

# 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:

分化、洗牌、重塑！真正的调整，发生在6张图里；  
价格带重塑，次高端酒企向800+、100-300 “狂奔”？  
多家零售巨头入局，“9.9元爆品”要重塑白酒利益分配机制？

#### 行业环境:

##### 1. 分化、洗牌、重塑！真正的调整，发生在6张图里

关键词：白酒行业,营收增长,品牌建设,产品结构,高端白酒

概要：2024至2025年一季度，白酒行业进入深度调整期，企业业绩分化明显。头部酒企如茅台、五粮液等凭借品牌优势实现稳健增长，而部分中小酒企因消费疲软和竞争加剧出现营收下滑或亏损。行业资源加速向头部集中，品牌建设和产品结构优化成关键。高端白酒维持溢价，区域酒企盈利承压，行业从“普涨”转向“存量竞争”。2025年一季度近半数白酒上市公司业绩下降，但头部酒企仍保持较强抗风险能力。专家建议酒企强化品牌、优化渠道以应对挑战。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JUG62IKU0519SQQ7.html?spss=dy_author)

##### 2. 走，到县级市场去“打粮”

关键词：县级市场,消费潜力,酒类需求,县域经济,品质革命

概要：县级市场因庞大消费群体和多元消费场景，正成为酒业战略新蓝海。数据显示，农村居民消费支出增速高于城镇，部分经济强劲的县级市消费能力直逼二线城市。县域青年追求品质与性价比，推动“品质革命”。酒企通过品牌下沉、地缘文化营销及渠道创新争夺市场份额，需精准定位人群、优化产品与渠道组合并长期布局。县级市场以其规模、潜力和增长速度，成为酒业重要引擎。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JTK3V57T0519SQQ7.html?spss=dy_author)

01

行业趋势  
Industry Trends

行业环境：

3. 价格带重塑，次高端酒企向800+、100-300 “狂奔”？

关键词：次高端价格带,白酒市场调整,高端产品布局,大众价格带,酒业战略调整  
概要：白酒市场次高端价格带（400-800元）面临调整压力，动销减弱、库存增加、批发价下跌，宴席市场向100-300元或800元以上两端迁移。水井坊、舍得酒业等企业通过布局高端（超千元）与大众价格带实现“哑铃型”战略转型，强化品牌溢价与性价比优势。专家认为，消费分级趋势下，高端与低端市场扩容显著，次高端受挤压明显，但仍是名酒核心战略。头部酒企以“品牌势能+销量托底”稳住基本盘，区域品牌聚焦根据地市场应对竞争，行业步入适应性进化阶段。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160265>

4. 多家零售巨头入局，“9.9元爆品”要重塑白酒利益分配机制？

关键词：白酒定制,新零售渠道,自有品牌,中低端市场,零供关系  
概要：新零售商超定制白酒成为行业新趋势，通过与酒企合作推出自有品牌，在中低端市场取得显著成绩。例如胖东来“自由爱”年销4亿、盒马“清香壹号”半年销售2000万。9.9元低价白酒也受热捧。此模式压缩流通环节降低成本，提升毛利，打破传统代理模式，推动渠道扁平化。未来，传统经销商需增强C端能力，酒企应调整定价策略满足高性价比需求。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160299>

5. 白酒周期巨变：汾酒跻身行业前三，一季度半数酒企业绩倒退

关键词：白酒行业,业绩增长,探底阶段,消费端疲软,年轻化路径  
概要：白酒行业2024年和2025年一季度业绩增长放缓，近半数酒企业绩下滑，部分降幅超20%-30%。山西汾酒营收突破360亿跻身行业前三，古井贡酒、今世缘表现稳健，迎驾贡酒等新晋前十，牛栏山等位次下降。行业处于探底阶段，受消费疲软和宏观环境影响，短期内市场将持续低迷。专家建议企业通过年轻化和挖掘传统消费需求重塑格局。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=11670>

6. 17家白酒公司2024年营收、净利润总额均增长 “去库存” 仍是关键

关键词：白酒行业,营收增长,净利润提升,库存压力,渠道活力  
概要：2024年，A股17家白酒上市公司营收和净利润分别增长6.61%和6.65%，头部企业贵州茅台、五粮液占比超六成。行业虽产量下降但仍保持韧性，进入存量竞争阶段，结构性分化显著，“质效优先”与“多维创新”成关键驱动力。高库存和价格倒挂仍是挑战，但出口额同比增长20.4%彰显国际竞争力提升。未来，白酒市场或缓慢复苏，国际化将成为新增长点。

原文链接：<http://baijw.com/list.asp?id=11676>

01

行业趋势  
Industry Trends

行业环境：

7. 市场寒潮下，谁在打破葡萄酒消费壁垒？

关键词：东方美学,葡萄酒文化,寻美之旅,品质革命,场景创新  
概要：茅台葡萄酒“寻美东方（海岸线）”广州站启幕，以珠江游轮、品鉴盛宴和音乐之夜为特色，串联葡萄酒文化与现代生活需求。活动从广州出发，融合城市地标与海上丝路历史，展现酒文化的深厚底蕴。新一季还将拓展至多个沿海城市，通过场景创新和品质坚守，增强消费者粘性，推动东方葡萄酒多元化消费，满足美好生活向往。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160318>

8. 即时零售大混战，是加入是逃离？

关键词：即时零售,酒类销售,消费习惯,渠道变革,电商模式  
概要：酒类即时零售市场随消费习惯变化迅速崛起，预计2027年规模将超1000亿元。抖音、美团、京东等平台布局即时零售，通过技术与渠道满足即需即达需求。头部酒企如茅台、泸州老窖积极融合“直播+即时零售”，垂直平台酒小二成标杆。即时零售为传统门店带来增量业务，成为行业新机遇，2025中酒展将聚焦渠道变革与合作机会。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160305>

9. 清香“第二”，花落谁家？

关键词：清香白酒,汾酒,第二阵营,品类复兴,全国化  
概要：2024年中国清香白酒产能达170万千升，销售收入1000亿元，利润350亿元，增长势头强劲。然而，“清香热”或“汾酒热”争议不断，第二梯队品牌规模效应不足。黄鹤楼、宝丰等企业表现突出，但清香白酒面临价格天花板、同质化竞争和品牌推广难题。未来需构建“头部引领+腰部支撑”生态，推动高端化、全国化与国际化发展。

原文链接：[https://www.163.com/dy/article/JTUIQJM50519SQQ7.html?spss=dy\\_author](https://www.163.com/dy/article/JTUIQJM50519SQQ7.html?spss=dy_author)

10. 白酒新商务，正成为团购商的“救命稻草”

关键词：商务用酒,白酒消费,商务团购,价格倒挂,消费降级  
概要：近年来，商务用酒合理性受质疑，商务消费频次减少致白酒量价齐跌，酒商业绩下滑。传统商务团购优势减弱，酒企如茅台、国台等瞄准新兴产业从业者，挖掘“新商务”人群，强化圈层培育与场景渗透。经销商转向生活场景服务模式，提升复购率。未来，圈层社交消费将成为主流，酒企需转型适应理性消费与情绪价值需求。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160288>

02

头部品牌动态  
Top Brand News

头部品牌动态：

11. 2024年营收360.11亿、重塑行业前三格局，汾酒踏上复兴第二阶段

关键词：白酒行业,业绩增长,市场布局,年轻化营销,国际化发展  
概要：汾酒2024年年报显示，营收360.11亿元，同比增长12.79%，净利润122.43亿元，增长17.29%。中高价酒销售增长14.35%，省外市场表现突出，经销商净增613家。年轻化营销成效显著，国际化形象提升。汾酒跻身白酒行业前三，形成“茅五汾”格局，计划推进全国化2.0、年轻化1.0和国际化1.0三大方向，目标高质量发展稳固第一方阵。2025年一季度开局良好，为持续增长奠定基础。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160345>

12. 从世博到世界，五粮液用“和美”点亮国际化通途

关键词：和美文化,世博会,文化交流,国际化,品牌展示  
概要：2025年大阪世博会以“构想焕发生机的未来社会”为主题，吸引了158个国家和地区参展。五粮液作为“五粮液—2025年大阪世博会中国馆高级合作伙伴”，通过品牌展示、文化体验和经贸交流等活动，深度参与世博会，推动中国文化与世界文化的交融。在世博会期间，五粮液特别设计了融合非遗技艺与中国元素的纪念礼盒，并通过美食、美酒、艺术等形式创新表达“和美”文化价值。此外，五粮液还在东京开设海外授权体验餐厅，推出快闪体验店及跨界产品，吸引年轻消费者关注白酒文化。自1915年起，五粮液多次参与国际博览会，如今通过“和美全球行”活动，进一步深化国际化布局，展现民族品牌的全球使命与担当。

原文链接：[https://www.163.com/dy/article/JUIG30CO0519SQQ7.html?spss=dy\\_author](https://www.163.com/dy/article/JUIG30CO0519SQQ7.html?spss=dy_author)

13. 杨洋有了“新身份”

关键词：樱花味白啤,金奖品质,生活美学,精樱生活家,啤酒文化  
概要：青岛啤酒发布「醉樱浮白樱花味白啤」，以金奖白啤为基酒，融入天然樱花风味与国风设计，带来多重感官体验。品牌代言人杨洋担任“金奖品质推广大使”。产品通过工艺创新实现柔和口感与丰富香气，包装融合消费者共创理念。青岛啤酒白啤聚焦生活美学，打造全场景沉浸式体验，巡回开展白啤生活家营地活动，深化品牌理念，探索城市文化与生活美学的共鸣。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160312>

14. 上市两周年，李渡以“双遗址、双定位”破局新周期

关键词：文化赋能,精神共鸣,品牌哲学,文化溯源,红色长征  
概要：2025年中国白酒行业面临变革，消费分级明显，企业需应对价格内卷与需求分化。李渡酒业通过“双城共振”战略，融合儒家文化和长征精神，推出文化赋能产品如“李渡高粱1965”。借助“唐元双遗址+人生双定位”战略，强化品牌文化价值，实现差异化竞争。李渡以文化为核心构建价值生态，为白酒行业提供可持续发展新路径。

原文链接：[https://www.163.com/dy/article/JUBH67DM0519SQQ7.html?spss=dy\\_author](https://www.163.com/dy/article/JUBH67DM0519SQQ7.html?spss=dy_author)



02

头部品牌动态  
Top Brand News

头部品牌动态：

15. 突破50亿，水井坊持续双增长，彰显长期发展韧性

关键词：白酒行业,财务数据,消费场景,品牌定位,动销策略  
概要：水井坊2024年营收52.17亿元，同比增长5.32%，净利润13.41亿元，增长5.69%；2025年一季度营收9.59亿元，净利1.9亿元，保持稳定增长。公司聚焦消费者，强化品牌与渠道建设，动销双位数增长，新零售业务高增，推出高端品牌“第一坊”，海外业务增长45%。同时发布ESG报告，承诺减碳6万吨，推动绿色转型，展现长期发展韧性。

原文链接：[https://www.163.com/dy/article/JUL3AP8C0519SQQ7.html?spss=dy\\_author](https://www.163.com/dy/article/JUL3AP8C0519SQQ7.html?spss=dy_author)

16. 联手央视重磅上新，五粮液浓香酒为白酒场景困局撕开一道口子

关键词：白酒行业,场景化营销,文化传承,消费升级,产品矩阵  
概要：五粮液浓香酒公司发布八款新品，探索“品牌传播+销售转化”一体化营销新模式，覆盖多元消费场景。通过与央视合作《礼仪中国》，将品牌融入传统礼仪文化，提升品牌声量和文化底蕴。新品采用线上线下融合模式发售，推动高效转化。此举为白酒行业提供品牌升级、文化传承与营销创新的融合发展新路径，树立消费迭代浪潮中的标杆。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160339>

17. 广誉汾获天使轮投资，估值达2亿，加速迈向中国保健酒第一阵营

关键词：保健酒,天使轮,市场布局,品牌建设,健康养生  
概要：山西广誉汾酒业获天使轮融资，品牌估值2亿元。资金将用于产品研发、品牌建设与市场拓展。广誉汾源于清朝中期，以中医养生配方和匠心工艺为核心竞争力，产品融合滋补与口感优势。品牌计划深耕山西，布局全国，并针对年轻群体开发新品。中国保健酒市场前景广阔，预计2030年达900亿，此次融资助力广誉汾提升影响力并推动行业发展。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160293>

18. 茅台直销体系扩大消费者触达有成效：茅台酒多款产品淡季持续旺销 1000ml装茅台备受追捧

关键词：茅台酒,1000ml装,供不应求,消费者,销售量  
概要：1000ml装飞天茅台近期热销，多地库存紧张，部分门店限购，多地销量显著增长。500ml装及“小茅”礼盒等产品同样供不应求，“i茅台”中签率低。茅台通过线上线下联动，优化服务和申购政策，拓展消费场景，推动从“卖酒”向“卖生活方式”转型，深耕消费端以满足多样化需求，助力稳定发展。

原文链接：<https://jiuyejia.com/news/160283>

02

头部品牌动态  
Top Brand News

头部品牌动态：

19. 2024营收净利再创新高，燕京啤酒“高端+营销”双轮驱动实现变革增长

关键词：高端化,营销创新,业绩增长,品牌年轻化,中高端产品  
概要：燕京啤酒2024年营收146.67亿元，同比增长3.2%，归母净利润10.56亿元，同比提升63.74%。高端化战略成效显著，中高端产品占比近七成，核心产品燕京U8销量达69.6万千升。董事长耿超推动“二次创业，复兴燕京”，加速品牌年轻化与高端化升级。通过优化产品线、体育营销及粉丝营销，深化年轻消费者连接，巩固市场地位，未来将聚焦创新改革，引领行业高质量发展。

原文链接：[https://www.163.com/dy/article/JTPEPTMG0519SQQ7.html?spss=dy\\_author](https://www.163.com/dy/article/JTPEPTMG0519SQQ7.html?spss=dy_author)

20. “五冠王”刘诗雯现身，泸州老窖“乒”出荣耀

关键词：乒乓球,世界杯,国球,浓香,白酒  
概要：2025年国际乒联世界杯期间，泸州老窖作为合作伙伴在澳门举办“长精神·常饮胜”乒乓球系列活动。活动包括快闪店、奥运冠军刘诗雯互动及城市挑战赛启动，推动乒乓球与白酒文化融合。国际乒联主席肯定其贡献，泸州老窖承诺深耕体育领域，弘扬民族精神，庆祝浓香出海110周年。

原文链接：[https://www.163.com/dy/article/JTPEPPO20519SQQ7.html?spss=dy\\_author](https://www.163.com/dy/article/JTPEPPO20519SQQ7.html?spss=dy_author)

# 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。