

价格回调,正在击穿白酒行业三大核心防线

2026年白酒行业的价格回调,绝非简单的周期性波动,而是对过去二十年来价格驱动高端引领发展逻辑的修正。过去依托价格上涨打破市场天花板的模式已经结束,行业正逐步回归消费本质。

本报特约撰稿人 邹文武 发自北京

步入2026年的中国白酒行业,以一场始料未及的价格回调拉开序幕,头部领军企业率先下调多款核心产品打款价。行业龙头价格防线松动,不仅开启了全行业集体价格下调的潮

流,更标志着白酒行业过去十年依托价格上涨驱动的繁荣周期已经结束。

未来,行业是否会陷入持续缩量缩价的深度调整周期,将全面影响并改写中国白酒产业的发展格局。

价格上涨是过去十年的核心引擎

回溯白酒行业过去二十年的发展,其核心增长逻辑并非源于消费需求的实质性扩容,而是依托价格持续上涨打破市场天花板,形成“涨价-增值-囤货-再涨价”的循环闭环。

企业不断通过中高端化的引领,使白酒行业成为跑赢GDP增长的吸金行业,高端白酒核心价位从2000年初的200元左右,持续上涨到500元、1000元乃至2000元,可以说,每五年完成一个质的飞跃。行业规模从500亿元到8000亿元级的快速增长,其核心驱动力来自价格拉升。

这一底层逻辑在头部企业身上体现得尤为明显,众多头部企业通过产品的高端化,实现了高速发展。茅台旗下的多款核心产品凭借持续涨价,成为金融属性大于消费属性的投资品,部分纪念酒价格半年内涨幅超70%。五粮液、泸州老窖等企业则通过跟随涨价巩固高端地位,形成全行业的涨价共识。在这种不断涨价的模式下,渠道经销商的核心盈利逻辑从动销获利转向价差套利,行业发展高度依赖价格上涨带来的增值预期,而非真实消费需求的支撑。

价格回调是对行业现有生态的冲击

本次头部酒企启动的价格回调策略,已将高端白酒的核心价位从2000元回落至1000元,这已经不是简单的市场价格调整,而是对行业现有生态的冲击,其影响正通过三大连锁反应持续扩散,击穿行业生存底线。

渠道体系崩溃风险:价格倒挂恶性循环加剧

价格回调的首要冲击直指渠道体系。行业数据显示,2025年,已有60%的白酒企业陷入价格倒挂困境,800元-1500元价格带最为严重。而茅台、五粮液的降价动作,进一步加剧了渠道恐慌。此前依赖价差套利的经销商纷纷抛售库存,导致市场价格进一步下探,形成“降价-抛货-再降价”的恶性循环。

更严峻的是,行业整体库存仍处于高位。截至2025年末,白酒行业平均库存周转天数约80天-100天,需6个-8个月才能消化完毕,其中,次高端酒企库存普遍达90天-120天,中小酒企库存更是超过180天。价格回调导致经销商现金流紧张,部分区域已出现经销商退出潮,未来,随着市场持续缩量、缩价发展,渠道及烟酒店将大面积退出,进一步加剧行业困境,从而导致流通渠道梗阻。

消费需求萎缩:增值预期消失引发囤货退潮

过去十年,高端白酒的消费需求中,囤货性需求占比达35%,这部分需

求完全依赖价格上涨的增值预期。此次头部企业降价,直接打破了这一预期,囤货群体纷纷停止补库,甚至加入抛售行列,导致高端白酒短期市场供给激增,进一步压制价格,同时,真实消费需求也面临减弱。

从消费端看,代际更替正在重塑需求结构。40岁-60岁核心消费群体的消费能力快速下降,70后人均年饮用量从2019年的8.3升,降至2024年的5.7升;Z世代对传统白酒接受度较低,78%的人拒绝传统酒桌文化,62%的人无法适应高度酒的刺激感。叠加经济环境影响,商务宴请、礼品消费等核心场景需求持续收缩,价格回调,可能会进一步加剧缩量趋势。

行业生态失衡:价格体系崩塌引发全链条动荡

白酒行业的价格体系具有极强的传导性,头部企业核心产品价格是全行业的价格锚点。此次茅台、五粮液下调价格,已引发连锁反应:泸州老窖国窖1573终端价下调8%-10%,剑南春、舍得等次高端产品纷纷跟进降价。若头部企业核心单品(如53度飞天茅台)价格失守,将彻底击穿行业价格底线,引发全行业价格体系崩塌。

价格体系的动荡还将传导至生产端。过去依赖高价支撑的产能扩张、品牌投入将难以为继,部分中小酒企因缺乏品牌力和成本控制能力,将陷入“产能过剩-亏损-停产”的困境。



前景推演: 2026年大概率陷入缩量缩价的深度盘整周期

综合行业现状与发展逻辑,2026年白酒行业大概率将陷入持续缩量、缩价的深度盘整周期,乐观预期的弱复苏难以实现,市场信心有进一步崩塌的风险,核心有三:

去库存压力下,价格回调将持续深化

2026年春节是行业去库存化的关键窗口期。当前,头部酒企虽库存相对健康(茅台库存45天,五粮液库存2个月),但行业整体库存仍需6个-8个月消化,甚至很多终端全年不进货都不影响白酒销售。若春节动销不及预期,头部企业为推动去库存化,可能进一步扩大降价范围,甚至波及核心单品。而中小酒企为了生存,将被迫以更大的幅度降价抢份额,全行业价格战不可避免,缩价趋势将持续深化。

消费需求短期难以回暖,缩量成为必然

消费端的疲软态势短期内难以逆转。一方面,商务宴请、礼品等传统核心场景需求受经济环境影响持续收缩;另一方面,代际更替导致年轻消费群体对白酒接受度偏低,72%的Z世代

更偏好低度酒、果酒等多元化饮品,白酒消费的文化人口正在断裂。同时,即时零售的崛起,让先囤货再消费的模式逐渐退出,消费者更倾向于即时满足,进一步压制整体销量。预计2026年白酒行业整体销量将下降5%-8%,缩量趋势明确。

行业分化加剧,深度盘整不可避免

价格回调将加速行业洗牌,形成头部承压、腰部塌陷、尾部出清的分化格局。头部企业虽能凭借品牌力和资金实力抵御短期冲击,但营收、利润增速将大幅下滑;次高端酒企因价格带重叠、品牌力不足,将成为价格战的重灾区,市场份额持续萎缩;中小酒企因库存高企、现金流紧张,将加速退出市场。这种分化并非短期波动,而是行业发展逻辑重构后的长期趋势,2026年酒业将进入深度盘整的关键阶段。

2026年白酒行业的价格回调,绝非简单的周期性波动,而是对过去二十年来价格驱动高端引领发展逻辑的修正。过去依托价格上涨打破市场天花板的模式已经结束,行业正逐步回

归消费本质,但这一过程注定充满阵痛。

对于行业而言,若头部领军企业核心单品价格持续回调,将彻底击穿行业信心底线,引发全链条动荡;若能守住核心单品价格锚点,虽可避免系统性风险,但深度盘整的周期仍将持续。无论何种情况,2026年都将成为白酒行业发展的分水岭,过去的繁荣一去不返,未来的发展必须依赖真实消费需求的挖掘与价值回归。对于企业而言,唯有放弃对价格上涨的依赖,聚焦产品品质、消费场景与用户运营,才能在深度盘整中存活下来,否则将被行业变革的浪潮淘汰。

2026年,可能是过去十年白酒行业产量持续下降的最后一年,也可能是未来十年白酒行业消费最好的一年。希望这场价格回调,是未来“十五五”白酒行业吹响新繁荣的号角。(作者系北京圣雄品牌策划有限公司总经理)

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

