华夏酒报官方微信 华夏酒报官方微博
cnwinenews.com 中国酒业新闻网

CHINA WINE NEWS
華夏酒報
SINCE1989

2026年1月
6
星期二
今日8版 总第3409期
统一刊号:CN37-0034
中国十佳行业报

专业·专注·建设性

名酒打响取消“分销”第一枪?

可以预见的是,伴随着少数名酒企业取消分销措施的实现,更多酒类企业将会快速跟进,层层分销的模式会逐渐消失,市场会变得更加扁平化和多元化。

本报首席记者 杨孟涵 发自北京

日前召开的贵州茅台全国经销商联谊会上,除了备受关注的茅台价格管控政策外,最引人瞩目的是,企业方面宣布“2026年取消分销模式”这一信息。

曾是名酒销售重要构成部分的分销商,为何突然会成为裁撤对象?这背后代表着怎样的一种发展趋势?

对诸多名酒企业而言,因为库存而导致的经销商、分销商“压力山大”,因为销售层级过多而导致的价盘秩序不稳,因为直销和电商平台的冲击……都对传统分销体系构成了挑战,引发渠道扁平化。

传统的“厂家→一级经销商→二三级分销商→终端”的分销模式,在行业上升期起到覆盖市场、快速扩张的作用。

但是,在如今需求遇冷、库存积压的背景下,这一模式则暴露出明显弊端:利润空间被不断挤压,由于动销不畅、价格倒挂等问题,渠道利润不足以支撑多级分销体系。

A3

Headline
特别推荐

让名酒成为全球消费者共享和美的使者

弘扬名酒文化,就是激活民族共同的文化记忆与情感认同,是在全球化背景下,建立东方生活美学话语体系。 A2

以“古法酿造+现代科技”赋予酒业新内涵

白酒是关乎时间价值的行业,唯有坚守长期主义、做时间的朋友,围绕消费者创造价值,才能行稳致远。 A2

威士忌的下一个主场会是中国吗?

时间与资本的天然壁垒、消费者预期的转变以及激烈的国际竞争,是中国威士忌前行道路上必须逾越的障碍。 A2

柳林酒以长期主义引领区域酒企复兴之路

区域酒企唯有扎根历史文脉、坚守品质初心、拥抱时代创新、践行长期主义,才能在激烈的市场竞争中破局突围,实现老牌名酒的华丽复兴,为地方经济发展与文化传承注入持久动力。 A5

中国马瑟兰:风土炼就的“千面”明星

马瑟兰有望从“中国市场的新星”,成长为一张代表中国风土、连接国际市场的“名片”。 A7

New
新视点

从“上坡路”到“分岔路”白酒业靠什么决胜?

白酒业已从“外部驱动增长时代”进入“内生竞争时代”,行业竞争重点正在从过去的“抢份额、抢渠道、抢资源”,转向“深经营、深用户、深场景”。

本报特约撰稿人 刘圣松 袁道平 发自北京

整体来看,2025年–2030年,白酒行业将呈现“总量弱稳、结构分化、品牌分层”的基本格局:总量不再快速增长,但也不会出现断崖式下滑;高端稳中偏弱,次高端强势成长;大众酒洗牌加速;年轻人市场从排斥转向重建;即时零售、大数据、AI等新变量重构竞争逻辑。

当前,白酒行业已经从“外部驱动增长时代”进入“内生竞争时代”,行业的竞争重点正在从过去的“抢份额、抢渠道、抢资源”,转向“深经营、深用户、深场景”。所有企业都在寻找新增长,但真正的突破点不会来自简单的流量,也不会来自政策窗口,而将来自更底层的结构性创新。

白酒行业正在经历一次“从头到脚的重构”。过去的白酒行业是一条“上坡路”:只要顺势,大家都能增长;未来的白酒行业是一条“分岔路”:只有深刻理解结构的人,才能找到真正的增长路径。 A4

2026 新年献词

带着希冀坚定转型

蛇年渐行渐远,马年奔驰而来。

如果说过去的一年,对酒业而言是艰难、是重压、是迷茫、是探索,那么,如今所要面对的,则是怀着希冀的、必须坚定转型的一年。

守旧面临着“探底”,转型才有“希望”。

自2023年起,酒类行业的发展趋势渐渐明朗,在消费场景大幅迁移、消费需求大幅调整的情况下,坚持旧的模式、旧的产品、旧的平台,会引来无尽的积压和滞销。

这其中,少数名酒企业凭借着卓越的产品与强大的资金,依然保持升势;绝大多数中小型企业则在市场剧烈的转变中碰壁,从而导致了泾渭分明的分化。

不过,这种分化却让部分企业产生错觉,而未能尽快看清趋势。直到2025年版“禁酒令”扑面而来,导致公务、商务消费场景断崖式回落,直接冲击高端名酒的销售和价格线。

于是,这场剧烈的转变,这场自上而下、全面覆盖的深度调整,才让行业拥有了普遍共识:承压无分高低,转型才是唯一出路。

转型方向何在?

在产品的创新,适应Z世代渐成消费主流、以个体情绪需求取代传统社交需求的现实;在渠道的创新,适应打破了信息差而无法单向攫取高额价差的时代、适应传统经销网络壁垒被电商打破的新时代;在商业模式与场景的创新,适应传统消费场景萎缩而新场景碎片化的现实。

这一切转型的底色,依然在于酒类产品的积淀与内在品质。

也正因为此,我们所推出的“中国酒业华夏奖”于纷繁变化的逆流顺流中,依然坚定捕捉企业的历史底蕴和品质底色加以褒扬,展示了我们在行业迷惘之际,也不忘初心、坚守底色的信心所在。

2026年,行业变化几何?

尽管没有人能够准确预知一切,不过在市场的倒推与企业主动的调整之下,一场面向未来的整体转型在所难免。年轻化、数字化将成为酒业调整所普遍遵循的方向,依据消费需求与消费场景而对产品功能与个性进行更为细致的定位,也是应有之义。

这种转型,绝不是浅表的美化,而是脱胎换骨的新生,背后伴随着企业与产品价值的重生、产品形象的重塑、渠道的重构……变“售卖资源”为“提供价值”——这才是适应消费需求的终极目标。

作为行业官方媒体,《华夏酒报》也将一如既往,用我们冷静之眼来深入观察、刻画描摹行业的每一丝细微变化,用我们带着温度与希冀之心,持续为酒业鼓与呼!愿我们满怀希望,在诸多不确定性中沉淀下来,去开创更为美好的未来!

本报编辑部
2026年1月1日

■ 未经许可,本报所刊作品一律不得转载。
邮发代号:23–189 国外代号:D4354 主管主办:华夏传媒集团