

# “百元”白酒酣战，刚需市场靠什么脱颖而出？

未来，百元价格带白酒品牌的竞争可能会出现白热化，也会出现营销推广巷战的可能。

本报记者 陈振翔 发自郑州

“百元价格带产品在宴席市场的消费量可能会越来越大，特别是消费量巨大的县乡市场，600元左右一箱的终端价产品成为县乡婚宴的标配。”河南洛阳白酒经销商徐先生表示，随着消费的变化，白酒价格对于消费者来说相当明显，以往宴席市场200~300元的价格带产品在整个宴席中还有30%多的份额，现在可能不到20%，百元价格带的市场份额越来越大。

蒋先生喜欢饮酒，是白酒资深消费者。他表示，从今年8月份至今，他出席婚宴将近20场，200元以上的招待六七桌，其余多是100元左右的白酒，有知名品牌，也有区域品牌。

## “百元”白酒 性价比可能会越来越高？

“相对于内卷加剧的白酒销售和消费市场，对经销商和运营商来说，中秋国庆假期大部分在清库存。”酒商赵先生表示，中秋节过后，白酒销量相对平淡，除极少一部分名酒还有销量外，百元价格带白酒作为多个消费层次的口粮酒，销量远大于其他价格带，在百元

价格带的消费中，基本涵盖了浓、清、酱和部分兼香，其中，知名品牌的销量会好于区域品牌。

国家统计局数据显示，2023年1~8月，全国规模以上白酒企业白酒（折65度）产量达261.8万千升，同比下降13.2%。

遵义发布显示，今年前8个月，遵义149户规模以上白酒企业完成工业总产值800.47亿元，同比增长15%。四川白酒9月份产量为16.1万千升，同比增长6.3%。

一边是白酒规上企业产量的持续走低，一边是白酒生产强势省份的不断扩容，加速了白酒的竞争，在销售领域出现价格倒挂、营销不畅等现象，价格战和终端消费需求放缓给百元价格带产品带来了新的商机。

白酒产业在过去高速发展下积累的诸多产业矛盾，以及经济发展放缓等外部矛盾，正在向白酒市场端传导，白酒市场出现旺季不旺、消费变革等现象。”中国酒业协会理事长宋书玉表示，白酒产业高度依赖于经济的发展，其发展曲线与顺应周期均与经济的走势基本重合，近年来，中国白酒受益于经济

增长、供给侧改革和消费升级的红利打开高增长，特别是市场价格提升的通道，如今白酒面临较大的市场压力。

“高端、次高端消费吃紧，百元价格带产品的份额在提升。”郑州鸿园酒业董事长王安停告诉《华夏酒报》记者，消费信心不足是制约白酒消费的重要因素，原来选择400~700元价格带的消费群体，现在大多数选择了200元左右的品牌；原来消费在300元左右的消费者，除了商务招待外，大多数选择了百元价格带的产品。

山东菏泽酒商鲁先生谈到白酒消费时表示，百元价格带产品市场份额加大的原因是产品性价比在提升，不管是地市级城市的消费，还是县乡市场的宴席或普通消费，地市级城市消费降速和县乡市场的提升，一降一升之间，百元价格带产品成了消费的主流。

在品牌营销专家贾福春看来，白酒消费主流仍然是大众消费，大众消费的核心价格带是50~150元。这个价格带的规模基本上是浓香、清香畅销价格带。百元价格带形成的主要原因，一方面是白酒行业生产量下降，价格提升造成；另一方面则是以酱香为主带动的

中高端市场扩容升级造成的。

## 消费聚焦

### 百元赛道竞争将更加激烈

“中秋国庆期间，白酒消费稍微抬头，动销好于七八月份，没有完全形成旺季旺销的局面，多少有点不温不火，不管怎样说，库存还是清了一部分。”河南易达烟酒公司董事长轩跃杰表示，百元价格带作为大众消费价位，宴席市场也有需求，相对于其他价格带，好卖一些。

《华夏酒报》记者在郑州市丹尼斯、大润发、华润万家等商超酒水区域看到，消费者在选择酒水时更注重品牌和性价比，盒装酒则集中在100~150元，知名品牌销量好于其他品牌。

在河南百荣世贸C座从事白酒运营的李先生表示，随着消费需求的变化，白酒价格呈现“纺锤式”发展趋势，部分知名高端品牌市场虽然缩减，但还有一定的销量，只是经销商的利润空间越来越小，400~800元价格带的产品，仅一部分产品还行，百元价格带的产品从今年五月份至今，需求呈现上升趋

势。由于百元价格带产品在县乡消费中，特别是宴席市场有一定的销量，再加上县乡平时消费也有很大的需求，逐渐成为白酒消费的主流产品。

国信证券认为，从A股白酒板块三季度报业绩看，白酒将呈现几大特征：随着消费场景复苏分化，大众宴席需求复苏较为明显，商务需求环比提升只是时间问题。100~300元价格带消费升级明显，200元宴席市场需求旺季快速提升。白酒库存存在三季度有序去化，未来价格周期有望实现触底回升。

10月26日，《华夏酒报》记者在河南郑州中原万达附近一家烟酒超市看到，百元价格带的品牌多达八九个，价格从80元到140元不等，有知名品牌，也有区域品牌。

在百荣C座从事白酒运营的张先生坦言，虽然百元价格带表现良好，但是已经被很多白酒品牌盯上，其中不乏知名白酒品牌，百元价格带本来就是区域品牌和地方本土品牌的主线产品，全国性知名品牌的加入，在一定程度上会加剧百元价格带的竞争，未来的竞争可能会出现白热化，也会出现营销推广巷战的可能。

## 中国酒业创新联盟企业展示 »

