

2024 中国酒业关键词

白酒出海，“走出去”“引进来”应双向发力

中国酒企正通过建立广泛的国际营销体系以及适应不同市场需求的产品策略等，积极推动自身的国际化进程。

本报记者 张瑜宸 发自北京

在酒业迈向存量竞争的调整期时，行业正积极探寻新的增长极，而“出海”逐渐成为一个重要的答案。2024年见证了众多白酒企业加快国际化的步伐，纷纷将目光投向海外市场，力求在全球范围内寻找新的发展机遇。

过去一年，中国知名酒企如贵州茅台、五粮液、汾酒、洋河以及泸州老窖等纷纷加快了海外市场的布局步伐，积极寻求全球化发展。

这些企业在国际市场上展现出了强劲的增长势头，通过多种方式强化其全球影响力。

其中，茅台走进近30个国家和地区。从指标数据看，2024年以来，其全年出口销量超过2100吨，营收首次突破50亿元重要关口。高附加值茅台酒的销量突破100吨，同比增长超40%；酱香系列酒销量达到150吨，同比增长30%；五粮液依托已设立的亚太、欧洲、美洲三大国际营销中心，进一步深化了其在全球范围内的市场渗透；汾酒目前在60多个国家和地区发展了80多家海外经销商、180多家国外免税店和中国的境内免税店；泸州老窖亮相第24届古巴国际雪茄节，并与哈伯纳斯集团签署战略合作协议，开启中国白酒品牌与古巴雪茄品牌的首次携手；今世缘携旗下高端产品国缘V9清雅酱香型白酒分别在日本东京和大阪上市，标志着这一中国高端白酒品牌正式进入日本市场；贵州珍酒与中国免税品（集团）有限责任公司合作，珍酒产品正式入驻中免集团所有国内及海外海关授权许可店面……

除上述企业外，地方龙头酒企与特色酒企也纷纷制定了符合自身特点的海外战略规划，力求在全球烈酒市场占据一席之地。例如，仰韶彩陶坊成功走进英国市场，其白酒品牌化案例被英国剑桥大学正式收录用于内部研讨，标志着中国酒文化在国际学术界迈出了重要一步；而以“中国白酒第十三香”定位的大梁茗酒，则与韩国Richio酒类集团合作推出“恋怡朗”轻奢茗香型白酒，成功登陆韩国市场……

可以说，中国酒企正通过建立广泛的国际营销体系、提升品牌形象以及适应不同市场需求的产品策略等多种手段，积极推动自身的国际化进程。这不



仅是对中国传统酒业的一次重大转型，也为全球酒业带来了新的活力和发展机遇。

但值得注意的是，随着“city not city”成为2024年的流行词汇，《华夏酒报》记者禁不住开始思考：在我们积极将中国文化推向世界的同时，是否也应重视“引进来”的机遇？

特别是当前，中国正在逐步扩大免签政策的适用范围，这不仅为国际友人的旅游提供了便利，更为文化交流搭建了一个绝佳的平台。面对越来越多的外国消费者走进中国，如何让这些游客更加了解中国的白酒文化，并有机会品尝，甚至亲临酒厂体验其酿造工艺，值得酒业深思。

综合来看，2024年，中国酒业在更多国家和地区获得了认可和支持，但实现从“走出去”到真正意义上的“走出去”，还需要努力。

 欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众号。

2024 中国酒业关键词

多元化战略，撬动酒业消费的新增长极

中国白酒在多样化的产品、多样化的场景、多样化的体验等方面，将有无限的遐想和发挥空间。

本报记者 苗倩 发自北京

2024年12月30日，财经作家吴晓波在其第十场年终秀上表示，每一代人的代际淘汰，与年龄和行业没有关系，更多来自对新工具的率先利用。

今天的中国，有些人30岁就老了，有的人60岁、70岁，却像鲍勃·迪伦所说的“昔日的我曾经苍老，如今却风华正茂”。

如今，在产业转型、人口迭代、消费场景变化等诸多因素的叠加下，消费者的需求也在发生改变，尤其是年轻消费者的诉求正在转变，企业需要在产品端、销售端、传播端等进行多样化的创新，满足消费者多元化、个性化的消费选择，以多触角的传播方式和讲好故事的传播理念，提升消费者的满足感和获得感，并给予目标群体足够的情绪价值。

与华夏五千年文明息息相关的白酒行业，也正经历着消费者迭代的挑战，行业从业者正用新科技、新工具、多样化的系列产品，来应对消费迭代下的新挑战。

产品多样化，满足多场景选择。

2024年11月22日，在上海证券交易中心举行的“山西汾酒2024年第三季度业绩说明会”上，山西汾酒方面表示，公司将继续发挥汾酒全价格带产品矩阵的优势，青花汾酒、巴拿马汾酒、老白汾酒和玻汾系列产品可以满足广大消费者不同消费场景下的不同消费需求。就在2024年12月，山西汾酒推出了青花26，终端指导价718元/瓶，定位在青花汾酒20和青花汾酒30之间，填补汾酒在这一价位段的产品空白。

在结构性过剩的消费背景下，多样化的场景，正成为撬动消费的新增长极。

如今的消费者，愈发看重悦己型消费，对消费场景提出了新需求、新表达。在2024年3月举行的成都糖酒会上，五粮液、泸州老窖等名酒纷纷释放出向“YOUNG”而长的信号，争夺消费者的“第一口酒”，撬动增量。例如，2024年3月16日-19日，五粮液在成都高新区交子音乐广场，以“五粮液，这YOUNG喝”为主题，推出了新品五粮气泡酒和特调的“五谷罗尼”鸡尾酒，与



游客一起解锁国酒花式新喝法；2024年3月16日-20日，“泸州老窖·窖主节”在成都桂溪生态公园东区举行，场内设有热力乒乓等运动互动专区，大家可与奥运冠军王涛等面对面切磋球技……
多样化，还有无限的遐想空间。

一方水土养一方人，一方水土孕育

一方美酒。中国白酒的地域属性，决定了其与一方的山川、地脉、人文、文化等组成的文旅资源，有着天然的链接。

2024年，贵阳市加快推进项目建设、加强酱酒多元融合并构建多元传播矩阵，努力将“卖酒”向“卖生活方式”转变工作推向新的高度……让到贵阳喝酒、品酒成为一种家喻户晓的时尚的旅

游方式、消费方式、生活方式……

未来，随着迭代消费的进一步演进，中国白酒在多样化的产品、多样化的场景、多样化的体验等方面，将有无限的遐想和发挥空间。

 欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众号。