等名酒下场打假，酒企、电商平台博弈再升级？

关键词：电商平台,低价补贴,假货问题,价格体系,市场监管

概要：近期，酒企与电商平台之间的矛盾日益加剧，主要集中在电商平台低价补贴产品引发的假货问题上。剑南春、五粮液、茅台等知名酒企纷纷发布声明，指责部分电商平台销售的低价产品存在假冒情况。剑南春在告知书中指出，电商平台提供的授权书多为伪造，采样的产品来源复杂，疑似回收拼凑销售。五粮液也曾声明拼多多平台销售的五粮液产品为假冒。这些事件不仅损害了品牌形象，还扰乱了市场价格体系，导致消费者利益受损。专家认为，电商平台的低价补贴策略虽然吸引了消费者，但也滋生了假货，破坏了正常的市场秩序。解决这一问题需要酒企和平台共同努力，加强监管和合作，维护市场健康。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159161)：https://jiuyejia.com/news/159161

## 02

## 头部品牌动态

## Top Brand News

## 头部品牌动态：

## 13. 进军低度酒市场屡战屡败，可口可乐为何做酒“上头”又推鸡尾酒？

关键词：低度酒,市场潜力,跨界尝试,鸡尾酒,饮料巨头

概要：可口可乐近期宣布将与知名朗姆酒厂商百加得合作，推出即饮预调鸡尾酒饮料，再次展现其对低度酒市场的执着。尽管之前多次尝试均未取得显著成功，如“柠檬道”和“托帕客”等产品在中国市场表现平平，但可口可乐并未放弃。CEO詹鲲杰认为风味酒精饮料市场潜力巨大，有助于公司业绩增长，将其视为“试验田”。数据显示，2023年中国低度酒市场规模预计达6341.7亿元，众多品牌纷纷跨界进入该赛道，如娃哈哈、旺旺、统一等。然而，低度酒市场面临定位不清、消费人群分散等问题，导致品牌忠诚度低。尽管如此，随着年轻消费者对健康微醺的追求，低度酒市场仍具潜力。可口可乐此次尝试能否成功，还需市场检验。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JE9TSTHO055672IV.html)：https://www.163.com/dy/article/JE9TSTHO055672IV.html

## 14. 茅台镇一半酒厂不下沙，明年或是中小酒企生死存亡年

关键词：白酒行业,直播带货,电商,疫情考验,上市难题

概要：酒仙集团董事长郝鸿峰表示，当前白酒行业正经历中度调整期，预计将持续四到五年。他指出，茅台镇一半酒厂已停止生产，明年或将成为中小酒企生死存亡的关键年。尽管行业面临挑战，但郝鸿峰认为这是专业卖酒人的好时机。酒仙集团通过直播带货实现了显著增长，目前直播销售额已占集团总销售额的30%。此外，郝鸿峰强调，公司正专注于业务发展而非上市，并计划打造自有品牌以增强控制力。他认为直播带货缩短了品牌与消费者之间的距离，提升了销售效率。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=10133)：http://baijw.com/list.asp?id=10133

## 15. 青岛啤酒：数智引领，逐绿焕新

关键词：灯塔工厂,绿色低碳,可持续发展,智能化数字技术,碳排放

概要：青岛啤酒厂凭借智能化数字技术和绿色生产创新体系，成功获评全球首家食品饮料行业“可持续灯塔工厂”。这一荣誉不仅是对其在减少碳排放和促进循环经济方面取得成就的认可，也是对其引领行业绿色低碳发展的肯定。通过提升资源循环利用率和优化产业链条，青岛啤酒不仅提高了生产效率，还显著增强了企业的“低碳竞争力”。目前，青岛啤酒已打造出22家国家级绿色工厂，并积极推动产业链上下游的绿色转型升级，为传统产业的绿色低碳高质量发展提供了宝贵经验。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JE4FCBP10519BKE1.html)：https://www.163.com/dy/article/JE4FCBP10519BKE1.html

## 03

## 投资运营

## Investment Operation

## 投资运营：

## 16. 国缘V9登陆日本，高端化战略引领国际国内“双开花”

关键词：白酒出海,高端白酒,日本市场,国际化,高端化战略

概要：国缘V9作为中国高端白酒品牌，近期在日本东京和大阪成功举行上市发布会，标志着其正式进入日本市场。该品牌凭借卓越品质与独特品牌文化，在国际市场获得广泛认可。国缘V9此前已在纽约、巴黎等地亮相，并参与多个国际文化交流活动，提升了品牌影响力。在国内市场，国缘V9深耕高尔夫圈层并与苏商会合作，成为“苏商唯一指定接待用酒”。此外，品牌还签约实力派演员胡军作为代言人，通过线上线下活动增强品牌声量。国缘V9致力于高端化战略，注重高品质、高品味和高品格，成为今世缘品牌战略中的重要一环。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159098)：https://jiuyejia.com/news/159098

## 17. 「跳海」酒馆完成数千万元天使轮融资，还要开酒店和长租公寓

关键词：社区酒馆,融资,扩张,私域流量,打酒师

概要：跳海酒馆近期完成数千万元天使轮融资，计划用于主营业务拓展、会员体系搭建及新业务探索。跳海酒馆成立于北京胡同，现已在全国15个城市开设30多家店，成为小红书上热门讨论品牌。其商业模式核心为“先有人再有店”，利用私域流量并招募兼职打酒师，赋予一线人员高度权限，营造社区连接感。跳海计划向年轻人“住”的业务延伸，尝试长租公寓和目的地酒店项目，继续采用轻资产模式输出运营能力。创始人梁二狗表示，跳海模式围绕人群需求展开，重视个性化场景和社区感，未来将探索更多领域。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JDVKIUEV05118DFD.html)：https://www.163.com/dy/article/JDVKIUEV05118DFD.html

## 05

## 营销活动

## Marketing Campaign

## 营销案例盘点：

## 18. 白酒复古，从老产品“翻新”卷到中度酒“翻红”

关键词：中度酒,高端市场,复古潮流,市场竞争,消费者需求

概要：近日，今世缘发布了千元级别的高端浓香型新品“国缘2049”，酒精度数为42°。这标志着今世缘在中度酒领域再次发力，此前其“国缘四开”已获得“中国中度高端白酒500元价格带单品销量第一”的认证。自今年糖酒会以来，“中度酒”成为业内热议的话题，各大酒企纷纷加码中度酒市场。中度酒曾因高度酒的崛起而在高端市场隐退，但如今随着高度酒竞争加剧，中度酒重新回到主流视野。据统计，低度酒市场规模预计在2025年将达到742.6亿元，年复合增长率达30%。中度酒不仅在定价上保持高端定位，还在品牌形象上避开了低度酒的低端认知，成为酒企在调整期内寻求增长的新路径。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/11829404.html)：https://www.jiemian.com/article/11829404.html

## 19. 十年坚守特色精酿，劲派啤酒引领行业风尚

关键词：十年坚守,特色精酿,高品质,个性化,酿造工艺

概要：劲派啤酒十年来坚持特色精酿，凭借高品质和个性化的产品，在激烈的啤酒市场竞争中脱颖而出。公司注重原料选择和严格酿造工艺，确保每一瓶啤酒口感纯正、风味独特。其产品线丰富多样，涵盖多种口味和风格，满足不同消费者需求。劲派啤酒还通过举办啤酒节、品鉴会等活动传播精酿文化，提升品牌知名度。目前，劲派啤酒已从本地市场拓展至全国乃至国际市场，并在各大啤酒赛事中屡获殊荣。未来，劲派啤酒将继续坚守特色精酿理念，推动行业发展，为消费者带来更多优质啤酒体验。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JE4J1VFS055289HF.html)：https://www.163.com/dy/article/JE4J1VFS055289HF.html

## 20. 从“共同体”到“新丝路”，洋河详解白酒出海“时代答卷”

关键词：白酒国际化,文化产业,命运共同体,多元并进,文化生态圈

概要：洋河股份在第二十一届中国国际酒业博览会上提出了白酒国际化的“解题思路”，即通过搭建“白酒文化生态圈”、构建“酒业命运共同体”及采取“多元并进”策略来推进国际化进程。洋河股份董事长张联东强调，中国白酒应成为“中国名片”和“文化名牌”，引领白酒文化生态圈，并倡导构建“命运共同体、发展共同体、文化共同体、梦想共同体”。为实现这一目标，洋河提出了三个核心坚持：以消费者为中心、以科创力为重心、以可持续为核心。同时，洋河还建议通过广泛构建文化圈、不断扩大朋友圈、积极拓展事业圈来推进国际化，旨在让中国白酒文化在全球范围内得到更广泛的认可与传播。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JEB4JGJN0514B2R0.html)：https://www.163.com/dy/article/JEB4JGJN0514B2R0.html

## 21. 今世缘酒业动作频频，这个秋糖又要搞事情？

关键词：酒类行业,品牌创新,高端白酒,新品发布,市场转型

概要：2024年对今世缘酒业具有重要意义，这一年是其“党费建厂”80周年、国缘创牌20周年及A股主板上市10周年。公司借此契机在品牌和市场方面持续发力，包括举办80周年主题汇报演出、启动20000吨酿酒项目以及发布国缘2049新品等。近日，今世缘宣布将在秋季糖酒会上推出今世缘·典藏宝石系列新品，该产品以宝石为设计灵感，融合传统与现代元素，采用优质原料和精湛工艺，旨在打造高端兼香型白酒。此举不仅是对品牌高端形象的进一步塑造，也是今世缘应对市场转型、强化产品线布局的重要战略举措，目标在于推动企业实现“双百亿”发展目标。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JEQ8Q50U0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JEQ8Q50U0519SQQ7.html?spss=dy\_author

# 05

## 营销活动

### Marketing Campaign

#### 营销案例盘点：

##### 22. 颠覆传统购酒体验，名品世家用数字资产“酒证”抢占时代红利！

关键词：数字经济,白酒行业,数字化转型,酒证,元宇宙

概要：近日，国新办新闻发布会透露，2023年中国数字经济核心产业增加值占GDP比重达10%，云计算市场规模达6165亿元，增长35.5%。数字经济的稳健增长为数字贸易改革创新奠定了基础。在白酒行业，数字化转型成为必然趋势。知名酒类流通企业名品世家在数字化转型中表现突出，其全新数字资产项目“酒证”引起广泛关注。“酒证”通过区块链技术将实体酒资产数字化，提升资产流动性，带来全新消费体验。消费者可以通过“名品世家酒友”小程序获得并兑换“酒证”，不仅能免费兑换美酒，还能通过“酒证”升值获得收益。名品世家还通过元宇宙项目，探索新的商业模式和消费体验，为白酒行业数字化转型树立了典范。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159096)：https://jiuyejia.com/news/159096



## 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。