

《新周期下,看酒业发展新风向》系列三

洋酒一路高歌,超越了消费周期?

洋酒虽对年轻一代消费者有着极大的吸引力,但目前市场份额不及白酒的3%,这既说明其仍有很大的发展空间,也说明了在份额较小的情况下,洋酒短期内仍然难有大的作为。

本报首席记者 杨孟涵 发自北京

传统酒种进入新发展周期

2023年秋季全国糖酒会召开在即,除了传统的白酒、葡萄酒等产品最受关注之外,连续几年以专门展馆形式现身糖酒会的洋酒,今年是否会有庞大的参展军团,是否有新的发展动作呢?

在白酒、葡萄酒等诸多品类的产能都出现下降,甚至市场规模也出现下降的情况下,洋酒销量却一路高涨,到底是什么促成了洋酒的一路高歌?洋酒是否能逆周期而行?

对于酒类消费市场而言,这是一个急剧分化的时代。

根据中国食品土畜商会酒类进出口商会发布的2023年上半年酒类进口数据:今年1-6月,累计进口量为4.4亿升,同比下降7.8%;累计进口额为21.3亿美元,同比增长8%。

也就是说,在进入新的消费周期后,进口酒的数量也出现了较大幅度的下滑,而基于单位金额的提升,进口额相应有所提高。

过去一度是进口酒主体的葡萄酒,也出现了大幅度的下滑。数据显示:今年上半年葡萄酒进口量为1.3亿升,进口额为5.9亿美元,量额分别下降29.8%和18.8%,在酒类进口总额中占比下滑至27.7%,属近年新低。

国内葡萄酒同样没有止住下滑趋势。

国家统计局的数据显示,今年1-7月,规模以上葡萄酒生产企业完成酿酒

总产量同比下降17.57%,销售收入同比下降9.28%,利润总额出现了大幅下降,亏损额也比上一年度有了大幅度的增长。

这样看来,无论是进口葡萄酒还是国产葡萄酒,其总体趋势都是下滑的。白酒方面,2022年度,全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量671.24万千升,同比下降5.58%。规模以上白酒企业累计完成销售收入6626.45亿元,同比增长9.64%;累计实现利润总额2201.72亿元,同比增长29.36%。

“白酒行业在产量上出现了小幅下降,营收上实现了小幅度增长,在利润上有较快增速。”有业内人士表示,白酒业虽然有喜有忧,但是实际上分化更为严重。譬如2022年度6626亿元的销售总额中,名酒企业占据大部分。

茅台2022年度的营收总额达到

1241亿元,同比增长16.87%;净利润为627.2亿元,同比增长19.55%。

按照比例来看,茅台一家酒企的营收占据了整个白酒行业营收的四分之一左右,其净利润占到了行业总量的四分之三以上。

“这说明白酒企业也进入到新的发展周期——已经不再是此前那种普遍性增长,而是分化严重,增长者和下降者都有。”业内人士认为,在年轻一代消费者逐渐崛起的情况下,洋酒品类能

“目前消费市场进入了新周期,国内消费者对于葡萄酒的兴趣度下滑,对白酒的态度出现了分化,而对洋酒品类的兴趣则有所提升。”有业内人士表示,相比较之下,葡萄酒消费整体下滑,白酒消费出现分化,而洋酒则出现了逆周期之势头。

洋酒品类增势不减,它能否穿越周期?

中国食品土畜商会酒类进出口商会发布的数据显示,今年上半年,烈酒出现了量额齐增态势,进口量为5868万升,同比增长10.5%;进口额为11.5亿美元,同比增长34%。

其中,烈酒中之威士忌和兰地为两大主力,也是增速较快的品种。

兰地进口量为1775万升,同比增长15.6%;进口额为6.5亿美元,同比增长31.4%,占烈酒进口总额的56.8%;威士忌进口量为1629万升,同比增长7.9%;进口额为2.8亿美元,同比增长18.2%,占烈酒进口总额的24.0%。

这两大品类占到烈酒进口总额的80.8%。

业内认为,以威士忌等为代表的洋酒之所以快速增长,一是受到了近年来关税降低的影响,二是由于跨国公司多年运作打下的市场基础。在年轻一代消费者逐渐崛起的情况下,洋酒品类能

够满足其对新鲜感以及潮流的追逐。

以威士忌的发展来看,2015年其进口量为15769千升(对应进口额为11861万美元),2022年增长为32820千升(55819万美元);利口酒以及柯迪尔酒,2015进口量为4480千升(1528万美元),2022年为30511千升(8119万美元)。

这7年间,威士忌、兰地、利口酒,无论是进口量还是进口额,都出现了较大幅度的增长。

2021年,兰地和威士忌的进口量持续增长,同比增长分别为27.28%和43.63%,市场依然看好兰地和威士忌等为代表的国际蒸馏酒产品。

但值得注意的是,洋酒消费市场在2022年同样遭遇了动荡。2022年国际蒸馏酒和利口酒进口量为11.39万千升,同比下降15.2%;进口额为21.12亿美元,同比下降11.19%;平均单价



2023年8月烈酒进口数据(按进口额降序排列)

品类	进口量(万升)	进口额(万美元)	量同比(%)	额同比(%)
白兰地	427.99	16,542.46	27.38	43.67
威士忌酒	275.07	5,821.09	-2.92	6.80
白酒	32.89	2,158.15	-89.20	140.49
利口酒及柯迪尔酒	207.12	745.83	435.77	-6.36
伏特加酒	81.77	268.26	17.17	12.03
朗姆酒等	53.76	144.11	771.20	37.96
杜松子酒	16.32	86.52	-28.63	-8.48
龙舌兰酒	9.43	76.60	-46.29	-12.10
总计	1,104.35	25,843.02	2.36	34.71

数据来源:海关总署

18.55美元/升,同比增长4.73%。

有业内人士认为,2022年洋酒的波动,与疫情等特定因素有关。因此,到了2023年度,洋酒再度呈现快速增长的局面。

洋酒巨头帝亚吉欧集团大中华区董事总经理程展鹏在受访时表示,目前洋酒在中国市场的渗透率还处于较低水平,这意味着其具有巨大增长空间。

《2022中国一线城市洋酒消费洞察报告》也揭示了洋酒的发展潜力。根据调查,40度以上的烈酒,是超七成受访者日常最喜爱的洋酒品类,远超葡萄

酒、香槟及鸡尾酒。超过70%的受访者每月饮用洋酒2次以上,其中每月饮酒5次以上的人群占22%,即平均每周一到两次,可见,饮用洋酒已成为高频生活场景。值得注意的是,这份报告是针对一线城市的消费者做抽样调查,因而它目前只代表了一线城市的消费实情,但是业内认为,伴随着一线城市之中洋酒爱好者的增多,会把这股消费洋酒的氛围向三四线城市扩展。

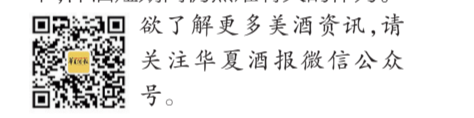
根据这份调查,商务送礼仍是洋酒消费的主要用途,而这恰恰与一线白酒的用途相仿。

“自饮、送礼、宴饮……这是主要的消费场景。”有业内人士表示,这说明洋酒的消费场景开始与白酒重叠。

但是,洋酒由于自身的“舶来品”属性,对于追求新奇、喜好潮流的年轻一代消费者而言,有着极大的吸引力。

与此同时,目前洋酒市场份额不及白酒的3%,这既说明其仍有很大的发展空间,也说明了在份额较小的情况下,洋酒短期内仍然难有大的作为。

想了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。





中国红 红西凤

三千年无断代传承





全国统一售价:
1499元

2023年秋季全国糖酒会

会期时间: 2023年10月7日至2023年10月11日

会期地址: 深圳华侨城洲际大酒店一楼马德里1会议室
(深圳市南山区深南大道9009号)

欢迎莅临品鉴

招商电话: 400-860-1919

陕西西凤酒股份有限公司



中国酒业创新联盟企业展示 >>



红星二锅头



华都酒业
HUADU SPIRITS GROUP



今喜
中国人的喜酒



顺品郎
浓酱兼香 都市光瓶酒



四特东方韵
更高品质 更有韵味
400-111-7999



美贺酒庄 | 中国艺术酒庄
贺兰山东麓三级别酒庄 | 国家地理标志 | 有机双认证



牛栏山



雲門醬酒
中国酱酒国标制定者
400 101 8669



王者归来
蘭陵王酒



真正年份 品质诚信
國台



歌涯
歌涯苹果白兰地
生活就要接地气
烟台苹果·严选好果·轻年酿制·清爽酒气



大国之韵·飞天诗酒
中国高端艺术酱酒
飞天诗酒股份有限公司
1800-031-1919

您的位置