

# 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、领军企业降速发展、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。

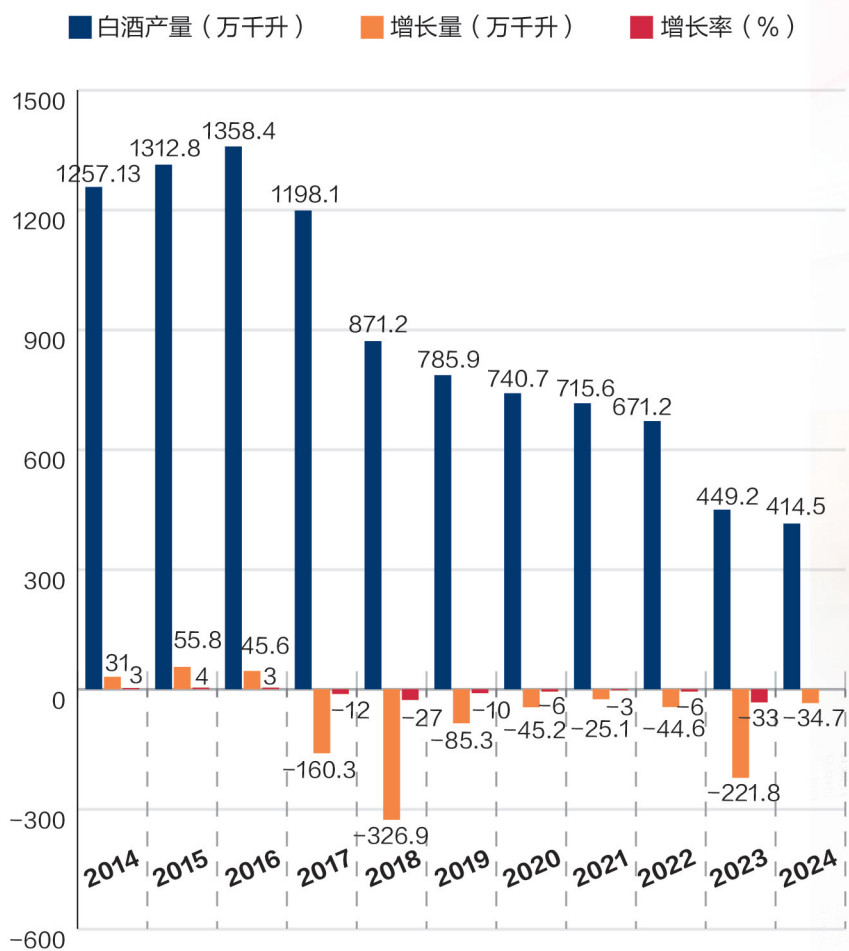
此外,白酒、黄酒、葡萄酒三大酒类产业维度比较分析,白酒行业虽然2025年开年市场表现一般,但是,强大的产业生态,很快就会让白酒走出困境,继续引领市场健康有序地发展。

### 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	产业发展能力强劲,具有抗风险和周期能力强
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	
规模企业	980家	企业数量: 约700家	企业数量: 1885家	
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	
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
产区	茅台产区、杏花村产区、宜宾产区、古葡产区、泸州产区、洋河产区、亳州产区、邳崂产区等众多核心产区	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)

### 2014-2024年白酒行业年产量及增量(万千升)



## 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。