

电商新政,如何重塑酒类流通未来格局?

新政导向下,酒类流通领域不再是简单的“线上”替代“线下”,而是呈现“传统终端做深、即时零售做快、电商平台做全”的多元并存格局。

本报记者 魏斌 发自北京

4月6日,商务部等6部门联合印发《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》(以下简称《意见》),提出5方面、16条举措,明确

要求电商平台优化流量分配、搜索排名等机制,提升商品质量、服务口碑等指标权重,提出积极打造融合载体,支持建设新消费场景等举措。

近年来,线上电商行业在持续高速增长的同时,也在深刻改变传统消费业态。商务部数据显示,我国已连续13年成为全球最大的网络零售市场,带动

就业规模增至7900万人。而在酒类流通领域,这种改变的趋势同样显著,2025年,酒类即时零售市场规模已突破500亿元,预计未来几年将以50%左右

的复合增速持续扩容。

从传统电商到即时零售,线上渠道正从传统渠道的“补充”,变为流通渠道的“重要引擎”。

新政三大导向,从低价竞争转向品质比拼

梳理《意见》全文可以看出,其中对酒业线上化发展的引导路径清晰可辨。

导向一:流量分配机制重构,正品价值回归。

《意见》明确要求“提升商品质量、服务口碑等指标权重”。这意味着,过去利用名酒低价引流,再向消费者推销杂牌高毛利产品的模式,将受到实质性遏制。

对于酒业而言,这无疑重大利好——名酒的价格标杆作用将得到强化,拥有正品背书和强供应链能力的酒类连锁、品牌官方店,将成为平台政策的

优先受益者。2025年8月,贵州茅台酱香酒营销有限公司与淘宝闪购宣布启动深度合作,为消费者提供“正品茅台30分钟送达”服务。半年内,其上线门店从超千家增至近3000家,覆盖全国245座城市,正是对这一趋势的验证。

导向二:平台开放赋能,传统门店获数字化“武器”。

《意见》提出,“引导电商企业推出‘小快轻准’数字化产品和解决方案,向品牌商家、中小企业和个体工商户开放数据、渠道、技术等”。这一要求直击传统酒商的痛点——大多数烟酒店“坐店

等客”,缺乏线上运营能力,难以兑现快速送达的承诺。

在政策推动下,平台将有更强的动力向传统终端输出数字化工具,帮助其实现门店数字化、库存管理、精准营销。对于数百万中小酒商而言,这意味着,线上线下结合的门槛将更低。

导向三:即时零售融入“便民生活圈”,场景化消费获政策支持。

《意见》专门提出“推动即时零售融入‘一刻钟便民生活圈’”。这从顶层设计上确认了即时零售的民生基础设施属性。对于酒业而言,这恰好与消费场



景的深刻变迁形成呼应——酒类消费正从商务宴请、节日礼赠等强计划场景,转向家庭自饮、朋友小聚、深夜小酌等碎片化场景。

相关数据显示,过去一年,酒类即

时零售73%的订单送往住宅小区,夜间消费订单占比高达70%。政策的认可将加速这一趋势,围绕30分钟达的保冰配送、夜间专属服务等精细化运营,将成为酒业下一阶段竞争的核心壁垒。

三方协同共生,构建酒业流通全新发展格局

新政导向下,酒类流通领域不再是简单的“线上”替代“线下”,而是呈现“传统终端做深、即时零售做快、电商平台做全”的多元并存格局,三者各司其职、深度融合,同时,推动酒业各环节迎来深刻的分化与重构。三者之间并非零和博弈,而是精准匹配不同消费场景的互补关系。

电商平台的核心价值在于“做全”。

传统B2C电商聚焦计划性购买场景,无需极致速度,但需要丰富的SKU、详实的产品信息、真实的用户评价与透明的价格对比。这一渠道仍是名酒企业品牌展示、计划性销售的核心阵地,承担

着全国范围的品牌辐射与批量交易功能。

即时零售的核心价值在于“做快”。

“30分钟达”精准填补“此时此刻想喝”的即时需求空白,解决传统电商次日达滞后、线下门店营业不确定的痛点。其本质不是替代传统终端,而是延伸线下场景的服务边界,覆盖传统终端响应不及时、覆盖不足的空白区域。

传统终端的核心价值在于“做深”。

商务宴请的专属服务、年份老酒的收藏交易、高净值人群的定制化需求,这些场景依赖的是线下面对面的信任建立、专业酒文化知识传递与长期人情关

系维护,这是线上渠道难以替代的核心壁垒,那些能深耕本地客群、做细服务体验的传统门店,依然拥有稳固的生存根基。

在此背景下,酒企需强化渠道管控,构建自营线上渠道,并平衡各方利益;酒商应结合规模差异化转型,连锁大商打造履约节点、小微终端依托工具轻量化上线;而平台则需从流量分发升级为生态共建,珍惜共同发展的生态,切勿借助流量优势收割酒商、挤压中小烟酒店的合理利润,以全链路保真与服务创新赋能行业健康成长,真正实现平台、酒企、终端与消费者的多方共赢。



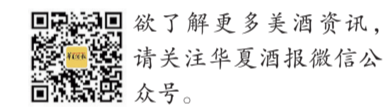
靠品质与服务 赢得用户的时代正式到来

站在2026年春天回望,酒业流通的变革轨迹已足够清晰,新政释放的核心信号也十分明确:靠信息差赚取暴利的时代彻底落幕,靠品质与服务赢得用户的时代正式到来。

多元共生的酒业流通格局下,唯有摒弃零和博弈思维,平台赋能

不收割、酒商转型不盲从、酒企提质不浮躁,才能让酒业流通朝着规范、高效、健康的方向前行,让品质与公平成为行业高质量发展的永恒底色。

想了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。



泰山酒業
—想平安 喝泰山—

儒风泰山
泰山酒

山高仁为峰 儒风泰山酒

泰山酒业集团股份有限公司
电话:400-661-2289
展会地点:泰山国际会展中心BT15

倡导理性饮酒,禁止向未成年人出售

中华老字号
China Time-honored Brand

蘭陵王酒 王者归来

百年
蘭陵王
LAN LING WANG LIQUOR
浓香型白酒
酒精度:38%vol 净含量:500ml

山东兰陵美酒股份有限公司 服务热线:0539-5588998