

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:

从年度十大事件，洞察啤酒产业2026四大趋势；
低度酒掀起风潮，“渠道保真”成关键；
告别“量时代”，拥抱“质纪元”，解码酿酒产业“十五五”的生存与进化。

行业环境:

1. 从年度十大事件，洞察啤酒产业2026四大趋势

关键词：马年春节,啤酒行业,逆势上扬,价值跃升,产量增长

概要：2026年马年春节前，中国啤酒行业逆势增长，预计2025年产量、收入、利润分别增长5%、4%、18%，转向价值深耕。十大事件包括金星啤酒IPO净利润暴涨、泰山啤酒破产、华润啤酒高层变动、蜜雪集团收购布局精酿等。未来趋势为非现饮渠道扩张、无醇啤酒增长、精酿竞争分化及本土品牌高端化深化。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161999)：https://jiuyejia.com/news/161999

2. 低度酒掀起风潮，“渠道保真”成关键

关键词：春节,酒水消费,低度酒,养生酒,生肖酒

概要：春节酒水消费呈现新趋势：消费者倾向“喝少一点、喝好一点”，头部品牌核心单品畅销，渠道保真成关键。年轻一代推动低度酒、养生酒热销，白酒品牌推出20多度产品，葡萄酒、啤酒推出无醇版本，自制调配酒饮成新风尚。生肖酒销售旺季，酒企融入传统文化元素，提升收藏价值。名酒价格下降，线上渠道受重视，品牌强化保真合作。低度酒销量大增，女性消费者占比提升，养生酒增长显著。酒企创新设计生肖酒，融合非遗工艺和文化符号，推动消费升级。行业转向理性消费，注重个性化体验和文化共鸣。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=13634)：http://baijw.com/list.asp?id=13634

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

3. 告别“量时代”，拥抱“质纪元”，解码酿酒产业“十五五”的生存与进化

关键词：高质量发展,科技创新,传统产业,转型升级,文化自信

概要：中国经济在复杂环境下展现韧性，新质生产力推动高质量发展。酿酒产业面临产量下滑与消费升级的双重挑战，《酿酒产业提质升级指导意见（2026—2030年）》提出以科技创新、文化赋能和绿色发展为核，推动产业转型。目标包括培育千亿级酒产区、打造现代化产业体系，通过原料保障、科技升级、绿色转型等七大领域21项任务实现系统重塑。文件强调产区集群化、文化体验化和国际竞争力，旨在构建数智化、绿色化的产业新生态，助力乡村振兴与文化遗产，满足多元化消费需求。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/162005)：https://jiuyejia.com/news/162005

4. 中国葡萄酒市场的静默革新：从年度大事件看2026八大趋势

关键词：葡萄酒行业,进口量下降,宁夏产区,国产酒庄酒,电商榜单

概要：2025年中国葡萄酒行业在调整中呈现结构性变革。进口葡萄酒总量下降26.85%，但均价上涨21.79%，低端餐酒被淘汰，精品酒和特色酒受青睐。宁夏产区占据国产酒庄酒近50%份额，西鸽酒庄登顶JS百大榜单。张裕推出白葡萄酒品牌“长尾猫”，迅速成为电商爆款；富邑集团1.3亿元收购宁夏酒庄，加码中国市场；ASC回归创始家族，开启新战略。此外，山姆会员店的平价葡萄酒畅销，白葡萄酒和气泡酒消费增长显著。行业趋势显示，2026年将聚焦白葡萄酒、平价精品和多元化消费场景，品牌运营和渠道整合成为关键。尽管市场承压，但结构性机会仍在，行业进入理性发展阶段。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/162001)：https://jiuyejia.com/news/162001

5. 从年度大事件，看到一个怎样的黄酒2026？

关键词：黄酒,破圈动作,提价,资本市场,跨界联名

概要：过去一年，黄酒产业突破地域限制，头部企业古越龙山、会稽山提价推动品质转型，股价大涨。科技巨头黄仁勋带动消费热潮，古越龙山销量激增。华润啤酒与古越龙山联名推出“越小啤”，创新跨界。行业收入增长，50-100元产品受欢迎，会稽山市值破120亿。古越龙山江浙沪外收入占比超40%，会稽山气泡黄酒年轻市场表现亮眼。湖北房县黄酒产值达45亿元。未来趋势包括价格带上移、高端化、年轻化、线上线下一体化及特色产区崛起，黄酒产业迈向全国化、品质化新阶段。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/162010)：https://jiuyejia.com/news/162010

6. 未来5年！7大重点任务，酿酒产业提质升级路线图

关键词：酿酒产业,提质升级,高质量发展,原料供给,科技创新

概要：工业和信息化部等三部门联合印发《酿酒产业提质升级指导意见（2026—2030年）》，提出未来五年酿酒产业高质量发展的总体要求和阶段性目标。到2028年，优化原料种植、生产酿造、流通消费融合，培育3个千亿级酒产区和10个百亿级特色园区；到2030年，提升数智化、绿色化、国际化水平，形成健康产业体系。意见明确了7大重点任务和21项举措，涵盖原料供给、科技创新、产业结构调整、发展方式转变、新业态拓展、品牌文化赋能及支撑体系完善。同时规划了四大专栏工程任务，强化组织实施，推动酿酒产业转型升级，助力乡村振兴和区域经济发展，为中国实体经济高质量发展贡献力量。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KLQI85B70519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KLQI85B70519SQQ7.html?spss=dy_author

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

7. 以“回家”为轴，古井贡酒以场景共情，筑就国民年酒新春形象

关键词：春运,团圆,回家,情感共鸣,年味

概要：古井贡酒在丙午马年春运期间，以“回家”为情感核心发起系统性营销战役。通过高铁品牌列车、车站广告、沉浸式美陈等多维度触达，将品牌与团圆情感深度绑定，强化“国民年酒”形象。线上推出新春短视频征集活动，激发用户共创内容，形成“官方引导+全民参与”的传播闭环，实现情感共鸣到品牌裂变。该营销突破传统促销模式，以情感价值为核心，精准切入“过年回家”场景，通过全场景氛围打造和消费者双向互动，树立了白酒行业节日营销新标杆，巩固了“中国人的年酒”品牌定位。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KLHN7D3H0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KLHN7D3H0519SQQ7.html?spss=dy_author

8. 茅台消费画像速写：90后、00后成最大增量，“专精特新”客群增加，女性用户扩容

关键词：茅台直营店,i茅台,年轻用户,消费扩容,市场化转型

概要：茅台通过i茅台平台以1499元/瓶的价格上线53度500ml飞天茅台，显著带动线下门店客流增长，吸引“90后”“00后”年轻用户、女性用户及“专精特新”行业从业者等新增消费群体。茅台借助线上精准触达与线下服务协同，打破传统消费圈层，推动消费扩容与结构转变。同时，茅台通过渠道、产品及价格体系的市场化转型，重构增长逻辑，引导茅台酒回归消费品定位，为高端白酒行业提供转型范例。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161979)：https://jiuyejia.com/news/161979

9. 茅台葡萄酒的2025：渠道变革、品牌深耕与信心重塑

关键词：葡萄酒市场,行业挑战,消费意愿,进口酒,本土品牌

概要：2025年中国葡萄酒市场面临行业承压、消费疲软和激烈竞争等挑战。茅台葡萄酒通过渠道、产品和品牌的系统性变革实现逆势增长。经销商反馈显示，其品牌认知度和销售额显著提升，如秦皇岛地区市占率超50%，部分经销商年销售额从10万增至近千万。茅台葡萄酒优化产品结构，精简为三大系列，并加大品牌投入，深化文化IP和新媒体传播。渠道方面，独立经销商比例提升，终端建设超2000家，动销率达55%。这些举措展现了茅台葡萄酒在行业低迷期的战略定力和务实突破，主动“创造春天”的决心。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161964)：https://jiuyejia.com/news/161964

10. 2025，董酒的价值丰年

关键词：消费代际更迭,场景需求变迁,市场竞争加剧,业绩理性出清,健康价值

概要：2025年中国白酒行业深度调整，竞争加剧。贵州董酒凭借“百草入曲”国密工艺和健康属性脱颖而出，科研背书强化健康价值，倡导“喝好酒，亦喝健康酒”。通过创新营销和新品布局（如“赫盈门”、升级版佰草香），覆盖多元市场。牵头制定董香型国标，获省长质量奖提名，品牌价值提升，构建“生态、工艺、健康、标准”立体网络，从特色品牌迈向健康主流。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161989)：https://jiuyejia.com/news/161989

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

11. 七十正青春，西凤开新局

关键词：调整期,机遇期,白酒产业,营销改革,高端市场

概要：2025年西凤酒通过营销改革、产品升级和市场拓展实现突破，设立“四司一部”架构，推出高端产品“红西凤·公元陆壹捌”，扩大终端网点与营销队伍。“十四五”期间，西凤在产品、市场、产能和文化四维度发力，全国化布局取得进展，产能提升至6万吨。2026年定位“改革势能转化年”，聚焦市场、品牌和管理优化，推动高质量发展，实现三大转变，为名酒复兴提供范例。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KLHN6TDI0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KLHN6TDI0519SQQ7.html?spss=dy_author

12. 马年生肖酒抢跑春节档，它凭何让消费者追了十年？

关键词：酒业,行业变革,战略抉择,市场博弈,产品迭代

概要：2026年中国酒行业正经历深刻变革，酒业家策划《直击2026》栏目，聚焦酒企战略调整与市场博弈。玛茜马年生肖纪念酒在行业寒流中逆势热销，成为春节消费热点。这款法国卡思黛乐旗舰酒款精选福杰尔产区风土，融合中国生肖文化，十年间从“尝鲜之选”升级为“春节标配”。玛茜凭借深耕中国市场二十年，累计销量超5000万瓶，通过渠道下沉、产品创新（如白葡萄酒营销）和品牌沉淀，在行业调整期展现韧性。其成功源于长期坚持的“慢功夫”，在存量市场中凸显品牌护城河。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/162006)：https://jiuyejia.com/news/162006

13. 透过历史周期看茅台，为什么说市场化转型是穿越周期的必由之路？

关键词：市场化变革,行业周期,营销体系,品牌价值,经销商

概要：茅台历经四次行业周期（1988、1998、2008、2012），每次危机都推动其市场化变革与品牌升级，成功关键在于稀缺性、需求稳定及创新能力。2022年启动全面市场化转型，从产品、渠道到价格机制深度调整，目标转向“需求驱动”，构建消费者为中心的生态体系，延续历史智慧以实现长期健康发展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161988)：https://jiuyejia.com/news/161988

14. 核心单品动销全线增长，五粮液元春热销！

关键词：终端动销,同比增长,宴席市场,年轻化战略,品牌号召力

概要：元旦春节以来，五粮液终端动销表现超预期，第八代五粮液同比增长，日均开瓶量翻倍，其他核心产品如五粮液39度、1618在宴席市场表现突出，渠道库存良性。年轻化战略新品“五粮液·一见倾心”销售额超2亿，联名国漫《凡人修仙传》引发热议，成功触达年轻消费者。资本市场对五粮液表现认可，认为其渠道信心恢复，市场需求旺盛。2026年五粮液以“营销守正创新”为核心，完善产品矩阵，攻坚细分市场，为全年增长奠定基础。东吴证券等机构看好其长期发展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161980)：https://jiuyejia.com/news/161980

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

15. 六重角色，一味浓情：泸州老窖的情感新叙事

关键词：白酒行业,新春营销,情感共鸣,品牌传播,差异化突围

概要：2026年马年新春，泸州老窖携手国际影星成龙推出情感短片《别让人酒等，更别让酒等》，以成龙分饰六角的创意形式，通过生活化场景和真挚情感传递品牌温度。影片围绕“等待与团圆”主题，将六款产品巧妙融入不同角色故事中，打破白酒传统营销模式，转向情感共鸣。此次合作延续了泸州老窖与成龙从“文化遗产”到“情感联结”的升级，以细节化叙事贴近消费者，展现白酒作为情感载体的价值。这一创新不仅实现了品牌差异化突围，也为行业提供了从品质营销转向情感营销的新思路，引领白酒行业在存量竞争时代探索情感价值新赛道。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KLBKRPMPO519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KLBKRPMPO519SQQ7.html?spss=dy_author

16. 山姆刺破年份酒泡沫

关键词：白酒,年份标签,陈列方式,价格透明,传统经销

概要：山姆会员商店近期调整白酒陈列方式，按年份明码标价，年份酒从传统不透明的经销体系转向公开零售。此举冲击了依赖信息差的传统经销商，压缩了炒作空间。山姆通过直供模式减少中间环节，使年份酒价格更透明。行业整体遇冷，高端白酒价格大幅回调，需求萎缩，商务宴请减少。尽管市场规模仍在增长，但品牌集中度高，茅台、五粮液主导，酱香型白酒更受欢迎。年份酒市场面临年份认证标准不统一的挑战，制约其规范发展。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=13625)：<http://baijw.com/list.asp?id=13625>

17. 一瓶生态好酒的十年马拉松

关键词：长期主义,生态酿造,三步陈酿,时间复利,品质深耕

概要：迎驾贡酒坚守长期主义，以“生态酿造”为核心，通过“三步陈酿”法（3年坛存、3年洞藏、4年罐储）打造高品质白酒。公司拥有50万吨储能和8万吨年产能，结合智能化与数字化技术，确保酒体醇化与风味稳定。洞藏系列凭借独特口感成为市场亮点，推动品牌从渠道驱动转向消费者驱动。迎驾贡酒以十年为周期，将时间价值转化为品质复利，在徽酒竞争中脱颖而出，并致力于拓展高端市场，强化生态白酒品牌形象。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161983)：<https://jiuyejia.com/news/161983>

18. 当酒鬼酒走进动漫江湖

关键词：鬼才精神,内容共创,营销新局,三维动画,Z世代

概要：酒鬼酒在2026年新春通过内容共创开辟营销新局，独家赞助国内首部三维动画数字微短剧《孝陵卫》。该剧以明代特工组织为原型，讲述侠义故事，酒鬼酒自然融入剧情，成为情感共鸣的载体。同时，酒鬼酒推出线上“新春限定95折”活动和联名礼盒，打通线上线下体验。品牌通过《孝陵卫》与Z世代深度对话，打破传统白酒叙事，以共情姿态链接年轻消费者。此外，酒鬼酒还参与年轻人关键人生时刻的营销活动，如“方言告白墙”和“爱情主题街区”，构建情感服务体系。通过跨界合作和文化事件，酒鬼酒将品牌融入多元场景，实现从流量触达到心智联结的战略转向，致力于长期品牌价值建设。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161998)：<https://jiuyejia.com/news/161998>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

19. 文化赋能+IP深耕：剑南春2026春节营销的差异化破局之道

关键词：白酒行业,消费升级,价值深耕,文化符号,情感价值

概要：剑南春在2026年春节营销中，以“家国同春·福马临门”为核心主题，通过文化赋能和情感共鸣，实现了从促销让利到价值深耕的跨越。品牌长期深耕“家国同春”IP，结合马年文化符号，赋予“福马临门”奋进与希望的新内涵。联动多平台打造文化盛宴，如抖音微综艺《家国同春·年味纪》、腾讯贺岁片等，并开展线上线下互动活动，如全民春联征集、德阳灯会冠名等，形成“文化+情感+转化”的闭环营销。剑南春的实践为白酒行业树立了文化营销标杆，强调长期主义与情感叙事的重要性，推动行业向高质量发展迈进。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/KLH6CQ2M0519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/KLH6CQ2M0519SQQ7.html?spss=dy_author

20. 打造茶酒融合新范式，“习酒+”重塑消费体验边界

关键词：茶酒共生,君品文化,基因科技,健康饮酒,茶艺表演

概要：2月8日，习酒在广州举办“习酒雅韵·茶酒共生”品鉴会，携手七彩云南茶业与华大基因，融合茶酒文化与科技，为消费者打造沉浸式体验。活动通过基因检测科学解读饮酒健康，茶艺表演展现茶酒历史交融，并搭配美食凸显产品特色。习酒以“君品文化”为核心，结合岭南人文精神，传递“美酒美生活”理念，创新消费场景，增强品牌与消费者的情感共鸣。这场跨界活动展示了习酒在传统与创新中的文化深度与市场拓展力。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161974)：https://jiuyejia.com/news/161974

21. “我们在哪里，春节就在哪里！”四海华人的年味总有一杯中华酒相伴

关键词：中华酒,全球华人,中国年,文化交融,年味

概要：中华酒联合凤凰网推出《全球华人共庆中国年》贺岁影片，展现2026年农历新年全球华人的庆祝场景。影片通过四位海外华人的故事，呈现春节文化在世界的传播与融合：巴黎中餐厅用中华酒推广新春菜单，马德里华人通过奋斗赢得春节尊重，温哥华舞狮队获官方支持，老挝华商促进中老合作。中华酒从品牌营销升华为文化IP，传递“骏马精神”，致敬海外华人的奋斗与贡献。四年间，IP从情感共鸣深化为精神致敬，成为中国文化自信的象征。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/161967)：https://jiuyejia.com/news/161967

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。