

从卖酒到“卖生活方式”，高端白酒出路在哪

只有真正读懂消费者，不断变革的品牌才能迎来下一个春天



文/片 李梦瑶 管悦
济南报道

想尽各种办法卖酒 销量依然下降两成

5月20日上午，在济南市康虹路附近的一家酒行里，老板小宁正忙着拍摄讲解白酒最新行情的短视频，吸引潜在客户来咨询。他身后的展示柜里，飞天茅台被摆在了最显眼的位置。

“今天散飞2180元/瓶，原箱2250元/瓶，价格已稳定半个月了。”小宁说。

作为白酒行业的风向标，飞天茅台价格犹如市场行情的“晴雨表”。当日，记者走访济南市区多家酒水销售门店发现，飞天茅台售价均在2100—2230元/瓶，原箱售价在2250—2270元/瓶。大多酒行老板均表示，近一周时间飞天茅台价格无较大起伏，但是销量萎缩很厉害。五粮液价格也稳定在800—900元价格区间。

今年，高端白酒市场持续低迷。春节作为白酒的传统销售旺季，本被寄予渠道端去库存的期望，也成了“最冷春节档”。随后几个月，单价虽也有起伏，但都在百元以内。

“实话说，只有生肖茅台和飞天茅台还挣钱。”在奥体中路附近做酒水生意的吴鹏表示，实体店几乎无人光顾。在线上销售渠道，他每天都想方设法拍段子来“引流”，但效果不太明显。

小宁有着同样的感受，“目前飞天价格比去年同期每瓶便宜了300元，还是走不动量。”小宁翻着销售台账摇头说，今年销量同比下滑20%，周转速度明显慢于往年。

不少酒商库存压力大 资金周转面临困难

“白酒的周期性还是比较明显的。”吴鹏认为，2002年到2012



济南一家酒行里，摆满了名酒。

果然財經

GUO RAN
FINANCE

5月19日，一年一度的茅台股东大会在贵州茅台镇召开。茅台宣称，公司“正从卖酒向卖生活方式转变”。其他一些高端白酒也纷纷打造新应用场景，加大对库存力度，争取与消费者产生“共鸣”。

高端白酒市场一系列“新打法”，能够为未来找到新出路吗？



年，这十年堪称白酒行业的黄金发展期，尤为突出的是茅台酒，其凭借故事营销以及“国酒”光环，一举赶超了当时的行业“老大”五粮液。

其间，洋河、国窖1573、郎酒等市场需求也井喷式增长，迎来一个繁荣周期。茅台品牌热更是带动了酱香酒品类的崛起，茅台镇作为酱酒核心产区，众多中小酱酒企业如雨后春笋般涌现来抢占市场。

2012年年底，受政策影响，不少酒企开启转型，将市场从公务消费转向商务消费和大众消费。“两年的时间，飞天茅台市场价从2300元降至850元。”吴鹏回忆。到2015年，飞天茅台的市场价已“触底”，从2016年开始迈入了一个高速发展周期。2017年底茅台发布涨价公告，飞天茅台出厂价从819元/瓶提升至969元/瓶，市场零售指导价为1499元/瓶，市场成交价更是水涨船高。

到2019年，飞天茅台市场零售价已攀升至3000元左右。在小宁印象里，2021年是茅台价格涨势“最猛”的一年，当时买一瓶2019年产的飞天茅台得3200多元。“大家都是买涨不买跌的心理，价格越炒越高。”

2020年前后，吴鹏去过一次茅台镇。当时这里人人都在围绕着酱酒转，除了酒厂车间，几乎

都是售酒的商铺，到处塔吊高耸，不少酒厂都在扩建。在贵州茅台以及整个酱酒产业的带动下，2020年，茅台镇的生产总值就逼近千亿元，而且是西部地区唯一一个“中国百强镇”。可是好景不长，从2024年开始白酒行业震荡下行，“飞天茅台酒”散瓶价格从年初的2700元跌至2100元左右。

数据显示，2024年19家上市白酒公司总共实现营业收入4419.42亿元，相比2023年增长7.67%，收入增速明显放缓。从三家高端酒企来看，贵州茅台2024年实现营收1741.44亿元，占上市酒企营收比重为39.4%，提升了近3个百分点。五粮液和泸州老窖收入增速分别为7.09%、3.19%，增速相比2023年均大幅下滑。

尤其是风向标茅台，2024年全年基酒产量约为5.63万吨，同比减产约900吨，为茅台酒近十年来首次缩减产能。

“冷”也成为第112届全国糖酒商品交易会期间，被酒企、经销商、消费者普遍提及的关键词。据媒体报道，贵州茅台、五粮液、洋河股份等头部酒企均未举办大型品牌活动，针对春糖会的品宣投入显著减少。

近期，中国酒业协会发布今年一季度酒业的主要指标情况，

数据显示，一季度全国白酒产量103.24万千升，再度下滑，同比下降7.22%。

吴鹏分析，过去行情好时，酒商乐意充当企业的蓄水池。但当动销不畅、平衡被打破，市场再度迎来直接冲击，就有可能面临资金风险。如果今年飞天茅台市场价降到2000元以下，也不是不可能。

不断探索新场景 酒企寻找下一个春天

市场的调整还在继续，酒企纷纷出招。

5月19日，茅台董事长张德芹在茅台股东大会上表示，“相信未来在家庭重要聚会、消费者重要高光时刻以及国际市场上，会看到更多茅台酒的身影。”此外，他还提到，目前公司正在从“卖酒向卖生活方式转变”，从消费群体、消费场景、消费方式转变入手，积极打造新的营销模式。

对此，不少人表示认同，酒企在大众市场的深耕与全球化布局——这才是决定行业未来的关键。

多家酒企业也已经意识到此，一方面主动降速调整供给和库存，另一方面也在探索传统商务聚饮模式之外、友饮、自饮等新场景。

例如，洋河股份曾表示，已从“酿酒者”蜕变为“生活方式的创意者”，进一步强化公司与消费者的情感链接与共鸣。珍酒开设了珍酒·1912美食研究所，通过推动中华美食的升级，推动白酒产业发展。泸州老窖通过IP打造、跨界联名、国际推广等方式，吸引新生代消费者。习酒则以“知交”为支点，与潮流IP、艺术家、歌手跨界合作，打造新潮产品线，举办音乐节、电竞赛等触达年轻消费群体心智。

“‘中国白酒回归初心’，本质上就是为了美好生活而酿造，不是为了追求暴利，追求更高的利润、更大的规模，而是为了让消费者的生活更加丰富多彩。”白酒行业分析师蔡学飞分析说。或许，唯有真正读懂消费者，拥抱变革的品牌，方能迎来下一个春天。

相关链接

白酒行业业绩持续分化，价格倒挂仍是核心议题 预计今年三季度开始有望出现一定程度改善

截至4月30日，20家A股白酒上市公司均披露2024年财报，营业收入4422.27亿元，同比增2.28%；净利润1666.31亿元，同比增4.32%。不过，行业结构性变化凸显冷感。

2024年，白酒企业增速下滑明显，两位数营收增长企业从17家降至6家，负增长企业从2家增至5家。头部酒企虽增速放缓，但优势仍在，贵州茅台、五粮液业绩亮眼，茅台以1741.44亿元营收领跑，五粮液稳居第二。汾酒跻身行业前三，形成“茅五汾”格局。然

而，头部企业受行业调整影响，茅台合同负债连续三年下降，五粮液未达两位数增长目标。

二、三线酒企业绩更艰难，洋河股份、舍得酒业、酒鬼酒、金种子酒的营收与利润大幅下滑。价格倒挂、竞争激烈，酒企“控量保价”，销售成本上升。未来，如何穿越周期，仍是酒企必须面对的课题。

中信证券研报称，2024年二季度以来，受到行业消费需求疲弱拖累，上市酒企营收增长开始显著降速，同时受到竞争加剧等

影响，较多酒企的盈利能力在一定程度上承压。今年春节旺季，白酒行业整体动销同比降幅已有一定程度收窄，若未来需求逐步企稳，考虑到2024年的基数效应，预计2025年三季度开始白酒公司业绩表现有望出现一定程度改善。当前头部白酒公司通过提高分红率、回购、增持等不断提升股东回报，增厚投资安全边际。考虑到后续会出台消费刺激政策和宏观经济继续复苏的预期，延续对头部名酒企业的配置建议。

综合界面新闻、东方财富网等

山东青岛：外出游玩遇危险

消防紧急救援

张晓鹏 青岛报道

外出游玩本是放松身心的乐事，但安全问题不容忽视。5月11日，山东青岛接连发生两起游客遇险事件，消防救援人员迅速行动，成功救助受困群众。

5月11日11时，西海岸新区青岛小镇冒险公园内突发意外。一位老人在玩滑梯时不慎受伤，无法动弹，情况危急。接到报警后，辖区星光岛消防救援站立即出动，火速赶赴现场。经过约10分钟紧张转移，受伤老人被安全送至山下。

无独有偶，当天11时51分，在崂山区北宅街道我乐村北侧山上，一名60岁左右的女性游客心脏病突发晕倒。辖区世园消防救援站迅速响应，携带多功能担架等救援装备赶赴现场。经过20分钟左右的努力，成功将晕倒游客抬下山，移交现场等候的120救护人员。

山东青岛：轿车发生事故翻倒

众人合力救出被困者

张晓鹏 青岛报道

5月15日，青岛市崂山区北宅街道东陈村山上，一辆轿车不慎发生仰翻，车辆冒烟，有人员被困，情况危急。

崂山区世园消防救援站救援人员火速赶赴现场，经询问现场群众，得知车辆是撞到路边石头上导致的仰翻，车辆前部分冒烟。车内一共有四人被困，其他三人已被120拉走进行治疗，但是驾驶员被卡在驾驶室，无法出来。

在与120医护人员交流后，救援人员决定合力将车辆后面向下压，让车辆保持一个水平状态，两名救援人员从车的后面进入车内，对被困人员受伤部位进行固定，随后合力将被困人员抬出车外，交由医护人员进行下一步医治。