

# 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:

业绩降速、分化加速, 6张图直击酒业生存战;  
冰镇混饮、降度脱醇, 白酒风味表达将摆脱单一酒度禁锢;  
接过“历史经典产业”名片, 酒业走向何方?

#### 行业环境:

##### 1. 业绩降速、分化加速, 6张图直击酒业生存战

关键词: 白酒行业, 业绩降速, 分化加剧, 竞争压力, 存量博弈

概要: 2025年三季度白酒行业业绩下滑, 19家上市公司总营收同比下降7%, 仅茅台和汾酒保持双增长。行业利润集中度高, 多数企业净利润下滑幅度大于营收。当前行业进入缩量竞争阶段, 价格战和渠道战加剧成本压力, 中小酒企生存压力增大。未来, 主动变革和深耕价值的企业将更具竞争力, 行业转向理性发展, 聚焦长期价值。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KD9V56LF0519SQQ7.html?spss=dy_author): [https://www.163.com/dy/article/KD9V56LF0519SQQ7.html?spss=dy\\_author](https://www.163.com/dy/article/KD9V56LF0519SQQ7.html?spss=dy_author)

##### 2. 酒博会热议冰镇混饮、降度脱醇, 白酒风味表达将摆脱单一酒度禁锢

关键词: 白酒混饮, 降度需求, 年轻化潮饮, 跨界合作, 低度新品

概要: 当前, 年轻消费者通过混饮方式(如白酒加可乐、黄酒加咖啡)手工降度, 推动酒饮行业年轻化潮流。酒企纷纷响应, 古越龙山与华润啤酒合作推出“黄酒+啤酒”跨界产品, 嘉士伯推出低糖气泡果酒, 劲酒因调饮方式吸引年轻用户增长20%以上。五粮液等品牌通过调配低度白酒鸡尾酒提升适饮性。行业争议低度酒定义, 中国酒业协会指出白酒应取消高度低度划分, 以风味最大化为标准。脱醇技术已在葡萄酒中应用, 如中信尼雅的脱醇葡萄酒和葡萄富集酒。未来, 酒企需兼顾适饮性与风味创新, 以扩大用户群体。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=12811): <http://baijw.com/list.asp?id=12811>

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境：

## 3. 万字长文解构区域酒企发展路径：如何从“地头蛇”到“强龙”？

关键词：白酒行业,区域酒企,深度调整,战略机遇,根据地市场

概要：白酒行业正经历深度调整，区域酒企面临库存高压、价格倒挂和消费分化的严峻挑战。全国性名酒凭借品牌和资本优势挤压区域酒企的市场空间，导致后者陷入“增量不增利”的困境。区域酒企需在战略上做出明确选择：成为省级龙头、深耕核心市场或寻求退出。关键路径包括品牌高端化、产品结构优化和渠道深耕。同时，企业需锻造三大核心能力：牢不可破的根据地市场、可复制的成功模式和标杆产品。行业洗牌中，战略清晰和内在韧性是区域酒企生存和发展的关键。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161389)：https://jiuyejia.com/news/161389

## 4. 接过“历史经典产业”名片，酒业走向何方？

关键词：政策支持,历史经典产业,文化传承,高质量发展,产业升级

概要：工信部发布《关于推动历史经典产业高质量发展的指导意见（2026—2030年）（征求意见稿）》，首次将酿酒与丝绸、茶叶等产业并列纳入“历史经典产业”，推动酒业从限制性发展转向文化传承与高质量发展。文件提出到2028年培育50家以上百亿龙头企业、打造千亿级产业集群等目标，规划五大发展路径，强调文化、科技与生态融合，助力酒业转型升级，迈向全球价值链中高端。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KCNRL6LF0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KCNRL6LF0519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 5. 《以酒为媒襄盛举 文化交融塑未来——携手共筑全球酒业文化生态》智库报告发布

关键词：酒业文化,文化交流,产业发展,跨界融合,体验创新

概要：10月28日，中国经济信息社在“天地位育”2025赤水河论坛上发布报告，指出全球酒业正通过文化交流与数智革新构建开放生态。报告显示，跨界融合与体验创新成为酒文化传播主要路径，国际酒企通过品鉴会等活动促进交流，中国酒企加速“出海”，如茅台在德国设体验馆，五粮液联动海外签证中心。酒企还通过跨界合作（如古越龙山与华润啤酒联名）吸引年轻消费者。消费端，酒企精准对接多元需求，海外市场适配本地习惯，国内品牌借助社交媒体营销。数智化转型成为产业升级关键，茅台、洋河等企业应用AI技术提升效率与品质。报告强调，未来需坚守传统工艺，推进文化融合与创新，筑牢全球酒业高质量发展基石。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161407)：https://jiuyejia.com/news/161407

## 6. 李振江：“二元结构”下，省酒增长的4个方法论

关键词：白酒业,二元结构,区域龙头,灵活费投,品质性价比

概要：未来3-5年，白酒行业将呈现“全国名优+区域龙头”二元格局，二线品牌衰退。区域酒企需精准投入保持20%-30%毛利，通过灵活费投、产品创新（聚焦40-300元价格带）、组织升级和厂商一体四大策略破局。核心在于厂商信任与精准策略，避免行业调整期的弯路。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KD586LE10519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KD586LE10519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境:

## 7. 世界酱香白酒核心产区首份可持续发展报告发布

关键词：可持续发展,绿色转型,生态建设,循环经济,创新驱动

概要：10月28日，《世界酱香白酒核心产区（贵州·仁怀）可持续发展报告》在贵州仁怀发布，这是全球首部以白酒产区为核心的可持续发展报告。报告从环境、社会、治理三个维度，对标联合国2030年可持续发展目标，提出仁怀产区19个重要性议题，构建了可持续发展战略框架。报告披露了仁怀在生态保护、循环经济、产业创新、酒旅融合及政府治理等方面的成果，强调打造“仁怀范式”，推动中国白酒绿色高质量发展。未来，仁怀将巩固核心产区优势，探索ESG实践新路径，助力贵州建设全国重要白酒生产基地。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=12903)：http://baijw.com/list.asp?id=12903

## 8. 消费场景巨变，高端白酒该如何寻找和构建全新增长曲线？

关键词：高端白酒市场,商务社交,情感载体,社交货币,品牌溢价

概要：高端白酒市场的核心驱动力转向商务社交和大众消费，商务消费占比超60%。酒企提出“S端”战略，将企业客户视为超级终端，具备消费、传播和合作属性。S端特点包括规模化采购、高净值场景覆盖和品牌背书，功能涵盖品牌传播、销售增长和消费者培育。合作模式有产品定制、资源置换和战略投资，运营强调客户分层和数字化管理。S端战略从“渠道驱动”转向“客户价值驱动”，构建以企业客户为核心的新增长模式。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161383)：https://jiuyejia.com/news/161383

## 9. 押宝年轻化赛道，20多度白酒能否“破圈”？

关键词：低度白酒,消费趋势,年轻消费者,风味体验,酒精度数

概要：近期，五粮液、古井贡酒、舍得等品牌在糖酒会和武汉酒博会上推出20多度的低度白酒新品，如29度五粮液·一见倾心、26度古井贡酒·年份原浆轻度古20等，旨在吸引年轻消费者。低度酒主打微醺、舒适饮用体验，线上销售反馈显示，年轻人青睐其适口性和混饮潜力，但也存在口感寡淡、性价比不高的争议。白酒行业正从“高度即品质”转向风味与体验优先，低度化趋势明显。技术突破解决了降度后的风味保留问题，新团体标准进一步规范25度以下产品。尽管低度酒市场潜力大（中低度酒占比近半），但主流仍以40度以上产品为主。行业专家指出，低度酒需打造标杆产品，并融合品牌文化才能真正“破圈”，而非单纯降低酒精度。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=12884)：http://baijw.com/list.asp?id=12884

## 02

头部品牌动态  
Top Brand News

## 头部品牌动态：

## 10. “汾瓷共生·青花焕潮” 汾酒城市快闪在景德镇举行

关键词：非遗跨界,饮品创新,潮玩体验,场景营造,品牌年轻化

概要：10月25日至26日，汾酒在景德镇陶溪川文创街区举办“汾瓷共生·青花焕潮”城市快闪活动，通过非遗手作、创意调饮和Live演出等形式，将汾酒文化与景德镇陶瓷艺术创新融合，推动品牌年轻化。活动分为四大板块：非遗跨界结合青花汾酒与陶瓷工艺，展现“1+1>2”的文化合力；饮品创新通过DIY特调区，让传统白酒以新形态融入现代生活；潮玩体验以互动问答和文化长廊，加深年轻群体对汾酒历史的认知；场景营造借助音乐社交和创意调饮，打造“微醺·轻社交”氛围。活动以文化为核心，通过多元体验与年轻人深度对话，彰显汾酒在传承中创新的品牌理念。未来，汾酒将继续探索传统文化与现代生活的融合路径。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KD7LVKV80519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KD7LVKV80519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 11. 舍得酒发布全新品牌大片，以个体微光点亮时代精神，重构白酒品牌叙事新表达

关键词：品牌精神,真实人物故事,情感共鸣,文化营销,长期主义

概要：舍得酒推出品牌精神大片《因为值得》，通过四大领域真实人物故事展现“这个时代，需要舍得”的精神，摒弃宏大叙事，聚焦平凡人物。影片作为双节营销核心，串联情感脉络，重塑“老酒标杆+时代精神”价值内核，推动行业向精神契合转型。结合递进式传播活动和文化营销策略，强化品牌文化符号，赋予品牌当代生命力，为白酒行业提供价值升维范本。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161361)：https://jiuyejia.com/news/161361

## 12. 燕京啤酒扣动“五战五胜”扳机，打造逆势增长与无界竞争新范式

关键词：业绩增长,利润增速,高端化布局,系统性变革,品牌势能

概要：燕京啤酒2025年第三季度报告显示业绩逆势增长，利润增速远超营收增速，实现净利润17.70亿元，同比增长37.45%。公司通过高端化战略（如燕京U8）和“啤酒+饮料”跨界布局（如倍斯特嘉槟汽水）推动增长，同时优化管理体系和供应链效率。品牌价值提升至2379.16亿元，展现了系统性变革的成效。董事长耿超强调将持续推进创新与高质量发展，为行业提供以“质效”与“跨界”为核心的新竞争范式。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KCDPBDCI0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KCDPBDCI0519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 13. 逆势显韧性：解码泸州老窖的“稳”与“进”

关键词：营收,净利润,白酒产业,经济环境,稳健发展

概要：泸州老窖2025年前三季度营收231.27亿元，归母净利润107.62亿元，第三季度单季营收66.74亿元，净利润30.99亿元。尽管行业受禁酒令和经济环境影响承压，泸州老窖在头部酒企中表现稳健，核心指标韧性较强，合同负债增长显示渠道信心稳定。毛利率87.2%、净利率46.6%保持高位，销售费用精准投放，实现“节流不减效”。主力产品价格体系稳定，全价格带布局展现战略价值。长期来看，泸州老窖通过“守正创新”策略，坚守品牌与品质核心，同时布局低度化、年轻化和数智化，巩固基本盘并开拓增量市场，展现出穿越周期的竞争力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KD9V4SG60519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KD9V4SG60519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 02

## 头部品牌动态

## Top Brand News

## 头部品牌动态：

## 14. 五粮液三季报发布：主动调整求变，积蓄发展动能

关键词：酒业调整,消费需求,营业收入,净利润,现金分红

概要：五粮液在行业深度调整期展现出强劲韧性，2025年前三季度实现营收609.45亿元，净利润215.11亿元，并拟派发超100亿元现金红利回报投资者。面对白酒行业库存积压、消费场景变化等挑战，五粮液主动调整策略，优化产品结构，推出29°五粮液·一见倾心等新品，满足年轻化需求，并深化体育营销与国际合作。渠道方面，通过数字化建设、终端直配模式及差异化市场策略，提升动销效率。品牌层面，持续深耕高端平台与跨界文化推广，增强国际影响力。业内人士认为，五粮液以创新变革培育新动能，有望引领行业高质量发展。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KD7LSKJI0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KD7LSKJI0519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 15. 全兴和润，让成都产区开启“风味新纪元”

关键词：中国名酒,和润型白酒,酿酒历史,自然生态,酿造技艺

概要：全兴酒业作为中国老八大名酒之一，扎根成都650余年，近日获得“中国和润型白酒开创者”认证，标志着成都产区白酒风格的标准化确立。全兴酒业凭借“浓而不艳、雅而不淡”的风格，结合成都独特的气候和传统酿造工艺，开创了“清雅、和顺、圆润、悠长”的和润型白酒。其酿酒基地位于蒲江，得益于温和湿润的气候和优质水源，酒体更具优雅飘逸的特点。全兴通过多年研究，联合权威机构制定《和润香型白酒团体标准》，推动行业创新。2025年推出的全兴和润系列，融合成都地域元素和文化美学，成为和润型白酒的标杆。全兴以“和润”为核心，不仅实现差异化发展，也为产区个性化风格树立典范。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KCTEPP180519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KCTEPP180519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 16. 解码洋河超级粉丝节，一场创新无界的梦想盛宴

关键词：酒业竞争,消费群体迭代,体验价值,文化表达,青春对话

概要：洋河超级粉丝节以“梦想奇妙夜”为主题，通过线上线下联动，打造沉浸式文化体验与趣味互动，吸引年轻消费者。活动覆盖郑州、长沙、深圳、南京四城，结合非遗酿酒技艺与年轻化玩法，如沉浸式戏剧、音乐节等，强化品牌与用户的情感共鸣。洋河以核心产品为载体，适配不同城市消费偏好，拓展白酒消费场景，累计吸引超35万人次参与，并通过私域运营新增数万粉丝，实现品牌破圈与长效用户培育。活动彰显洋河创新精神，为白酒行业年轻化转型提供范例。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KD5873EG0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KD5873EG0519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 17. 习酒锚定“再创业”：一场逆周期的主动求变

关键词：再创业,高质量发展,生产质量,匠心,创新

概要：10月21日，贵州习酒在2026年度生产·质量大会上提出“再创业”战略，成为其高质量发展的核心动力。面对白酒行业深度调整，习酒强调以质量信仰、工匠精神、创新和改革魄力应对挑战。会议总结了2025年生产质量成果，并规划了“优质优产”特色道路，强化市场基础建设和营销改革。习酒通过构建生产质量系统格局，融合传统工艺与现代技术，打造稳定生产、严格质量、开放创新、高效管理、文化引领和人才支撑的六大体系，以主动求变姿态迎接行业变局，为“十五五”发展奠定基础。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161372)：https://jiuyejia.com/news/161372

## 02

## 头部品牌动态

## Top Brand News

## 头部品牌动态：

## 18. 首推蛇茅“日期自选”，茅台“以消费者为中心”的又一次深度实践

关键词：抢购,生产日期,纪念款,数字化技术,供应链管理

概要：北京的小李通过i茅台APP成功抢购到一箱生产日期与父亲生日重合的贵州茅台酒（乙巳蛇年），作为60岁寿礼。茅台自10月20日起推出“日期自选”服务，用户可自主选择整箱蛇茅的生产日期，打破了传统销售模式，赋予消费者更多选择权。这一创新服务依托供应链协同、数字化技术和精准需求匹配，提升了产品的情感价值和个性化体验。茅台借此从“商品导向”转向“消费者为中心”，构建功能、体验、情绪三维价值矩阵，推动高端酒服务升级。此举不仅强化了生肖酒的文化内涵，也为行业数字化创新提供了范本，展现了茅台以服务连接用户情感的深度实践。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KCB4TSVN0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KCB4TSVN0519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 19. 十年狂销60亿瓶背后，牛栏山陈酿的民酒王者之路

关键词：白酒行业,高端化,大众市场,销量领先,品牌壁垒

概要：牛栏山陈酿凭借“十年卖出60亿瓶”的销量震撼行业，获尚普咨询四项市场地位认证，凸显其大众市场的统治力。其成功源于三重壁垒：品牌深入人心、定义光瓶酒行业生态、规模成本优势。坚守“民酒”定位，牛栏山通过高性价比产品和覆盖250万家终端的渠道网络，稳固基本盘。近年推出金标陈酿等新品，切入高线光瓶市场，2024年营收增长3.19%，低档酒增长5.08%，金标陈酿在部分市场增速超50%。尽管挑战仍在，牛栏山凭借稳固基本盘和战略升级，重回百亿目标路径清晰。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161371)：https://jiuyejia.com/news/161371

## 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。