



2024年7月

16

星期二

今日8版 总第3336期

统一刊号:CN37-0034

中国十佳行业报

专业·专注·建设性

白酒需要“休养生息”

白酒业要妥善处理好快与慢、多与少、近与远的关系，拿出一段时间，切实深化去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板的供给侧结构性改革，真正满足需求端的要求。

本报特约撰稿人 吴佩海 发自北京

近期，以茅台酒价格波动为标志，白酒已进入深度调整期。面对新的形势，白酒要处变不惊、临危不乱，不服输不自弃，同时，要正视现实、对症下药。休养生息、祛除虚火，应是良策之一。

我们讲的休养生息不是停滞不前、不思进取，也不是躺平不干、无所作为，更不是听天由命、随波逐流。

白酒业需要的休养生息，是指按中央的要求，“稳”字当头，稳中求进，有立有破，先立后破；把质的有效提升和量的合理增长有机融合，实现高质量发展。因此，我们必须做到主客观相一致，量力而行、循序渐进，而不能脱离实际急功近利。

面对深度调整期，白酒企业要有长远的目光、冷静的头脑、求实的措施、坚定的信心。无论环境如何变化，我国超大规模的市场优势不会变，经济稳定向好的发展趋势不会变，消费逐步回暖的内需态势不会变，白酒稳中求进的光明前景也一定不会变。

A3

New

新视点

茅台之上唯有老酒还在挤泡沫？

老酒市场在告别以往的无序扩张与盲目追高之后，将逐步迈向一个更加理性和可持续的发展轨道。

本报记者 张瑜宸 发自北京

曾经，“茅台之上，唯有老酒”是老酒圈儿备受推崇的Slogan。然而，近两年，随着外部环境的变化及茅台等一众名酒本身价格的跌宕，老酒市场不可避免地遭遇了行业内部的结构性调整与周期性挑战。

但不容忽视的是，与过去的高速增长相比，现今的老酒市场已在热度与关注度上有所回落。

面对如此现状，老酒圈儿的资深藏家纷纷表示，行业下探不见得是坏事。越是市场的剧烈波动期，实质上越是行业格局重构的重要契机。老酒市场在告别以往的无序扩张与盲目追高之后，就意味着其要逐步迈向一个更加理性和可持续的发展轨道了。

A4

近日，泸州白酒价格指数办公室发布6月全国白酒价格指数走势分析。据全国白酒价格调查资料显示，

6月全国白酒环比价格总指数
99.75

**下跌
0.25%**

名酒环比价格指数
99.78
下跌
0.22%

地方酒环比价格指数
99.50
下跌
0.50%

基酒环比价格指数
100.03
上涨
0.03%

从月定基价格指数看，6月全国白酒定基价格总指数为110.35，上涨10.35%。

6月全国白酒环比价格总指数下跌

白酒业到底是产能大降，还是产能过剩？

中国白酒的产能过剩问题，实际上是一种结构性的过剩——即在整体产能下降的情况下，部分酒企逆势扩张而形成，是供给端与需求端的不平衡、不匹配所造成的。

本报评论员 杨孟涵

如同其他产业一样，白酒业动辄被诟病“产能过剩”“渠道压货”，似乎过剩的产能与市场有限的消化能力之间，存在着一道无法被抹平的鸿沟。

但从统计数据看，近年来，白酒业的产能却呈现明显的下降趋势，那么，白酒业到底是产能在下降还是产能过剩？

先看权威数据。

我国白酒业产能高峰是2016年，国家统计局的数据表明，当年度，全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量1358.36万千升，同比增长3.23%。以区域来说，最突出的是四川省，当年度，四川白酒产量为402.67万千升，增长8.65%，位居全国第一；河南省白酒产量117.50万千升，增长3.65%，位居全国第二；山东省白酒年产量112.64万千升，下降0.72%，位居全国第三。

经过8年之后，到2023年，白酒业实现总产量629万千升，同比下降5.1%；而其中规上企业白

酒（折65度，商品量）产量449.2万千升，同比减少2.8%。

若单以规上企业的产能来计算，那么，2023年度行业产能约为2026年的33%，相当于8年来产能减少了三分之二，不可谓不大。由此看来，若单纯以总量来比较，而不论单一产区或单一企业的话，那么，行业产能总体呈下降趋势是毫无疑问的。

可是，另一方面，从市场端传来的消息却显示，各地经销商普遍面临压货压力，甚至县级经销商的库存量动辄以万箱计算，有说法称，单纯消化现有库存量，就需要到2026年才能完成。

这就意味着，在总体产能下降的同时，酒业的渠道压货现象也很严重。可是，明明产能已经大为减少，在供给端大幅缩减达三分之二的情况下，为什么还能出现这种“过剩”现象？

造成这种现象的原因在于——

其一，产能与销售量并不对等，2016年产能达

到1358.36万千升，但是却并不能全部在当年度消化，部分原酒变为基酒贮存，部分成品酒变为渠道库存。

到了2023年，虽然行业实际产能减去三分之二，但是，此前积累的未能消化的产能却层层积压下来，汇聚到渠道端。

其二，总体产能的缩减与少数名酒的扩能是同步进行，这一退一进之间，少数名酒的繁荣掩盖了行业的总体下降，也让市场传递的信号失真，导致2020—2022年间的名酒、酱酒产能大跃进，为部分区域、部分领域的白酒产能过剩埋下伏笔。

在上一轮周期之前的2012年，茅台的产能约为3.3万吨，到2016年，茅台产能约为3.93万吨，但是到了2023年，茅台产能约为5.72万吨。

以上可以看出，在白酒全部产能高峰的2016年，茅台并未过分扩张。但是2016年后，伴随着名酒复兴，茅台加速扩能，2023年的产能已经接近2012年的2倍左右，如此体量，茅台大概难称“稀缺”了。

按照2023年茅台产能5.72万吨来计算，约为1.14亿瓶，而若茅台继续推进原有的扩产计划，则意味着产能在现有基础上还会继续增加。作为目前零售价两千多元的超高端酒类产品，一年消化掉超1亿多瓶如此高昂的产品，其对市场自然是有力的。

其三，伴随着消费端的分化与细化，其他类型的饮品开始挤占传统上本属于白酒的需求，这也导致了对白酒需求的减弱，造成了产能相对过剩。

其四，市场对名酒的需求与对豪车、豪宅的需求一样，都进入了下行通道，伴随着消费的放缓而造成了整体需求的减弱。

所以，中国白酒的产能过剩问题，实际上是一种结构性的过剩——即在整体产能下降的情况下，部分酒企逆势扩张而形成，是供给端与需求端的不平衡、不匹配所造成的。

社评

Editoria

Headline
特别推荐

露酒要深度挖掘 年轻人和老年人市场

“露酒战略”主要是针对功能化的露酒和时尚化的露酒，总的策略是“让开大路、占领两厢”。当然，每个企业、每个品牌都有自己的情况，要具体问题具体分析。 A2

酒业向上向好发展的 态势不会变

在消费升级的大趋势下，酒业有机会通过提供高品质、个性化的产品来满足消费者的新需求。A2

让年轻人喝起来 葡萄酒业怎么做？

研究数据显示，42%的千禧一代和38%的X世代每周饮酒2次-3次，而且，这两个群体的饮酒量与前一年相比，都保持一致或有所增长。 A2

从T5峰会 看中国啤酒未来之路

啤酒行业应该乐观地去看待并应对全新的竞争市场：第一，稳定存量增长，深挖场景消费空间的巨大潜能；第二，维护和继续探索啤酒市场的消费需求。 A5