

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:

拓展新消费场景、呼吁“不内卷”，酒企2025年再转向；
白酒旺季临近 行业马太效应或更加明显；
进口酒变局下，谁的机会？

行业环境:

1. 白酒旺季临近 行业马太效应或更加明显

关键词：白酒,春节,营销,生肖酒,价格

概要：随着元旦和春节临近，白酒市场进入消费旺季，多家酒企提前发布蛇年生肖新品，并推出多样化的营销策略，如郎酒通过综艺节目加大宣传力度，五粮液召开年度大会。A股白酒板块自11月以来表现良好，17家上市公司股价上涨。尽管线上销售模式对传统线下市场造成冲击，但高端白酒如茅台、五粮液等在线上渠道表现优异，销售额增长显著。分析师指出，春节期间白酒需求增加，尤其是200-300元价位的大众白酒更受欢迎。然而，面对经济下行压力，白酒行业或将继续调整，2025年预计整体呈渐进式复苏态势，高端和大众价格带表现将分化。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=10679): <http://baijw.com/list.asp?id=10679>

2. 徐伟：酱酒消费仍在以每年3-5个百分点的速度扩容，清香发展窗口期还有2-3年

关键词：浓香稳中降,酱香小确定,清香大趋势,渠道堰塞湖,经济下行影响

概要：12月26日，2024中国食品流通产业大会在广州举办，黑格咨询集团创始人徐伟分享了《中国酒业多酒种香型品类趋势与机遇》。他指出，浓香型白酒虽占近50%的市场份额，但呈现“稳中降”趋势，大企业竞争激烈，次高端品牌面临风险。酱香型白酒在广东市场表现“外热内凉”，渠道库存过剩，消费群体仍以3-5%的速度增长，属于“小确定”。清香型白酒被视为“大趋势”，尤其在经济下行、消费降级背景下，低价位清香型白酒更受欢迎，未来两到三年将是其战略崛起期。徐伟还提出了酒厂未来的四条发展路径：一线名酒、区域小而美、省区专而精和全国特优美。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159612): <https://jiuyejia.com/news/159612>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

3. 拓展新消费场景、呼吁“不内卷”，酒企2025年再转向

关键词：白酒行业,深度调整,去库存,经销商减负,反内卷

概要：临近岁末，多家酒企召开全国经销商大会，释放出拓展新消费场景和消费群体的信号，呼吁“不内卷”，不再以增长速度评判优劣。当前白酒行业进入深度调整期，企业需调低业绩预期，化解供需矛盾，为经销商减负，稳定市场信心。部分酒企如贵州习酒取消了“开门红”策略，不再强制回款，注重渠道库存和现金流健康。自2023年以来，去库存成为首要任务，不少经销商希望减少压货，缓解价格倒挂和库存积压问题。白酒销售价格持续下探，导致部分经销商选择窜货、破价等方式回款，影响市场稳定。行业协会及酒企高层呼吁优化存量，提升存量价值，创造新需求和新场景，反对同质化竞争。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=10753)：http://baijw.com/list.asp?id=10753

4. 2024酒业年度十大新闻出炉！他们将如何影响酒业未来？

关键词：酒业调整,人事变动,增资扩股,消费降级,电商打假

概要：2024年，中国酒业在调整期展现出变革的力量与韧性。茅台迎来“张德芹时代”，老将重返注入新活力；五粮液聘任年轻有为的华涛为总经理，提出“营销执行提升年”计划，优化渠道费用以提升经销商盈利水平。汾酒前三季度营收达313.58亿，同比增长17.25%，巩固行业第三地位，青花汾酒有望成为百亿级大单品。习酒升格为省管大一型企业，汪地强升任要职，推动供应链和市场拓展。中秋节期间，酒商备货意愿下降，高端酒消费缩量，主流价格带下探至200元，显现消费降级趋势。西凤通过增资扩股募集近9亿元，估值接近120亿，迈向后百亿时代。面对经销商库存压力，酒业家呼吁头部酒企降速，关注渠道健康。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159553)：https://jiuyejia.com/news/159553

5. “开门红”隐身后，谁为酒企业绩买单？

关键词：开门红政策,库存压力,渠道关系,市场调整,经销商态度

概要：中国白酒行业正经历深刻变革，传统的“开门红”活动面临调整。以往，“开门红”政策要求经销商按年度合作计划打款，以完成回款任务并享受福利。然而，今年头部酒厂的政策迟迟未公布，经销商态度也更加谨慎。主要原因在于库存压力和市场疲软。双十二期间白酒消费未见热潮，市场需求整体疲弱，渠道商面临库存积压和价格倒挂的压力。部分酒企已下调打款比例或提供补贴以刺激经销商打款，但经销商参与意愿普遍不高，更多选择观望或退出。为应对市场变化，酒企正重构厂商关系，减少对经销商的压力，强调稳中求进。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=10709)：http://baijw.com/list.asp?id=10709

6. 进口酒变局下，谁的机会？

关键词：进口酒市场,白兰地疲软,葡萄酒下滑,本土化进程,威士忌崛起

概要：今年以来，中国进口酒类市场中的白兰地和葡萄酒表现疲软。1-10月，进口白兰地总量降至8681万升，总额缩水至106.1亿元，分别下降14.48%和25.44%，其中法国白兰地因反倾销措施影响，进口额骤降40.2%。葡萄酒整体进口量和额分别下滑25.67%和19.41%，十年间跌幅达61.5%，尽管澳大利亚葡萄酒有所回升。导致这一现象的核心原因在于这些酒类的本土化进程受限。白兰地产品多样性不足，中高端市场被国外品牌占据；葡萄酒则面临消费场景局限和行业无序问题。相比之下，国产威士忌迅速崛起，市场规模从2013年的12.88亿增至2023年的55亿，总产量首次超过进口量。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159590)：https://jiuyejia.com/news/159590

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

7. 未来3年迎产业窗口期，精酿啤酒品牌还有哪些机会？

关键词：精酿啤酒,啤酒产量,市场规模,企业注册,消费量

概要：2023年，中国啤酒产量达3789万千升，是白酒的8.44倍，显示啤酒在酒水市场的主导地位。2024年，精酿啤酒如胖东来“DL精酿小麦啤酒”和金星“信阳毛尖”茶啤等成为市场热点，标志精酿啤酒再成行业焦点。尽管中国精酿啤酒行业发展迅速，企业数量激增，但市场规模增速较慢，存在较高淘汰风险。精酿啤酒的发展方向包括明确定义、评估规模、识别对手及行业正名。预计到2026年，中国精酿啤酒市场规模将达26.3亿升，渗透率6.0%。行业竞争集中在产品力和渠道力建设，小酒馆模式成为重要发展路径，未来三年内可能形成CR5竞争格局，产业将向品牌化、品质化和类产区化发展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159528)：https://jiuyejia.com/news/159528

8. 当京东超市闯入千亿喜酒赛道

关键词：双春年,婚宴市场,喜酒需求,年轻消费者,线上渠道

概要：2025年因有两个“立春”，被视为婚宴市场的丰收年。同庆楼调查显示，2025年上半年婚宴预订量显著增长，喜宴用酒需求大增。京东超市联合洋河推出钻石系列新品喜酒，提前布局这一市场，满足年轻消费者对高品质喜酒的需求。钻石系列喜酒包括粉钻、红钻、蓝钻三款，定价199元至399元，采用传统22335绵柔古法酿造技艺，精选六种粮食经过180天低温发酵，形成优雅陈香、浓郁窖香和清爽粮香的独特风味。包装设计上，瓶盖形似钻石，渐变喷绘的瓶身富有质感与庄重感，酒精度为52°，净含量520ml，寓意爱意。京东超市凭借数据优势和供应链能力，携手洋河共同推出这款喜酒，在产品品质和服务体验上做到极致。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159618)：https://jiuyejia.com/news/159618

9. 一款椰子水，成为亿元酒商的“增长利器”，凭啥？

关键词：酒饮融合,渠道适配,利润丰厚,品质过硬,全方位服务

概要：2024年即将结束，酒商们普遍感叹市场环境愈发艰难和竞争激烈。福建佰诚商贸销售总经理庄祚茂和江西润江贸易掌门人熊月兵通过代理饮料产品“你好椰”，找到了新的增长点。他们认为，“酒饮融合”是未来的趋势，不仅提升产品丰富度，还能增强渠道覆盖。“你好椰”凭借四大优势赢得酒商青睐：一是品质过硬，深耕椰子产业链四十多年；二是渠道适配，特别是1L装椰汁和椰子水与餐饮渠道高度契合；三是利润丰厚，践行“厚利多销”理念，毛利率高；四是全方位服务，提供从产品到售后的全面支持。合作后，两位酒商不仅提升了销售额，还优化了宴席场景的产品组合，形成了“一瓶酒+一瓶椰汁+一瓶椰子水”的新标配。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JKBT7PS80519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JKBT7PS80519SQQ7.html?spss=dy_author

10. 白酒一线销售的一年：有“黄牛”退场，有代理商破局

关键词：白酒销售,黄牛退场,库存压力,转型求变,新场景开拓

概要：2024年，白酒行业经历了显著调整与转型。市场降温导致部分跨界人士和“黄牛”离场，尤其是酱酒热的退潮使新入局者面临库存积压和亏损。然而，一些深耕行业的销售人员通过开拓新场景、维护老客户等方式寻求突破，例如转向健康意识更强的黄酒市场或利用乡镇宴席推广区域品牌。中国酒业协会发布的《2024中国白酒产业发展年度报告》指出，明年将是白酒产业转型的关键一年，行业将更加注重品质和创新，而非单纯追求增长速度。面对产能过剩、老龄化趋势及商务活动减少等挑战，中小型酒厂纷纷停产或减产，而大企业则加大研发力度，推出低度酒和健康养生酒以迎合年轻消费者的需求。此外，数字化营销和新零售模式逐渐成为行业标配，帮助企业清理库存压力。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=10769)：http://baijw.com/list.asp?id=10769

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

11. 市场规模预计破千亿酒类即时零售能否成为渠道最优解

关键词：即时零售,酒类消费,年轻消费者,市场需求,线上线下

概要：近期，酒类即时零售市场迅速崛起，吸引了资本和企业的广泛关注。12月，酒小二与南宁国资旗下公司签署战略合作协议，获得新一轮融资；一三酒旗舰店在北京开业，提供多种酒类产品即时配送服务。美团闪购数据显示，预计到2027年，酒水即时零售市场规模将超过1000亿元，显示出巨大潜力。业内人士认为，线上线下一体化经营将成为消费品行业的重要趋势。酒企布局即时零售不仅能满足消费者即时需求，还能增强用户黏性并消化库存。青岛啤酒、京东等企业纷纷加大投入，社区店订单量可观，部分门店日均订单达40至100单不等。年轻消费者成为即时零售的主要驱动力，消费场景日益多元化，即时零售的便捷性和快速响应成为关键。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=10739)：http://baijw.com/list.asp?id=10739

12. 年内酒业高管变动频繁 能否推动企业破局创新？

关键词：高管变动,酒业转型,组织架构,业绩压力,市场遇冷

概要：近期，国内酒业频繁出现高管变动，成为行业热议话题。据统计，年内已有超过20家酒企宣布高管调整，涉及董事长、总经理等核心职位。变动原因多样，包括退休、工作调整和个人原因等，反映出企业经营方针和业务布局的变化。例如，青岛啤酒董事长黄克兴因退休辞任，贵州茅台的丁雄军和国台酒业的张春新也相继离职。部分企业通过高管兼任提升治理能力，如贵州金沙窖酒酒业。值得注意的是，“企二代”开始走上管理岗位，如国台酒业闫希军之子闫凯境和华致酒行吴向东之子吴其融分别担任重要职务。业内分析认为，高管调整频现的背后是酒企面临业绩增长压力，需通过转型或改革应对市场挑战。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=10779)：http://baijw.com/list.asp?id=10779

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

13. 五粮液2025定调“营销执行提升年”，将全力提升“五力”

关键词：稳中有进,营销创新,渠道优化,品牌价值,厂商关系

概要：12月18日，五粮液在宜宾召开了第二十八届“共商共建共享大会”，主题为“聚合力应变局共和美”。会议明确了五粮液2024年和2025年的营销策略和发展方向。2024年定位为“营销执行年”，强调“抓动销、稳价格、提费效、转作风”，已取得阶段性成果；2025年则定为“营销执行提升年”，旨在通过强化产品动销、优化渠道和服务能力，进一步提升品牌价值和市场份额。面对行业从放量增长转向结构增长的趋势，五粮液坚持“稳中求进”的发展态势，重点推进生产、创新、营销、管理和树立标杆五个方面的工作。公司积极开拓市场，新增专卖店、文化体验店，布局线上渠道和海外市场，举办各类宴席活动，推动老酒市场的拓展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159538)：https://jiuyejia.com/news/159538

14. 华润啤酒如何应对行业收缩期，白酒业绩为何低迷，侯孝海回应

关键词：存缩量竞争,高端化,渠道改革,厂商命运共同体,产能优化

概要：华润啤酒控股有限公司董事会主席侯孝海近期提出了“穿越周期12条”发展策略，旨在应对啤酒行业开启的存缩量竞争。2024年，中国啤酒产量呈现下降趋势，华润啤酒的销量和营收也有所下滑，但净利润实现了增长，主要得益于高端产品的销量提升。侯孝海强调构建厂商命运共同体、出海和多样化发展等策略，同时反思了过去对渠道改造的教训，提出改善厂商关系，将经销商称为渠道伙伴。此外，华润啤酒在深圳开设了BREW TOWN啤酒小镇，尝试融合办公、住宅和商业街区的新型业态，以寻求新的增长点。然而，华润啤酒在白酒市场的布局尚未取得显著成效，旗下白酒公司业绩表现平平。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/12138316.html)：https://www.jiemian.com/article/12138316.html

15. 酒仙燃起冬天里的一把火

关键词：寒冬,酒业,希望,拼爆,酱酒

概要：12月19日，北京气温骤降至零下6度，酒仙集团董事长郝鸿峰在丰大国际酒店举办的2025#迎新演讲却让近千名听众感受到温暖与希望。面对行业寒冬，郝鸿峰回顾了过去四个月的艰难，从中秋节的惨淡到双11的平淡，再到价格战和客户流失，但他强调酒仙通过“拼爆”活动在全国数十个城市举办了近百场演讲，成功推广容大酱酒（全坤沙），并在广州站成交近3000箱，线上传播也取得了过亿人次的关注。郝鸿峰提出了酒业人的“五大希望”和酒仙的“四大希望”。其中，酒仙的四个希望包括：茅台价格保持坚挺、容大酱酒突破10亿销售额、龙马骑士酒庄成为法国进口红酒领先品牌、金汾河酒成为清香型白酒第二品牌。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159548)：https://jiuyejia.com/news/159548

16. 茅台酱香酒释放“强发展”信号：将打造三大百亿事业部，大幅增加市场费用投入！

关键词：营收增长,市场布局,品牌建设,渠道优化,消费升级

概要：茅台酱香酒公司已顺利完成2024年度各项目标，营收稳定在200亿元以上。为庆祝成立十周年，公司在贵阳举办了以“同心共筑千亿茅台增长极；携手再启十年酱香新征程”为主题的经销商联谊会。会上透露，2025年公司将以不低于白酒上市公司前五名的平均增速为目标，重点围绕品牌强化、单品树立、渠道支持、基础夯实和服务提升开展市场工作。茅台集团党委书记、董事长张德芹提出，2025年将打造“一体两翼”的超级大单品矩阵，对茅台1935、茅台王子、汉酱等品牌进行独立运营和深耕，并大幅增加市场投入，强化品牌建设，承诺支持真正做市场的经销商。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159561)：https://jiuyejia.com/news/159561

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

17. 韩英：汾酒的白酒国际化“三步走”战略，提高白酒出海融合度

关键词：国际化发展,白酒出海挑战,关税标准差异,丝绸之路传播,巴拿马大奖章

概要：2024中国国际名酒博览会世界名酒发展大会在宜宾举行，山西杏花村汾酒厂总工程师韩英分享了汾酒的国际化发展策略。面对全球经济下行和国内白酒行业深度调整的挑战，汾酒提出了本土国际化、试点国际化和极致酿造国际化的三步走战略。本土国际化方面，汾酒建立了与国际接轨的质量标准体系；试点国际化方面，汾酒积极参与国际活动，拓展海外市场；极致酿造国际化方面，汾酒注重产品质量和技术标准，开发适应不同市场的定制化产品。通过这些措施，汾酒旨在提升中国白酒在国际市场的影响力，实现从产品输出到文化输出的转变。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159537)：https://jiuyejia.com/news/159537

18. 交融酒类创意与青春活力，五粮液与全国大学生举杯共“和美”

关键词：大学生,酒类创新,创意大赛,产教融合,人才培养

概要：2024年12月15日至16日，由中国五粮液主办的“五粮液”杯中国大学生酒类创新创意大赛在宜宾举行。大赛吸引了来自60余所高校的6000余名学生参与，涵盖品酒、包装营销创意和酒类创新三个项目。最终，各赛项前三名将直接纳入五粮液招聘拟录用名单。此次大赛不仅促进了企业与高校之间的创意文化交流，还推动了产教融合创新人才的培养，为中国白酒行业注入了新的活力。五粮液通过大赛深入挖掘和传承中国传统酒文化，融合现代科技和创新理念，展现了中国白酒的文化精髓与时代价值，进一步提升了年轻消费者对五粮液的认可与喜爱。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JJKLGOGG0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JJKLGOGG0519SQQ7.html?spss=dy_author

19. 国台酒两款数智产品正式发售，创新数智营销、提供美酒新体验

关键词：数智化,白酒,消费,创新,营销

概要：12月16日，国台数智国标酒和数智珍藏酒在天津举办的贵州白酒交易所限量上市发布会上正式发售。这两款酒通过数智化手段，实现了买、存、喝、赠、卖的全方位消费链条，为消费者提供了新的白酒消费和投资方式。国台此举不仅创新了数智营销模式，还展示了数智化在白酒行业的应用潜力，推动了行业的创新发展。国台通过数智化酿造技术和营销策略，提升了酒的品质和消费体验，同时与贵州白酒交易所合作，构建了一个透明、便捷的交易平台，为白酒收藏和交易提供了新的可能。这一系列举措体现了国台在数智化时代的战略布局，旨在为消费者创造更高的价值和更美好的饮酒体验。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159518)：https://jiuyejia.com/news/159518

20. 酒饮融合新标杆：燕京啤酒重磅推新，倍斯特汽水招商启航

关键词：消费者体验,清爽口感,欢乐时光,三重风味,包装设计

概要：燕京啤酒推出全新汽水品牌——倍斯特汽水，以“倍爽 倍欢乐”为理念，旨在通过清爽口感和欢乐体验吸引消费者。倍斯特汽水提供橙味、果味和荔枝味三种独特风味，满足不同消费者的口味需求，并在包装设计上追求简约时尚，便于携带。该产品注重品饮体验，强调与多种消费场景的契合，如朋友聚会、美食搭配和K歌时刻，为消费者带来更多的欢乐与畅爽。顺应饮料与酒类市场的融合趋势，利用燕京啤酒的丰富经验，快速导入适配渠道，占据市场优势。倍斯特汽水市场前景广阔，预计将成为国内汽水市场的明星产品。凭借燕京啤酒强大的品牌影响力和全方位的品牌支持，倍斯特汽水将助力加盟商实现可持续盈利。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JJUS4O0Q0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JJUS4O0Q0519SQQ7.html?spss=dy_author

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

21. 奔富2024：回归年、本命年、扎根年

关键词：澳洲酒回归,深耕市场,本土化布局,品牌活动,多国原产地

概要：2024年对奔富而言是具有里程碑意义的一年，不仅迎来了品牌180周年庆，还借助澳洲酒的“回归年”契机，在中国市场进行了深度布局。这一年中，奔富通过参与糖酒会、进博会等重要展会，推出多款新品，并增设多位知名代言人，强化品牌形象与市场影响力。尤为引人注目的是，富邑集团宣布收购宁夏望月石酒庄75%的股权，标志着奔富在中国市场的本土化进程迈入新阶段。此举不仅深化了其多国原产地战略，也进一步巩固了奔富在中国葡萄酒市场的地位，为未来的长期发展奠定了坚实基础。随着中国消费市场的崛起，奔富将继续以创新互动和精准策略，抓住年轻消费者和中产阶级需求，引领中国葡萄酒市场的复苏与稳步扩张。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159607)：https://jiuyejia.com/news/159607

22. 复盘口子窖10年：市值连年下滑，错失7大机遇

关键词：提价,消费升级,产品策略,市场竞争,渠道管理

概要：2024年对口子窖而言充满挑战。自从被迎驾贡酒在多个关键指标上超越后，口子窖不仅失去了“徽酒榜眼”的地位，还被多个重要指数剔除。回顾其历史，口子窖曾凭借独特的“酒店盘中盘”营销策略和兼香型产品取得过辉煌成绩，但在过去十年中，口子窖多次错失了提价、引领消费升级、打造核心产品、把握市场机遇等关键机会，导致市场竞争力逐渐减弱。面对2025年的关键节点，口子窖是否能够通过系统性改革重振旗鼓，成为了业界关注的焦点。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159517)：https://jiuyejia.com/news/159517

23. 贵州杜康“落子”广东，“双核”共振、“南北”共建，推进全国战略布局

关键词：酱酒市场,全国布局,广东启动,品质品牌,资本背书

概要：12月27日，贵州杜康在广东举办“酒祖杜康·卓粤启航”平台启动暨酱酒产品上市发布会，标志着其全国化战略布局迈出重要一步。继4月份布局河南市场后，贵州杜康将广东作为大湾区战略市场的重点，通过因地制宜的发展模式推进全国市场的拓展。根据《2023-2024中国酱酒产业和市场相关观察报告》，酱酒市场潜力巨大，销售收入达2300亿元，利润940亿元，占白酒行业利润的40%。贵州杜康抓住这一机遇，与仁怀市政府合作，打造酱酒酿酒基地，实现产业链上游布局。公司凭借深厚的历史文化底蕴、独特品牌优势及多元化市场策略，积极构建网络营销矩阵，推出五大合作模式，通过B端和C端多维推广，提升品牌影响力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JKH9ISLG0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JKH9ISLG0519SQQ7.html?spss=dy_author

24. 青岛啤酒2024复盘：向质而行，焕新出发

关键词：创新精神,产品结构优化,高质量发展,供应链能力,年轻消费者

概要：2024年，青岛啤酒在高质量发展道路上取得显著成效，经营质量与产品结构优化稳步推进。公司凭借创新精神和对年轻消费者需求的敏锐洞察，在科技创新与绿色发展领域深耕细作。在“向上”方面，青岛啤酒推出1升精品原浆、尼卡希白啤等多款新产品，优化产品结构，满足多元化口感需求，品牌价值达2646.75亿元，连续21年位居中国啤酒行业首位。在“向新”方面，青岛啤酒积极迎合年轻人市场，通过体育营销、音乐营销和体验营销三大主线提升品牌影响力。公司携手重大国际赛事、青岛马拉松及音乐节等活动，增强品牌互动性和吸引力。在“向质”方面，青岛啤酒强化生产基石，扩建高端特色啤酒生产基地。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159599)：https://jiuyejia.com/news/159599

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

25. 纪念中美“乒乓外交”53周年，洋河梦之蓝再次牵手全美乒乓球公开赛

关键词：乒乓外交,中美友谊,体育交流,绵柔美酒,文化交流

概要：2024年12月16-21日，洋河梦之蓝赞助了在拉斯维加斯举行的全美乒乓球公开赛，吸引了超过1500名中美选手参与，比赛不仅展示了体育精神，更彰显了“友谊第一，比赛第二”的理念。12月22日晚，在洛杉矶举办的纪念中美“乒乓外交”53周年及中美建交45周年论坛暨晚宴上，洋河梦之蓝M6+被选为指定用酒，中国驻洛杉矶总领事郭少春、美国联邦众议员赵美心等600多位中美各界人士出席。奥运冠军马龙和刘诗雯也到场与美国国家队进行友谊赛，进一步加深了两国人民的友谊。洋河梦之蓝以绵柔口感赢得嘉宾赞誉，多次参与中美乒乓外交纪念活动，成为连接两国文化交流的重要桥梁。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JK6L6LMG0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JK6L6LMG0519SQQ7.html?spss=dy_author

26. 携手总台央视频上新《千古名篇》，舍得酒开启春节营销、文化、市场三重奏

关键词：春节营销,舍得文化,诗词名家,文化传承,节目播出

概要：舍得酒携手央视总台央视频推出《千古名篇》第二季，聚焦七位顶流诗词名家，通过数字化处理和演员演绎打破时空限制，打造沉浸式文化体验。节目于12月20日正式上线，康辉与“苏轼”（李光复饰）围炉对谈，展现舍得智慧，强化品牌形象，并将白酒融入诗词语境，成为文化使者。与此同时，舍得酒启动春节营销活动，主题为“过年要舍得，把福都满上”，覆盖机场、高铁站等交通枢纽及50多个城市的地标大屏，营造节日氛围。舍得酒还与上海豫园灯会合作，拉近与消费者的距离，并推出两款乙巳蛇年生肖酒，满足春节用酒需求。在渠道和市场方面，舍得酒通过300场新春答谢会、老酒私宴等活动深化BC端联动，推出扫码赢金条、集福卡兑换礼品等活动。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159559)：https://jiuyejia.com/news/159559

03

投资运营

Investment Operation

投资运营:

27. 向上生长，向下扎根！金沙古酒新五年战略出台，开启品牌新征程

关键词：市场一线,高性价比,品牌建设,区域聚焦,客户服务

概要：金沙古酒2024年全国经销商大会在郑州召开，主题为“新五年，新征程，新辉煌”。董事长李瑞杰宣布任命赵海成和吴鹏分别为营销总经理和副总经理，强化市场一线管理。公司推出“13462战略”，涵盖一个核心目标、三大品牌矩阵、四大核心单品、六大核心优势和两大终极使命，旨在实现稳健增长。新战略重点优化产品线、加强品牌建设和实施“4+4+N”市场拓展策略，提升品牌影响力和市场份额。会上发布四款新品：“斗沙古酒1929”、“老慎初”及两款“百年慎初献礼版”，定位“大众名酒”，提升品牌势能。多位行业专家对金沙古酒的发展前景表示支持。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JJNC8S2R0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JJNC8S2R0519SQQ7.html?spss=dy_author

28. 王朝酒业与国威成立合资公司，在全国范围内买卖酱酒

关键词：酒业合作,酱香型白酒,合资公司,注册资本,收购权益

概要：王朝酒业于12月20日发布公告，宣布旗下全资附属公司王朝酿酒与国威公司签订合资合作协议，计划在仁怀市成立一家合资公司，专注于全国范围内的酱香型白酒产品买卖。合资公司注册资本为1000万元人民币，其中王朝酿酒出资51%，国威公司出资49%。根据协议，在合资公司成立后的9个月内，王朝酿酒需促使第三方收购国威公司持有的39%权益；若未能成功，王朝酿酒将自行收购这部分权益（认沽期权）。通过此次合作，王朝酒业旨在结合双方的专业优势，推动其新酒精饮料业务的发展，实现收入来源多元化，扩大业务规模，并提升王朝品牌的市场影响力。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=10718)：http://baijw.com/list.asp?id=10718

29. 酒小二开启“新十年”，将加速全国化布局

关键词：即时零售,品牌成长,用户服务,高端化转型,全国布局

概要：酒小二在12月14日于广西举办的10周年庆典上，回顾了其十年来的成长历程与成就。酒小二集团董事长黎永新分享了品牌的初心与梦想，强调了“一人、一事，一信念”的核心价值观。庆典上，中国酒类流通协会会长秦书尧、华润啤酒董事会主席侯孝海等多位行业领袖对酒小二给予了高度评价，并表达了对未来合作的期待。酒小二在过去十年中实现了显著增长，目前拥有超过2000个前置仓和10000名配送员，日均订单量显著提升。未来，酒小二计划向高端化转型，加强全国市场布局，优化供应链体系，以技术创新和优质服务引领下一个十年的发展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159520)：https://jiuyejia.com/news/159520

30. “落子”保定，贵州杜康全国化进程再提速

关键词：酱酒,华北市场,品牌推广,文化馆,运营中心

概要：12月16日，“酒祖杜康，冀酱启航”——保定运营中心启动暨酒祖杜康酱酒文化馆开业典礼在保定举行，标志着贵州杜康在华北市场的战略布局迈出重要一步。此举旨在利用保定作为华北市场的重要节点，推广杜康酱酒品牌，构建和完善销售网络。贵州杜康拥有“四万优势”，已在多个省份初步完成市场布局。此次布局华北，通过保定运营中心和酱酒文化馆两大载体，贵州杜康不仅展示了其深厚的品牌文化和优质产品，还计划整合资源，挖掘市场需求，逐步辐射整个河北省乃至华北地区。活动吸引了各界精英与战略合作伙伴，助力贵州杜康在华北市场的开拓，实现品牌在全国市场战略目标的达成。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JJKLEBB90519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JJKLEBB90519SQQ7.html?spss=dy_author

05

营销活动

Marketing Campaign

营销案例盘点：

31. 华致酒行刷新“历史之最”，以145座奖杯为酒类连锁树立新标杆

关键词：门店表彰,3.0门店升级,酒类连锁,加盟商赋能,行业创新

概要：华致酒行近日启动了2024年度门店表彰，评选出包括“杰出贡献奖”、“销售贡献奖”等在内的5大奖项，共145家标杆门店获奖，为历年规模最大。此次表彰旨在综合表彰在经营增收、门店运营和品牌建设等方面表现突出的加盟商。作为中国酒类连锁的龙头，华致酒行深耕行业近二十年，通过3.0门店升级战略，开创了“名酒+高档餐饮+文娱生态”的新模式，构建多元复合型门店，提升了客户体验与销售额。面对渠道端压力，华致酒行启动“护价行动”，提出稳价格、促动销等方针，并通过创新营销模式和优化管理，持续为加盟商赋能，增强了加盟商信心，为酒类流通行业注入新活力。未来，随着酒类连锁化率的提升，华致酒行将继续引领行业发展，助力酒业发展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159608)：https://jiuyejia.com/news/159608

32. 历时半年跨越 30 城，君品习酒“卖”出理想生活方式！

关键词：高尔夫,业余比赛,健康生活,社交平台,白酒文化

概要：2024君品习酒中国高尔夫球精英会员公开赛历时6个月，跨越30座城市，吸引了超过5000名高球爱好者参与，最终在三亚鹿回头球会圆满落幕。该赛事由中国高尔夫球协会主办、贵州习酒冠名支持，是目前中高协在群众体育赛事层面打造的最大规模国家级高尔夫赛事。比赛严格遵循国际标准，分为区域赛、年度半决赛和全国总决赛三个阶段，旨在提升高尔夫运动的群众性，并确保赛事的纯粹性和专业性。男子组全国总冠军由李梦龙获得，女子组冠军则由董彩红摘得。通过此次赛事，君品习酒不仅推广了高尔夫运动，还传递了其品牌理念“与君同行，品见东方”，倡导健康品味的生活方式。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JK6L6PV10519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JK6L6PV10519SQQ7.html?spss=dy_author

33. 播放量2亿！国台的创意视频为什么能火出圈？

关键词：智能酿造,创意视频,撒贝宁探厂,数智化转型,酱香白酒

概要：近日，国台与央视主持人撒贝宁合作推出了一段探访智能酿造酒厂的创意视频，迅速走红并获得广泛关注。视频通过新颖的形式和生动的内容，展示了国台智能酿造的全过程，让消费者深入了解其相较于传统工艺的优势。在视频中，撒贝宁带领观众走进茅台镇的国台智能酿造车间，展示了从原料处理、发酵到包装的全流程智能化操作。国台利用自主研发的热源探测识别系统、大数据采集及云计算等技术手段，实现了精准复刻传统工艺，并确保每一瓶酒的品质稳定。此外，国台还发布了酱香型白酒智能酿造标准体系，引领行业数智化转型。截至目前，该视频播放量已达2亿，收获超百万点赞，成功“破圈”，进一步巩固了国台的品牌形象。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159603)：https://jiuyejia.com/news/159603

34. 牛栏山，与烟火气共成长

关键词：烟火气餐厅榜,成都收官,餐饮商家引流,美食美酒文旅,品牌价值提升

概要：“金标牛烟火气餐厅榜”第二季圆满结束，活动覆盖9座城市、4500家餐厅，全网曝光量达18亿。此次活动历经五大升级，结合美食与美酒，为餐饮商家带来显著引流和品牌曝光。成都作为收官站，凭借其浓厚的市井文化和美食底蕴，成为活动的理想终点。活动现场通过茶铺造景和蜀派风貌展示等元素，营造出浓郁的烟火气息，吸引了众多嘉宾参与。榜单评选基于高德大数据，根据消费者的真实体验和评价选出入围餐厅，推动了餐饮行业的数字化转型。牛栏山借助《抖包袱大会》等节目宣传，邀请德云社演员及明星艺人参与，提升了活动影响力。整个系列活动不仅促进了餐饮业的发展，也为城市文旅产业注入新活力。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159606)：https://jiuyejia.com/news/159606

来源：艾瑞数智根据网页公开信息整理绘制。

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。