



CHINA WINE NEWS 华夏酒報

SINCE 1989

2025年1月
7
星期二
今日8版 总第3359期
统一刊号:CN37-0034
中国十佳行业报

专业·专注·建设性

“白酒经销商们撑不住了”，茅台的呢？

《华夏酒报》总编辑吴贤国指出，从整个行业健康发展的角度来看，“雁阵发展”的应该是整个行业，而不是某个品牌、某个企业。

本报记者 张瑜露 发自北京

2024年12月24日，《白酒经销商们撑不住了》一文发布后不久就登上百度热搜，引发了业内外的高度关注。这篇由业外媒体执笔的文章提到了白酒行业现状、经销商的困境、酒企与经销商不平等的关系，以及电商渠道对传统经销商们的冲击等问题。在这样的背景下，茅台作为白酒行业的风向标，其经销商的状况自然备受瞩目。

2024年12月25日，贵州茅台酒2025年经销商

联席会议在贵阳召开。这不仅新上任后的首届茅台酒经销商年终会，也是首次将会议名称从“大会”改为更具亲和力的“联谊会”。这不禁让《华夏酒报》记者开始思考，茅台的经销商们是否撑住了？

值得关注的是，在当前市场环境下，面对现实的挑战，不少经销商坦言，心态确实发生了变化。采访中，他们纷纷表示：“到底是优先保障现金流还是维持库存？我们心里也有点慌，但信心还是有的。”这份信心并非凭空而来，联席会上，茅台传递了多项正面信息。

A3

New
新视点

减量发展 白酒的破局之道

减量发展不是躺平不干、消极等待，而是扬长避短、趋利避害，探索以减量求增效、求升级的新路径，不痴迷于抢位发展，而侧重于错位发展。

本报特约撰稿人 吴佩海 发自北京

回首2024年，白酒压力山大，产能过剩、需求萎缩、库存高企、价格倒挂、内卷激烈等问题集中爆发，困难前所未有，但酒业处变不惊、砥砺前行，表现出较强的抗压精神和应变能力，取得了难能可贵的业绩。

展望2025年，挑战与机遇同在，风险隐患仍然较多，超常规逆周期调节利于经济企稳回升。

面对新局面，酒业要落实中央经济工作会议精神，坚定信心、保持清醒、以变应变、稳中求进。重点是深化对经济规律的认识，统筹好总供给和总需求的关系。

白酒如何走出深度调整期，实现持续健康发展，需要群策群力。依笔者拙见：破局之道，在于践行“减量发展”的新思路、新模式。

A4



白酒与黄酒进出口注释表述调整

2024年12月28日，国务院关税税则委员会发布通知，经国务院批准，为推进税则体系科学化、规范化，2025年优化白酒、木质活性炭、热敏打印头等本国子目注释的表述将于2025年1月1日进行调整。

其中，本国子目2206.0010所称“黄酒”，是指以稻米、黍米、小米、玉米、小麦、水等为主要原料，经加曲和/或部分酶制剂、酵母等糖化发酵剂酿制而成的发酵酒；本国子目2208.9020所称“白酒”，是指以高粱等谷物为主要原料，以大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、勾调而制成的蒸馏酒。

Headline
特别推荐

文化价值、情绪价值 是喝酒的第一理由

中国名酒的国际化，不仅是产品走向国门，更是文化、理念与价值的全球共享。

A2

数字化时代下 酒企的六个思维转变

从上升市场到下降市场思维的转变、从习惯性的渠道思维到消费者思维的转变、从数量思维到利润思维的转变、从促销思维到创造情绪价值思维的转变、从放任思维到管理思维的转变、从习惯思维到年轻人思维的转变。

A2

2025，酒业追随“清醒好奇”的消费者

近一两年，即饮饮品(RTD)是全球饮料酒精市场中唯一销量和价值增长的部分。据预测，这一增长将持续下去，在2023年至2028年，其数量 and 价值的复合年增长率将达到3%。

A2

2024电商卖酒 “面对面”是主流？

实际上，类似小红书这样的社交平台，推广或者触达的关键，在于精准把握消费者的务实化需求和情感性需求。

A5

