



# CHINA WINE NEWS 华夏酒報

SINCE 1989

2024年7月  
2  
星期二

今日8版 总第3334期  
统一刊号:CN37-0034  
中国十佳行业报

专业·专注·建设性

## 下半年,白酒市场出路在何方?

2024年,如何疏解渠道压力、促进新型厂商关系建设,提振酒类消费,助力行业健康发展,《2024中国白酒市场中期研究报告》提出了九大举措。

本报记者 刘雪霞 发自北京

6月18日,中国酒业协会发布了《2024中国白酒市场中期研究报告》,以2024年1-6月白酒市场为切入口,观察酒类消费市场表现情况,并分析其背后的逻辑及成因,判断行业未来趋势和需要关注的重点。

《报告》统计显示,2024年一季度,规上白酒企业

完成总产量同比增长6.0%,销售收入同比增长13.8%,利润同比增长13.1%。规上白酒企业亏损面为34.9%,比上年提高5.3个百分点。数据反映出,上市白酒企业业绩正加速分化,次高端和大众酒市场竞争比较激烈。

流通企业销售量同比下降的占比达到37.5%,销

售额同比下降的占比达到52.1%,客单价同比下降的占比达到68.8%。市场消费者虽未缩减,甚至部分渠道表示还有所增加,但与去年同期相比,无论哪种渠道,让消费者在“量与价”上实现照旧买单,都变得更加困难。

A3

New  
新视点

## 酒体风味的内卷风悄然来袭

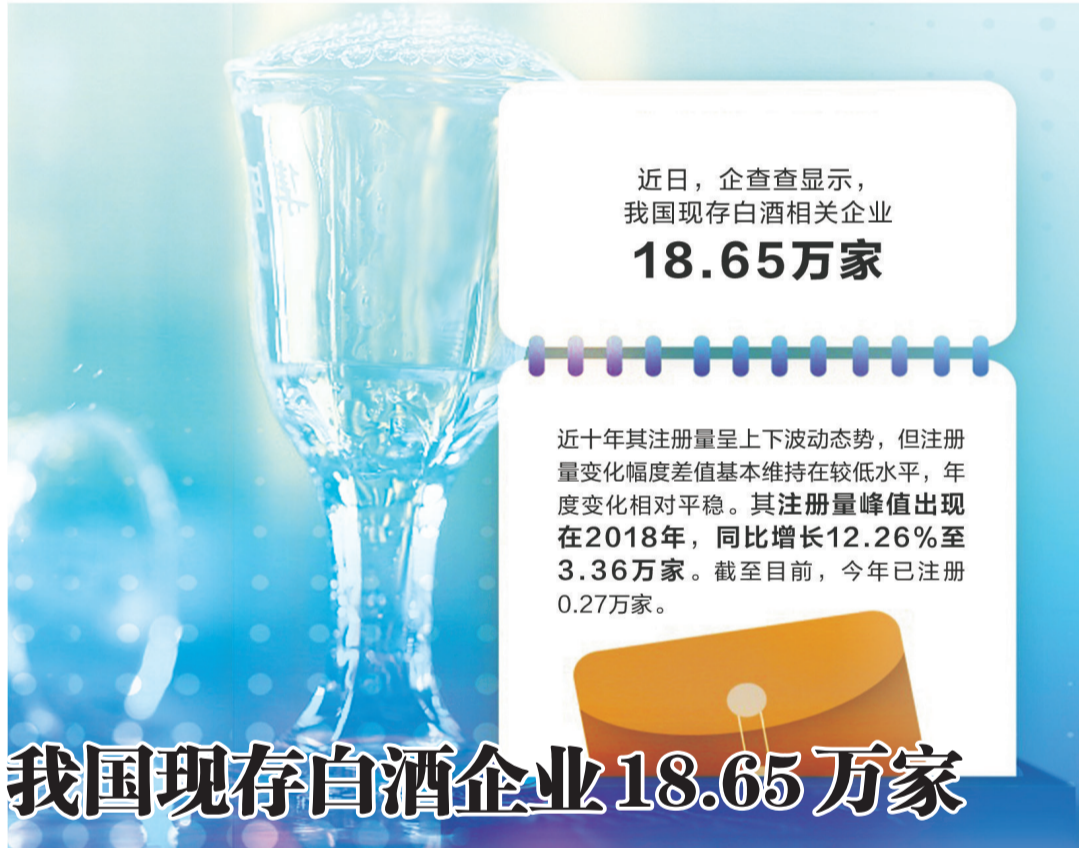
在保持酒体特色、酒体稳定的基础上,在酒的风味上做些微调,适应不同地域的消费偏好,将是酒业风味内卷的“新趋势、新突破”。

本报记者 苗倩 发自北京

在老一代酒业匠人的认知中,“酒的风格一旦形成,必须下功夫保持其长期不变”的观点根深蒂固,如今,随着消费者的健康认知、生活习惯发生迭代、改变,不但白酒的风味表达壁垒正在逐渐破除,而且酒企正在因地制宜,向不同地域的消费者输出符合当地消费习惯的酒品。当下,多元化、个性化、特色化的风味表达与输出,蔚然成风。

在6月14日至15日举办的“第三届和君小镇酒业私享会暨和君咨询酒水事业部年中会议”上,江南大学教授、博士生导师陈双表示,“当下,很多酒厂的同一批酒、同一品牌的酒,发到国内不同的区域市场,会根据不同地域的饮食、消费习惯等,在酒的风味上做一些微调,满足不同地域的消费偏好。”

A4



Headline  
特别推荐

## 露酒发展,一场“破”与“立”的自我革命

露酒要做好,本质是一场“破”与“立”的自我革命,“破”为先、是基础,“立”为要、是方向,齐心协力打破旧的壁垒,戮力同心树立新的价值。

A2

## 微生物是酿酒的“芯片”

白酒的酿造过程,也是对宝贵微生物资源的保护,千年传承至今的不只是看得见的工艺,更有看不见的微生物,它也是体现白酒独特性的重要因素。

A2

## 川酒再发力,看“六朵金花”如何支招市场?

川酒“六朵金花”再度“合体”,就当前市场存在的产能与销量、产能与价格、存量与增量、产能与消费、品质与销量、价格与秩序六大矛盾进行了深入剖析,分享了各自企业的观点与实践。

A5

## 夏季浓香型白酒生产初探

在浓香白酒生产中,采用“高温入窖,紧实踩窖”进行工艺实验,其所产基酒在保证产量的同时,浓香型基酒的总酸、总酯、己酸乙酯等三项关键指标有一定的提升,可提高优质酒率。

A6-A7

## 1000亿、3000亿、5000亿目标,能实现吗?

如何在不确定中寻找确定性,在复杂多变中把握方向,对酒类产区、企业乃至整个供应链体系都提出了全新的考验和变革需求。

本报评论员 张瑜宸

我们所处的时代,若要用一个词来形容,非“VUCA(乌卡)时代”莫属。

VUCA是一个非常具有现代概念的词,它来自四个英文单词的缩写:volatile(易变不稳定)、uncertain(不确定)、complex(复杂性)、ambiguous(模糊性)。在这样的环境下,挑战与机遇并存。酒业身处其中,不能避免,也无可幸免。

因此,当期待中的强劲复苏步伐尚未完全显现,“确保生存与促进发展”仍是当前亟待解决的核心议题时,如何在不确定中寻找确定性,如何在复杂多变中把握方向,对酒类产区、企业乃至整个供应链体系都提出了全新的考验和变革需求。

对此,领军白酒产区纷纷在近两年前瞻性提出了长远的发展规划。

比如贵州,要打造世界级白酒产业集群,到2027年,贵州白酒产量达60万千升,力争产值突破3000亿元;比如四川,到2027年,白酒产业营业

总收入突破5000亿元,利润总额超过1200亿元;再比如吕梁,要打造1000亿级酒都,力争到2025年底,白酒产能达到60万千升,产量达到50万千升,白酒及相关产业营业收入突破600亿元;力争到2030年底,白酒产能达到80万千升,产量达到60万千升,白酒及链上配套产业营业收入突破1000亿元,建成世界级清香型白酒核心产区……

看上去,庞大数字的背后,酒业似乎已探索到适应VUCA新时代的发展之道。但需要关注的是,白酒行业的产量已历经七年的连续下滑,尽管收入持续上升,但市场上存在的消费动力不足以及库存高企的现状不容忽视。

特别是最近,茅台作为酒业的扛把子,不断遭遇股价和市价的下挫,如同一股强烈的冲击波,震撼着整个行业。

受此影响,众多高端产品面临的价格倒挂现象进一步加重。有业内人士预测,酒业下探调整

期或将延续到2025年。

在此背景下,各大产区冲刺上千亿级的目标规划,真的能实现吗?如果能,到底要怎么实现?

通常来说,产区的繁荣与否,很大程度上有赖于龙头企业的“吸金”力。而龙头企业保持业绩高增的不二法则,往往是扩产与提价。前者象征着企业的规模实力,后者则映射出其市场影响力与品牌号召力。

去年,茅台酒出厂价格上调,无疑给市场注入强心针。这从各产区的龙头企业业绩中就可以窥见一斑。

根据财报,2023年,贵州茅台实现营业收入1476.94亿元,同比增长19.01%;五粮液实现营业收入832.72亿元,同比增长12.58%;山西汾酒实现营业收入319.28亿元,同比增长21.80%;泸州老窖实现营业收入302.33亿元,同比增长20.34%。

按此业绩和增幅,记者简单算了笔账:

到2025年,茅台业绩有望突破2000亿元,并在2027年迈向3000亿元;五粮液将在2025年跨过千亿门槛,并在2027年攀升至1300亿元以上;汾酒预计在明年实现超467亿元的营收,并在2029年站上千亿;而泸州老窖有望在2027年迎来业绩翻倍。

如果将几家龙头企业的业绩相加,大致盘算出的结果是,到2027年,四家企业的总营收将达5600亿元以上,与产区综合8600亿+的目标还有近3000亿的差距。

要知道,几家龙头企业的增幅在过去几年是远超大盘和经济增长的平均水平的。

但面向未来充满不确定性和挑战的市场环境,当前的业绩预测或许只是理想中的丰满,现实中,能否激发市场的积极反馈,顺利消化新增产能并实现价格提升,还是存在较大的变数,有可能会显得更为严峻与骨感。

社评

Editoria