

# 白酒会步黄酒、葡萄酒后尘吗?

尽管面临市场竞争和消费者口味变化等挑战,但白酒在中国酒类市场中的核心地位仍然稳固。白酒企业将继续通过产品创新、市场拓展和品牌升级等策略来应对市场变化,保持和提升市场竞争力。

本报特约撰稿人 邹文武 发自北京

2024年,中国白酒产量继续下跌。国家统计局数据显示,2024年12月,全国规模以上企业白酒(折65度)产量47.4万千升,同比下降7.6%;2024年1-12月,规模以上企业累计白酒产量414.5万千升,同比下降1.86%,这是自2016年以来,白酒产量连续8年下降。

回顾20年来中国白酒的产量变化,自2004年以来,中国白酒产量从331.6万千升持续经历“黄金十年”的加持,连

续上涨11年,到达巅峰的1357.4万千升,从2016年高峰开始,到2024年持续下跌到414.5万千升,累计下跌了942.9万千升,而2004年-2024年这20年来累计白酒产量16897.2万千升,平均年产量为844.86万千升,2024年累计产量还不到其一半。

行业产量下滑速度之快,可以用惨烈来形容。如果继续下跌2年,预计白酒产量要回归到350万千升左右。

## 白酒未来会成为小众产品吗?

2025年元旦以来,经常有人问笔者,白酒行业未来会怎么样?大家对于当前白酒行业的市场表现和元旦春节期间的感受,普遍是寒意凛冽,行业整体缩量竞争、领军企业减速发展、规模企业亏损越来越多、上市公司利润下滑严重、产品价格倒挂、经销商库存压力居高不下、终端销售不旺、消费者喝白酒越来越少……

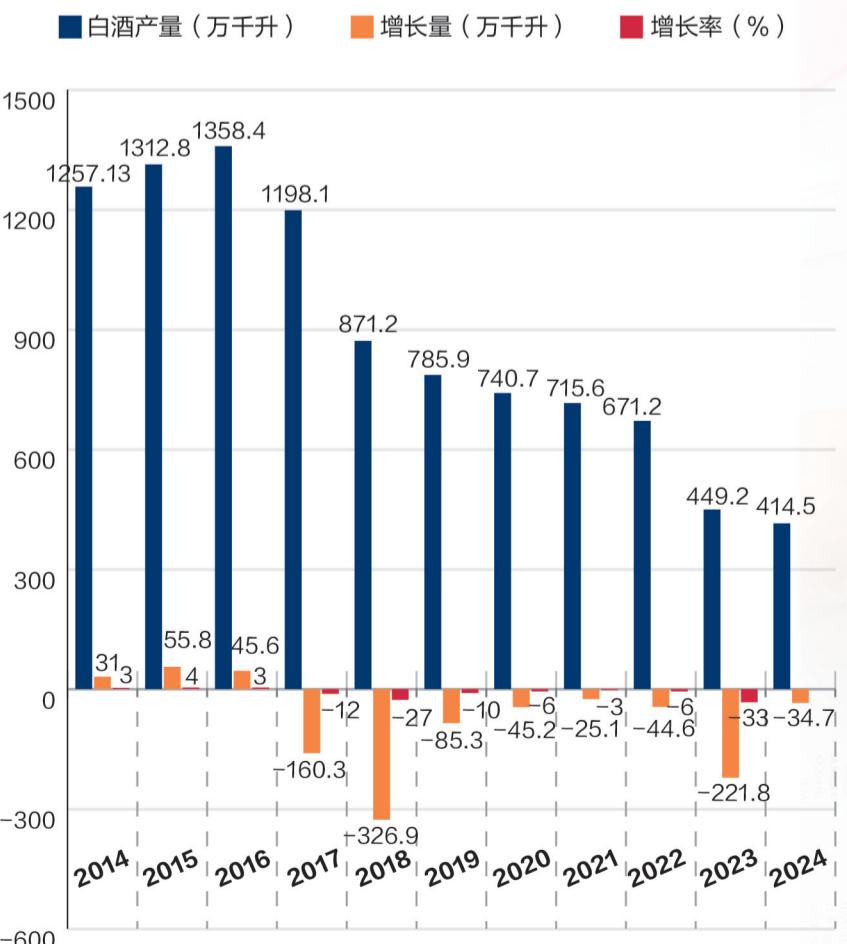
全新的社会发展周期下,面对当前白酒行业的缩量发展周期,有人问笔者,随着消费者饮酒频次减少及消费场景变少,白酒行业这么发展下去,会不会像黄酒、葡萄酒一样,未来人们喝白酒越来越少,市场逐渐被其他酒类取代或者被其他饮品取代,成为一个小众产品?

从2004年-2024年白酒行业的产量及销售规模来看,销售规模20年翻了13.23倍,吨位价翻了10倍。

从这两组数据来看,过去20年,白酒行业的发展主要得益于宏观经济环境发展,推动了白酒吨位价的提升,同时,由于白酒产品所独有的特性,使得它拥有对抗或抵御通胀的能力,因此,其独特的时间资产价值,让白酒行业能够持续穿越不同的经济及行业周期,产量的跌宕起伏并不会影响白酒的繁荣与发展。

此外,白酒、黄酒、葡萄酒三大酒类产业维度比较分析,白酒行业虽然2025年开年市场表现一般,但是,强大的产业生态,很快就会让白酒走出困境,继续引领市场健康有序地发展。

### 2014-2024年白酒行业年产量及增量(万千升)



### 白酒、黄酒、葡萄酒三大酒类产业维度分析

比较	白酒	黄酒	葡萄酒	结论
产量	449.2万千升	190万千升	30万千升	
产值(2023年)	营收: 7563亿 利润: 2328亿	营收: 210亿 利润: 19.5亿	营收: 90.9亿 利润: 2.2亿	产业发展能力强,具有抗风险和周期能力强
规模企业	980家	约700家	1885家	
品类	13种主流香型,各种创新亚香型不断涌现	品类不多,产品比较单一	品类不多,影响力小	品类生态强大,能满足不同需求
品牌	茅台、五粮液、汾酒、泸州老窖、洋河、古井贡酒等17大名酒及众多区域地产酒	古越龙山、会稽山、石库门、塔牌、女儿红等为数不多的品牌	国际品牌众多,国产品牌较弱,以张裕、长城为龙头企业	众多企业营收规模超黄酒、葡萄酒,为行业健康发展保驾护航
产区	茅台产区、杏花村产区、宜宾产区、古蔺产区、泸州产区、洋河产区、亳州产区、邛崃产区众多核心产区	绍兴产区	沙城产区、昌黎产区、宁夏产区、新疆产区、通化产区等	白酒产区众多,关系众多地方经济发展,因此,市场发展长期稳健可期
市场	遍布全国各地	江浙沪	全国各地	白酒全国化不可取代
影响	中国酒业主导者	细分市场主导者	替补型产品	主导地位不会丢失

(注:白酒、黄酒、葡萄酒2023年产量、营收与利润数据来源于中国酒业协会统计)

## 白酒在市场上的核心地位难以撼动

所以,从三大酒类品类产业生态比较分析来看,虽然黄酒作为中国传统主流酒,曾经在历史舞台上有过辉煌,葡萄酒2023年在全球市场规模也曾达到25852.06亿元人民币,成为主流酒,但是白酒的生态系统比当前的黄酒、葡萄酒更加强大,文化底蕴更深厚,市场流行性更强,因此,短期内,虽然白酒行业会面临缩量竞争的压力,但是从长期来看,还会继续健康有序地发展。

白酒作为中国传统文化的瑰宝,具有深厚的历史底蕴和广泛的市场基础。白酒以高粱等杂粮为原料酿

造,通过独特的酿造工艺和长时间的陈酿,形成了独特的饮用属性和产品保值增值的收藏属性。在中国,白酒不仅是重要的饮品,更是社交、文化和情感的载体。

因此,尽管面临市场竞争和消费者口味变化等挑战,但白酒在中国酒类市场中的核心地位,仍然难以撼动。

从市场趋势来看,中国白酒行业虽然增速放缓,但头部企业仍然能够维持较高的增长率,这得益于白酒企业不断推动产品创新、市场拓展和品牌升级。同时,随着消费者对健康饮

酒和品质生活的追求不断提升,白酒企业也在积极调整产品结构,推出更多符合消费者需求的产品。

综上所述,中国白酒不会步黄酒、葡萄酒的后尘。

尽管面临市场竞争和消费者口味变化等挑战,但白酒在中国酒类市场中的核心地位仍然稳固。白酒企业将继续通过产品创新、市场拓展和品牌升级等策略来应对市场变化,保持和提升市场竞争力。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。