



CHINA WINE NEWS 华夏酒報

SINCE 1989

2025年6月
17
星期二

今日8版 总第3381期
统一刊号:CN37-0034
中国十佳行业报

专业·专注·建设性

酒业该向零食巨头学“悦己”了！

当越来越多的零食巨头大举进军酒类市场时，传统酒企或许不该只是警惕，更应该思考：这场跨界浪潮中，隐藏着怎样的行业启示？如果主动拥抱变革，能否催生更具想象力的商业可能？

本报记者 张瑜宸 发自北京

在当前“禁酒令”政策收紧、消费放缓的背景下，酒业似乎正经历更加凛冽的寒冬，不少从业者感叹“生意越来越难做”。

然而，令人意外的是，零食巨头三只松鼠却于近期宣布推出橘猫葡萄酒、孙猴王精酿啤酒、呼息果酒三大酒类品牌。

一边是传统酒企的谨慎收缩，一边是零售巨头的加速入场，酒行业真的不乐观？答案可能恰恰相反——行业低谷期，或许正是新玩家入局的最佳时机。这一战略背后，既有品牌自身的焦虑，也有对酒类市场结构性机会的敏锐捕捉，更可能对传统酒业竞争格局带来深远影响。

综合来看，当Z世代把饮酒从社交仪式变为生活乐趣，当“一人饮”成为新的消费常态，酒企需要重新思考自己的价值主张。那些能够率先放下身段，像零食品牌一样关注“消费者喝酒时有多快乐”而非“我的酒有多高贵”的企业，很可能成为新时代的领跑者。

A4

New 新视点

白葡萄酒在中国有多火？研报揭示新趋势

虽然白葡萄酒在中国市场面临诸多挑战，但其增长潜力和发展前景不容忽视，有望在未来几年成为推动中国葡萄酒市场发展的新引擎。

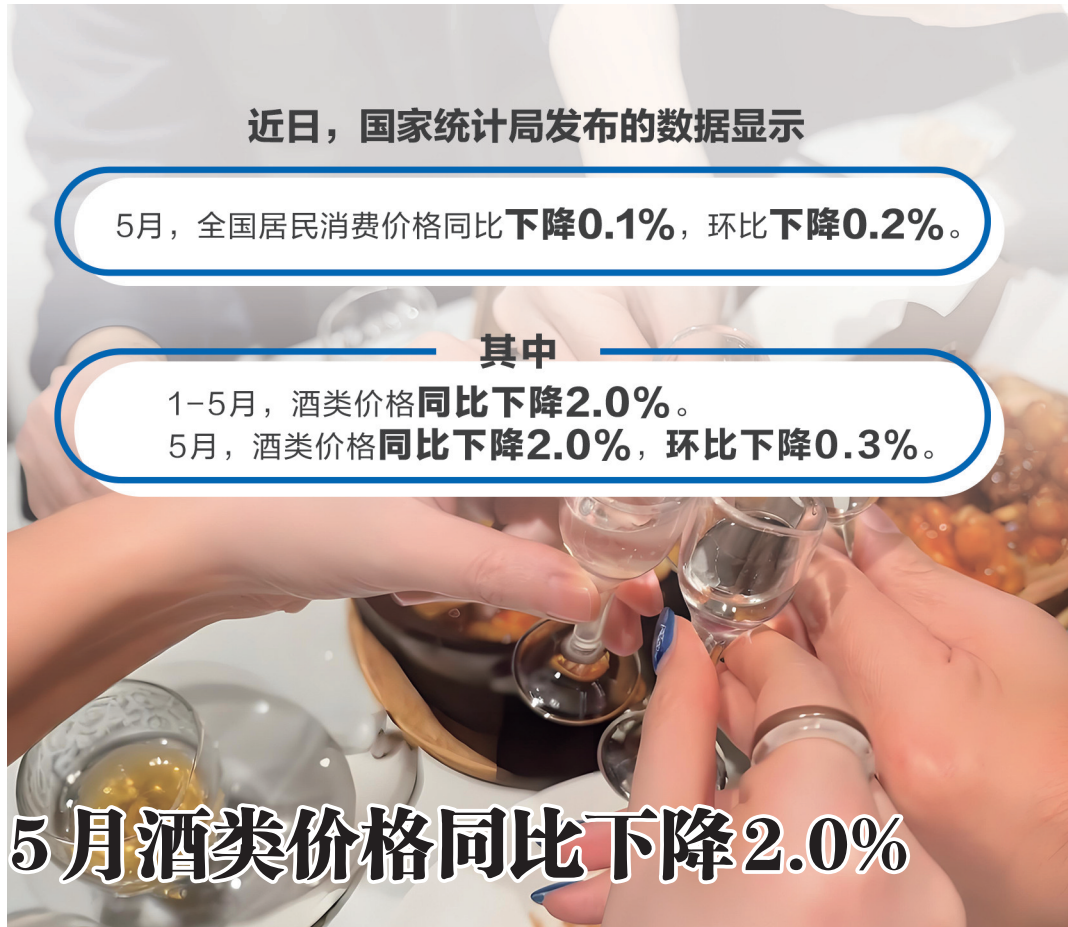
本报记者 徐菲远 发自北京

近日，德国盖森海姆大学葡萄酒与饮品商业研究院在ProWine 香港酒展发布的一项重要研究成果表明，在整体葡萄酒市场增长趋缓的背景下，白葡萄酒正异军突起，被国际生产商和中国经销商共同列为2027年前最具增长潜力的酒类。

该报告强调：“到2027年，干白葡萄酒将成为最受欢迎的葡萄酒类型，其行业评价已超越红葡萄酒。”该结论基于2024年11月至2025年2月期间针对中国葡萄酒市场的国际调研，汇集了本土经销商与国际生产商的意见。

中国籍葡萄酒大师邢威MW等知名专家受邀对研究结果进行点评时指出，中国红葡萄酒产量在过去十年间经历了断崖式下跌，从年产量超100万千升骤减至12万千升，这一剧烈变化为白葡萄酒市场的发展创造了新的机遇。

A6



Headline 特别推荐

宿迁：“三河两湖一湿地”孕育的“绵柔”传奇

宿迁的酿造密码，是水、土、气三位一体的生态馈赠，更是人与自然千年对话的文化结晶。站在新的历史节点，宿迁产区正以“千亿级产业”为目标，推动传统酿造智慧与现代科技的深度融合。

A3

酒业年轻化重点在于聚焦活力、创新和包容

于茅台而言，年轻化不是狭义的年轻化，不能为了年轻化而年轻化，也不能唯年轻化而年轻化，这是茅台年轻化的基本原则。

A2

酒企增速合理化与重构价格体系同等重要

中国酒业的底层消费力依然坚韧，当前的压抑恰是酒商苦练内功、重构能力的黄金窗口期。

A2

消费者准备好接受AI推荐饮品了吗？

在这个算法日益主导的时代，保持对技术理性的审慎态度，或许才是消费自主性的最后堡垒。

A2

破局“既要又要”，白酒如何圈粉Z世代？

在传统与现代的夹缝中，悦己的情绪价值在左右一切，酿造属于自己的生活滋味。

A5

酒企的股份回购潮，能否让售价与股价企稳？

对于市场而言，以茅台为代表的名酒企业的股价表现与主打产品的价格波动，或许是对投资决策最具影响力的指标之一。

本报评论员 杨孟涵

5月8日，贵州茅台披露股份回购公告，显示了公司回购股份的最新情况。

这实际上是源于2024年11月27日召开的年度第一次临时股东大会审议通过的回购方案——这次回购决定以自有资金通过集中竞价交易方式回购股份，用于注销并减少注册资本。回购价格不超过1,771.90元/股（含），回购金额不低于人民币30亿元（含）且不超过人民币60亿元（含）。

截至2025年4月底，公司已累计回购股份2,017,483股，占公司总股本的比例为0.1606%，购买的最高价为1,584.06元/股、最低价为1,417.01元/股，已支付的总金额为3,038,850,762.50元（不含交易费用）。

实际上，除了贵州茅台之外，包括金徽酒、舍得酒业等多个酒企也都在2024年发布了相关回购

计划。

金徽酒于2024年3月15日召开的第四届董事会第十四次会议上，审议通过《关于审议金徽酒股份有限公司以集中竞价交易方式回购公司股份方案的议案》，同意使用不低于人民币1亿元（含），不超过人民币2亿元（含）的自有资金以集中竞价交易方式回购公司股份，回购股份的价格不超过人民币28.00元/股（含），回购期限为自公司董事会审议通过本次回购方案之日起12个月内，回购股份用于实施员工持股计划或股权激励。

名酒企业自去年开始掀起股份回购潮，在外界看来，恐怕难免与其股价的波动联系在一起。

在此之前，贵州茅台股价于2021年登顶。当年度2月10日，正是春节前最后一个交易日，贵州

茅台股价接连突破2500元，站上了2600元的关口，市值也达到了3.2万亿，傲视整个A股。彼时，茅台产品的零售价也达到高点，单价约在3000元。

但是，2023年后，贵州茅台股价、售价的下降现象十分明显，不复往日盛景。到了2024年，其股价早已跌到了2000元以下，同时，飞天茅台的零售价也跌到了2000多元的水准。

所以，外界期待，茅台的回购行为能在一定程度上减少股价、售价的波动，达到企稳目的。但是，从2024年至今，贵州茅台的股价、产品零售价依然处在波动状态，并未企稳回升。

实际上，对于一个老牌A股企业而言，除了稳定投资者信心之外，回购股份并“注销减少注册资本”的目的，还在于优化资本结构、提升股东回报。

以金徽酒为例，根据其在5月14日发布的《2024年年度权益分派实施公告》，向全体股东每10股派发现金股利5元（含税），占公司2024年度合并报表中归属于上市公司股东净利润的64.00%，这也是近三年来金徽酒年报分红比例最高的一次。5月19日，贵州茅台发布公告称，2024年度股东大会通过了2024年年度利润分配方案，拟每10股派发现金红利276.24元（含税），合计派发现金红利346.71亿元（含税）。

这样看来，酒企的回购动作显然起到了优化资本结构并提升股东回报的目的。但对于市场而言，以茅台为代表的名酒企业的股价表现与主打产品的价格波动，或许是对投资决策最具影响力的指标之一。

社评
Editoria