

白酒市场中期报告:86.7%企业利润下滑 “三重收缩”倒逼产业重塑

当前,白酒行业供给正从单一香型向多元化、系统化演进,香型格局正从“品牌决定香型”向“香型服务品牌”转变。未来,白酒行业的竞争将转向品牌底蕴与品质的较量。

本报记者 刘雪霞 发自北京

近日,在2026四川国际美酒博览会开幕式上,中国酒业协会正式发布《2026中国白酒市场中期研究报告》(以下简称报告)。

报告以2026年1月至6月白酒市场

动态为观测窗口,系统梳理了上半年行业经营状况、供给结构、消费趋势与渠道变革,并对下半年走势作出研判。作为“十五五”开局之年的首份行业中期报告,其释放的信号备受市场关注。

经营指标:陷入“三重收缩”困境,利润端承压显著

报告显示,2026年一季度,20家A股上市白酒企业合计实现营业收入1326.33亿元,同比下滑0.7%;归母净利润合计520.19亿元,同比下滑1.75%。

虽然营收与净利延续“双降”,但相较2025年全年营收下滑18.1%、净利下滑24.1%的幅度已大幅收窄,行业展现出明确的边际改善信号。

然而,从更广泛的行业调研来看,

酒企业经营指标仍面临严峻挑战。2026年上半年,61.2%的受访企业客户数量减少,74.1%的企业客单价下降,营业额减少的企业占比达74.8%,营业利润减少的企业占比高达86.7%。

客户数量、客单价与营业额同步收缩,而利润端的降幅远超营业额,反映出营收下滑的同时,生产、人工、渠道维护等刚性支出难以同步缩减,企业盈利能力遭受严重冲击。



供给端:浓香主导,清香加速追赶,多香型生态成型

从供给结构来看,白酒行业仍以浓香、酱香为主,但多元化趋势日益显著。

报告显示,2026年上半年,白酒企业主营产品中,浓香型占比34.8%,市场基础最为稳固;酱香型占比19.7%,虽有所降温但头部企业产能布局已基本完成;清香型占比15.2%,正迎来复苏周期;兼香型占比13.6%,反映出企业多香型并举、分散风险的布局思路;凤香型及其他小众香型合计占比

10.6%。浓、酱、清三大香型合计占比达69.7%。

关于未来香型格局,42.7%的受访企业认为,将呈现“浓、清、酱三足鼎立”态势,32.5%的企业看好浓香持续主导市场。由此来看,当前,行业供给正从单一香型向多元化、系统化演进,香型格局正从“品牌决定香型”向“香型服务品牌”转变。未来,白酒行业的竞争将转向品牌底蕴与品质的较量。

消费端:理性化深化,场景与人群同步迭代

消费端的变化是本次报告的另一核心看点。

86.4%的受访企业认为,“消费理性化、性价比优先”已成为突出趋势。消费场景方面,49.3%的企业认为,白酒消费正从商务礼赠向日常刚需渗透;47.6%的企业认为,消费者的消费

动机正由社交驱动转向悦己为主。白酒正逐步剥离“社交货币”属性,回归饮品本源。

人群结构方面,商务及企业管理人群占比81.5%,仍是行业基本盘;1985年至1994年出生的中年白领占比65.0%,构成承上启下的中坚力量;

95后年轻职场人群占比19.9%,女性新增消费人群占比15.0%,虽占比有限,但已成为酒企战略布局的焦点。

此外,39.2%的企业关注到“低度微醺、松弛健康”的需求增长,38.1%的企业捕捉到年轻化、女性化的代际更迭趋势。

线上渠道:从“补充”走向“引擎”

报告显示,2025年,20家A股上市酒企中,有18家企业披露线上营收,线上销售收入合计256.21亿元。线上渠道呈现显著结构性分化:全国化品牌线上规模从2024年的280亿元降至2025年的195.7亿元,同比下

降30.1%,反映出头部品牌主动收缩线上投放以维护价格体系;而泛全国化品牌与地方性品牌线上增速分别为17.2%和13.5%,区域酒企通过线上化实现突围。

展望下半年,白酒企业重点布局

的前五大销售渠道依次为,线下传统流通渠道(86.7%)、即时零售平台(38.5%)、社交媒体内容电商(22.4%)、线上品牌商城(21.0%)和直播带货(18.2%)。线上化渠道增势明显,正从“补充”角色走向“引擎”驱动。

市场动销:节日效应减弱,行业预期偏谨慎

2026年上半年,白酒消费呈现“节日效应减弱、日常消费疲软”的特征。春节作为传统旺季,仅11.33%的企业反馈消费量增长,60.94%的企业反映消费量下滑,春节后日常消费减

少比例攀升至82.42%。“五一”假期白酒消费同样表现疲软,增长占比仅为4.3%,下降占比达到75.78%。

对于下半年走势,68.5%的受访白酒企业认为,市场将继续下行调整;

仅16.8%的企业认为,行业将小幅回暖,12.6%的企业预期明显复苏。报告指出,若宏观经济与消费信心无超预期改善,下半年市场大概率将延续存量博弈、结构分化的调整格局。

锚定经典定位,打造“新经典、新酒巷、新场景”

针对白酒行业现状,报告提出五项政策建议:一是锚定经典产业定位,重塑行业价值生态;二是打造产业新经典,分层迭代产品矩阵,适配多元消费需求;三是激活消费新场景,拓宽业态边界,构建多元消费生态;四是创新

内容传播矩阵,赋能酒文化破圈发展;五是注入数智新动能,驱动新经典与新场景迭代升级。

报告强调,2026年是白酒行业迎来政策拐点、价值拐点、发展拐点的关键之年,需紧抓历史机遇,以“新经典、

新酒巷、新场景”为行业高质量发展核心主线。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。



酒类信息及配套专版

»

朗脉

洁净级不锈钢智能酿造设备/智能不锈钢酒罐/不锈钢管道/智能化调酒系统核心供应商

（股票代码：002160） 联系人：任德龙 联系电话：15705381189 地址：上海市闵行区集心路168号6号楼5层

上海朗脉洁净技术股份有限公司，是上市公司常铝股份（股票代码002160）的全资公司，公司注册资本3.4933亿元，主要从事于白酒、黄酒、葡萄酒、调味品、医药等食品级洁净工程总承包领域。是洁净级不锈钢酿造设备、不锈钢酒罐、不锈钢管道及智能化调酒系统核心供应商。上海朗脉洁净技术股份有限公司的服务宗旨是用做医药设备的洁净理念来为传统白酒行业服务。

近年服务客户

智能化酿酒设备 自动化调酒系统 洁净级不锈钢酒罐

金得 五粮液 洋河酒厂 柳林酒 汾酒集团 贵州茅台酒 红星二锅头 古井贡酒