

《消费变革下,酒业发展向何处去?》系列二

白酒产量下滑,头部向好,中小企业过得咋样?

业界认为,白酒产量逐年下降,说明行业提前进入品质提升和优胜劣汰的发展阶段。随着名优白酒渠道的不断下沉,中小酒企的发展空间进一步被挤压。

本报记者 陈振翔 发自北京

9月18日,国家统计局发布规模以上工业企业产量统计数据显示,2023年1~8月,规模以上白酒企业白酒产量达261.8万千升,同比下滑13.2%。其中,8月份规模以上白酒企业白酒产量26.8万千升,同比下滑5.3%。

根据公开数据,自2016年以来,白酒产量已经出现六连降,而今年白酒产量再次下降的可能性极大。

业界认为,白酒产量逐年下降,说

明行业提前进入品质提升和优胜劣汰的发展阶段。目前,我国的白酒消费结构属于存量市场竞争,行业集中度不断提升,品牌化、品质化发展趋势愈加明显。从白酒上市公司半年报数据来看,多数企业营收实现了两位数增长,头部品牌优势更加明显。随着名优白酒渠道的不断下沉,中小酒企的发展空间进一步被挤压。

风速降低 众多中小品牌进入“调整期”

“酱酒热的风还在刮,只不过风速减少了不少。”在酱酒核心产区贵州仁怀茅台镇,白酒运营商夏先生明显能感受到酱酒热的风速在降低,随着酱酒产业深度调整,头部强势酱酒品牌逐渐掌握了营销市场和消费市场的主动权,贵州排名前十的企业营收占据90%以上,留给众多中小型酱酒企业的发展空间越来越小,如何进行自我调整,是摆在小微酱酒品牌面前的一道思考题。

在白酒经销商冯先生看来,随着消费的转变,酱酒进入深度调整期,酱酒名酒企业和强势品牌的优势更加明显,众多酱酒中小企业面临重新“分配”和深度洗牌,酱酒的红利正在被头部品牌所“瓜分”,众多非知名企业及品牌的市场在不断收缩。

《华夏酒报》记者通过采访河南、山东、四川、贵州、安徽、江苏等白酒生产大省白酒核心产区获悉,随着白酒集中化程度的提升和高品质发展,头部品牌的市场占有率逐年提高,名酒企业和强势白酒品牌不断加码县乡终端市场的同时,与消费者零距离互动,通过系列酒强化服务,让众多中小白酒企业和小微白酒品牌在夹缝中生存。

仁怀一家酱酒企业负责人李先生告诉《华夏酒报》记者,早在今年上半年,在加大市场营销的同时,企业重心向品质提升转移,要扑下身子酿出好酒,以产品撬动市场,没有好产品,再大

的风口也没用。

抓大放小在一定程度上是贵州酱酒发展的必经之路,扶持一批规模企业通过改扩建实现生态持续化发展的同时,也要清理一大批不符合生态发展的小酒企、小作坊,只有这样,才符合酱酒长期发展的需求。

数据显示,截至2022年底,仅仁怀就清理退出白酒生产企业(作坊)622家、窖池7804口;949家企业完成“四改一建设”;完成117家白酒生产企业(作坊)兼并重组。仁怀市2023年《政府工作报告》显示,2023年仁怀将新增清理退出白酒企业(作坊)100家以上,确保白酒生产企业总数控制在1000家以内。

产量决定销量,酱酒头部强势品牌的产量扩张进一步抢占了中小酱酒品牌的市场份额。在白酒生产大省四川,产量同样下降。9月16日,四川统计局发布了1~8月四川省国民经济主要指标数据。数据显示,1~8月,四川省规模以上白酒企业白酒产量98.9万千升,同比下降15.5%。

业内人士认为,白酒的马太效应已经凸显,一方面是产量的逐年减少,另一方面是头部强势白酒企业的不断扩产,在总消费量不变的情况下,一少一多,中小白酒品牌的生存压力更大。如何在深度调整中抓住机遇,对中小微企业来说很重要。



清香白酒,打好大品类“晋级赛”很重要

Wind数据显示,2023年第一季度,白酒类上市公司21家,总市值4.74万亿元,市值规模占酿酒行业的93%。规模以上白酒企业数量从2016年的1593家降至2022年的963家,证明行业集中度在不断提高,中小微企业弯道超车的机会越来越少。

在安徽、河南、江苏三省交界处的淮河流域,是著名的“酒窝”,这里聚集着大大小小白酒企业数百家,85%以上为浓香型企业,规模以上企业的数量不是太多,绝大部分为中小企业或小微品牌,在浓香白酒消费为主的年代,大大小小的企业经营状况形势一片大好,无论再小的企业,也有自己的生存空间,小日子过得很滋润。

近年来,随着白酒消费差异化的推进,酱香型白酒的消费群体在不断增长,特别是以酱酒军团为主导的贵州白酒对市场的占领,从一定程度上影响了本土白酒品牌的发展,与名酒企业和强势品牌的竞争中,小微白酒品牌的竞争压力越来越大。

茅台带动了酱酒的疯长,在清香名酒汾酒、宝丰、黄鹤楼的带动下,清香大品类也在向上发展,“汾酒速度”在一定程度上起到了助推器的作用。2019年,山西汾酒营收达到118亿元,增速超过25%;2020年,山西汾酒取得了139亿元的营收,增速超过

17%;2021年,山西汾酒营收达到199亿元,增速超过42%;2022年,山西汾酒营收262.14亿元,同比增长31.26%。

当酱香还在风口的时候,清香白酒的发展势头已经显现。汾酒的快速增长和全国化布局成功,特别是南方核心市场的占有率飞速提升的案例足以证明,清香白酒的风口已经来临,但是从汾酒热到品类热,也需要时间,经过汾酒两三年的带动,清香品类热如火如荼。

在中国杏花村国际酒业博览会上,吕梁市市长张广勇表示,白酒产业成为吕梁又一支柱产业,要用好链长制、打造专业镇,一镇带一方、一方促全盘,扎实推动白酒产业高质量发展,带动吕梁全面转型。

吕梁市提出,“十四五”末白酒产能达到60万吨,产值突破500亿元。今年以来,杏花村汾酒专业镇建设锚定“打造十里酒城,建设酒都吕梁”战略定位,立足“以酒为基、以旅为纲、酒旅融合、多元发展”总体方向,多措并举,实施龙头企业带动行动,汾酒集团技改升级开工建设。新组建的山西杏花村产区酒业集团正在打造白酒龙头企业,支持中小白酒企业扩大规模,形成“两核多点”白酒产业发展新格局。

8月20日,在由中国酒业协会主办、华夏酒报社协办的“清风徐来一

品天香”——“清香大时代”高质量发展大会上,中国酒业协会副秘书长刘振国表示,从实业到资本,从单品到全线,从品牌到品质,清香型白酒正展现出由复兴到爆发的强劲形象。

清香白酒持续升温不只是带动了山西白酒产区,更带动了河南、河北、北京、重庆、湖北、青海等清香白酒产区的大繁荣。除规模以上清香型白酒企业外,众多中小型清香白酒企业的发展也进入快车道。

《华夏酒报》记者采访河南、河北、湖北、青海等部分中小清香白酒企业时,多数企业负责人表示,订单数量翻了一倍,到企业考察的白酒运营商、经销商数量增长80%。

一清香白酒企业市场营销负责人高先生表示,随着秋季全国糖酒会的临近,深圳作为经济潜力丰厚的城市,在深圳的辐射下,清香白酒的热度可能会更高。

冯先生表示,第二季度的白酒消费乏力进一步加速了中小企业的转型,迷茫中的部分经销商极大可能会抓住清香的风口,开启营销“小黄金时代”。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

