

# 酒业正从涨价狂欢转向控货觉醒?

涨价与控货的轮回，本质是白酒行业从“野蛮扩张”向“理性生存”的范式革命。这标志着白酒行业从“规模崇拜”转向“价值深耕”，倒逼酒企构建“品牌—渠道—消费者”的价值闭环。

本报记者 张瑜宸 发自北京

2025年伊始，白酒行业便以一波罕见的“控货潮”而非传统的“涨价令”拉开了序幕。这一转变不仅反映了市场供需关系的调整，也揭示了酒企在面对复杂市场环境时的战略抉择。

值得关注的是，酒企密集控货绝非短期应激反应，而是基于战略考量的系统施策：首先，借助阶段

性停货手段，强制渠道去库存，进而重塑厂商关系；其次，酒品停供与新品上市相互配合，形成“断代控价”模式，这一模式有助于修复价格体系，迫使渠道清理低价库存，重新构建稳固的价格金字塔结构；最后，抢占品类制高点，大力推动大单品的升级并提高其市场占比。

综合审视，涨价与控货的轮回，本质是白酒行业从“野蛮扩张”向“理性生存”的范式革命。

长期而言，这标志着白酒行业从“规模崇拜”转向“价值深耕”，倒逼酒企构建“品牌—渠道—消费者”的价值闭环。

A3

## New 新视点

### 酒业渠道之变：重归传统还是青睐电商？

除了稳住传统经销商的基本盘之外，酒企的电商生态将向直播、私域、即时零售转进，试图以此直接触达消费者。

本报首席记者 杨孟涵 发自北京

在电商生态日益多样化的今天，名酒企业如何看待传统经销商？在它们未来的发展版图中，经销商阶层会更受重视，还是沦为电商生态的配送者和附庸？

综合多家名酒企业近期的动态可以发现，名酒重新重视传统经销商，并非如过去一样继续扩大规模，而是着眼于巩固既有的市场份额，并稳定主力产品价格秩序。“目的在于维系基本盘的卖货能力。”有业界人士认为，传统经销商重在维系团购以及其他销货资源，这在以人脉关系决定一切的传统营商环境下分外重要。

与此同时，传统经销商能够挖掘的潜力有限，名酒企业在稳住既有的同时，也会积极向电商靠近，借助电商生态的多元化来拓展新的消费资源。

A4



2月25日，吕梁市人民政府发布2025年政府工作报告。

报告称：

- 2025年，吕梁市将促进白酒产业扩量提质，加快3个白酒生产项目建设，力争产量突破50万千升，产业链营收突破700亿元。
- 做活文化旅游产业，加快杏花村酒文旅融合项目建设。
- 加大对外交流，支持办好杏花村国际酒业博览会。
- 积极开展“吕梁白酒丝路行”活动，打造高水平开放平台。

### 吕梁白酒产业链营收目标破700亿

# 高喊“国际化”20年，白酒进入欧盟有多难？

单纯修订国内标准，恐无法破解欧盟壁垒，需建立国际互认的监管体系，并重构技术标准，才有望助力白酒真正进入国际市场。

本报评论员 杨孟涵

日前，全国白酒标准化技术委员会发布了关于征求《白酒质量通则》国家标准（征求意见稿）意见的通知，似乎直奔解决白酒标准与国际化接轨这一核心“痛点”而来。因此，诸多媒体将《白酒质量通则》形容为白酒打入欧美市场，以实现“国际化”的重要一步。

根据来自“全国白酒标准化技术委员会”的意见，《白酒质量通则》应“建立围绕面向消费端的产品标准表达体系”“充分借鉴和参考国外烈性酒相关标准和法规中工艺的表达形式”。这说明，《白酒质量通则》确实是面向消费者、面向国际市场。

那么，这一份标准，是否能够助力中国白酒真正走向国际市场？实际上，从现有的各项标准上判断，要真正走向国际市场，还有诸多的难关要过。以欧盟为例，其在食安标准、烈酒标准上，与国内白酒标准有着诸多不同。

国内、国外对于“陈酿酒”的不同认定，就是一个需要对标、接轨的重点。譬如关于烈酒的陈酿标注方面，欧盟条例(EC)No 110/2008第12条“关于陈酿时间的标注”中规定，烈酒的描述、展示或标签中可以标注陈酿时间，但只有在指明最年轻酒精成分（若以白酒年份酒来理解，就是最年轻基酒的陈酿时间），且该酒精饮料是在税务监管或提供同等保障的监管下陈酿的情况下，才可在酒精饮料的描述、展示或标签中指明陈酿期。

那么，国内在“陈酿酒”方面是如何认定的呢？

由于“酒是陈的香”的观念，各种“陈酿年份酒”在市场上大行其道，其标准的认定似乎一度掌握在厂家手里。2019年4月，中国酒业协会正式颁布《白酒年份酒团体标准》，以及首批通过认证的年份酒产品。根据《白酒年份酒团体标准 T/CBJ2101-2019》的官方定义，白酒年份酒是以传统

白酒（固态法、半固态法）工艺酿造，经贮存三年及以上基酒勾调而成。主体基酒总量应不小于基酒总用量的80%，标注年份取加权平均酒龄的整数。

2019年10月16日，“中国高端文化白酒·内参酒价值研讨会北京站”在北京举办。会上，中国酒业协会官方公布了年份酒认定和监管细则，还以内参大师酒（15年）为案例展示。内参大师酒（15年）80%的基酒由19年、15年、7年三种年份原酒，以47.27%、9.28%和23.45%的比例构成，总体加权平均年份为15.02年，故称内参大师酒（15年）。

若对照“欧盟条例(EC)No 110/2008”，那么，这款内参大师酒（15年）就必须标注基酒成分中陈酿时间最短的成分，以整体酒体来说，就不仅仅是标注80%主体基酒的问题，也必须标注出剩余20%酒体的年份。这对于很多年份酒来说，无疑是一件尴尬的事儿——标注其中当年新酒成分，可能

意味着消费者对其“陈年印象”大打折扣。

值得一提的是，“欧盟条例(EC)No 110/2008”规定，这种关于陈酿年份的标注，必须是“该酒精饮料在税务监管或提供同等保障的监管下陈酿的情况下，才可在酒精饮料的描述、展示或标签中指明陈酿期”。也就是说，在技术层面，目前中国白酒陈酿年份酒标准所采用的加权平均法与欧盟最低年份标注法有所冲突，属于根本性标准差异；在监管层面上，欧盟需要其认可的监管体系监管企业酿造，而中国依赖企业自检+协会抽查，互认难度大。

从这一个角度来看，意在接轨国际的《白酒质量通则》最终版是否能够在这些技术要求以及监管要求上达到欧盟标准？目前尚无法判断。

不过，单纯修订国内标准，恐无法破解欧盟壁垒，需建立国际互认的监管体系，并重构技术标准，才有望助力白酒真正进入国际市场。

## 社评 Editoria

### Headline 特别推荐

#### 汾酒复兴

#### 引领大清香时代

“八个面向”，是汾酒复兴纲领的总方向，是“一张蓝图绘到底、一代接着一代干”的汾酒复兴之路，是当代汾酒人“功成不必在我、功成必定有我”的共同使命。

A2

#### 三大香型扩容

#### 应遵循“梯次律”

三大香型的扩容趋势应遵循“梯次律”：从领导品牌的规模化扩张，到二线品牌的崛起，再到地方品牌的突破。未来，白酒行业的营销突破关键在于“品质创新+营销创新”。

A2

#### 传统酿造

#### 如何“智”取未来？

数字化转型不仅是技术升级，更是思维革命——从“生产导向”转向“用户为中心”。让科技之手赋能美好口感、美好体验，也是酒业在智能化之路上不断行进的真正意义。

A5

#### 青岛啤酒携手中超 为球迷“快乐续杯”

双方将用“啤酒+足球”的全新玩法，创新足球消费新场景，为球迷打造系列沉浸式观赛体验。

A6