

山东6成白酒市场份额,被谁拿走了?

山东市场在一般消费场合和大众消费中,38度或42度白酒占比较大,且以本地酒居多;各年龄段的消费者在宴请或商务等场合消费占比各不相同,但外来品牌在高端价位占据主导地位。

本报特约撰稿人 邹文武 发自济南

山东作为白酒产销大省和中国经济最发达的省份之一,酒风甚浓,总体白酒市场规模在600亿元左右,

是全国名酒必争之地、区域酒企最集中的区域和普酒百亿主销市场。酒业调整期,山东白酒市场呈现

出怎样的发展现状,又面临哪些挑战?

市场:百元以上价位外来品牌占主角

调查显示,2023年,山东省白酒销量规模在600亿元+,产量23.14万千升,其中,2023年上半年,山东省规模以上企业白酒产量为10.5万千升,同比增长4.0%。

山东白酒市场竞争情况

2023年,山东白酒市场表现出色,整体销售额稳步增长。其中,茅台近100亿元,五粮液达到30亿元以上,泸州老窖、洋河、汾酒销售额在20亿元-30亿元,剑南春、习酒、郎酒等年销售额在10亿元-20亿元,珍酒、国台、金沙等年销售额在5亿元-10亿元。山东本土品牌如泰山酒业、景芝、古贝春、扳倒井等在2023年表现出色,其中,泰山酒业在2023年实现了各项经济指标的两位数增长,利税达到4.5亿元。

省内外品牌竞争情况

本地品牌销售基本情况

山东市场第一梯队代表品牌有景芝酒业、泰山酒业、云门酒业、古贝春酒业、扳倒井等;第二梯队代表品牌有兰陵酒业、琅琊台酒业等;第三梯队代表品牌有孔府家酒业、趵突泉酒业等。

省外品牌销售基本情况

按品牌档次:高端酒市场份额为17%-26%,其中,茅台65亿元,五粮液27亿元,国窖1573为7亿元-8亿元;次高端市场份额为21%-25%,其中,汾酒17亿元、洋河24亿元、国台10亿元、舍得8.4亿元、郎酒7.8亿元;中低端市场份额为48%-62%,多为地产酒占据。

从集中度情况来看,茅台、五粮液、洋河、汾酒、泸州老窖、习酒和剑南春在河南销售额排名前七,合计份额大概在50%。其中,茅台销售规模在100亿元左右,五粮液在30亿元左右,洋河、汾酒、泸州老窖均在20亿元-30亿元级别,习酒和剑南春在10亿元以上。除TOP7之外,其余酒企

收入均在10亿元以下。

各价位带竞争情况

省内外白酒市场占比

尽管山东本地白酒品牌众多,但市场份额占比较低,销售规模在200亿元左右。外来品牌如茅台、汾酒、五粮液、洋河、泸州老窖等在山东的营收占比较高,销售规模在400亿元左右。本地龙头品牌合计市场份额仅为6%左右。鲁酒在20世纪90年代曾一度辉煌,但随后错过了白酒发展的黄金十年,导致如今外来品牌主导市场。

随着品牌集中化的趋势加强,市场份额逐渐向茅台、汾酒、五粮液、泸州老窖、洋河、习酒、古井贡酒、郎酒、珍酒、国台、钓鱼台酒、金沙等品牌集中。

中高端、低端白酒的销售现状

地产酒数量众多,但无全省化龙头企业,百元以上价位由全国化名酒与酱酒共同主导竞争,“茅五洋”在山东基本实现全省覆盖。

100元以内主要产品为玻汾、牛栏山、扳倒井等;100元-300元价位主要为茅系产品、洋河海之蓝等;300元-500元价位,剑南春、汾酒、舍得表现亮眼;500元-800元价位,以主流酱酒及低度国窖为主,千元价位由五粮液主导;2000元以上超高端价位段,则是茅台的天下。

自上而下,山东白酒价格带规模呈现与全国结构相似的类哑铃型结构。以飞天为代表的2000元档的规模约在84亿左右(出厂价口径,以下皆同),千元价格带规模在34亿元,二者相加合计约为120亿元;300元-800元次高端占比在略小于高端市场,绝对量为130亿元;100元-300元中档白酒市场规模最大,市场规模预计250亿元;100元以内价位普通白酒市场规模在100亿左右。

与全国结构对比,山东省千元价格带规模占比明显较小,原因在于山

东大部分地区为低度酒区域,五粮液与泸州老窖两大浓香高端酒在山东的销售有一半甚至70%以上都是低度产品,因此拉低了千元价格带的整体规模。

首先,山东高端市场呈现高度集中格局。2000元档由茅台飞天独占;千元价格带中,五粮液独占鳌头,销售规模在13亿元左右;其余产品销售额均在数亿元。

次高端价格带同样以名酒为主。我们统计了19家以次高端产品为主的酒企在山东的销售规模,并以自下而上的方式计算出山东次高端的销售规模在50亿元左右。其中,凭借低度五粮液、习酒窖藏1988、天之蓝梦之蓝以及水晶剑的优异表现,五粮液、习酒、洋河和剑南春四家企业的销售规模均在10亿元以上,占整体价格带的40%以上。

山东0元-300元价格带超350亿元,整体由三大阵营三分天下。第一阵营是全国知名白酒,包括牛栏山、玻汾、茅台系列酒等,实现近70亿收入;第二阵营是山东地产酒中的佼佼者,包括景芝、云门、古贝春、扳倒井等在内的过亿企业,合计体量80亿元-90亿元;第三阵营则是以家门口地市乃至县城为主销对象的地产酒企业,合计规模在50亿元-60亿元。

主要香型发展情况

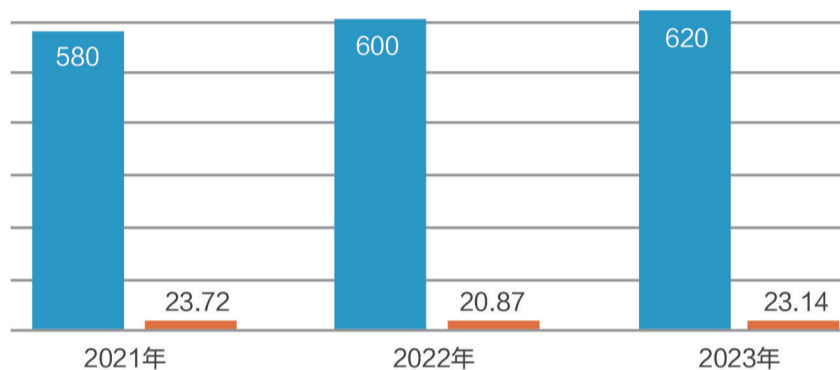
清香型白酒市场。2023年,清香型酒在山东的销售情况总体增长趋势较好,销量约为60亿元,同比增长20%以上。省外以汾酒为代表,销售额达到22亿元左右;牛栏山在山东市场销售规模超过10亿元。

酱香型白酒市场。近年来,酱酒在山东的渗透率全国第一,超过30%,甚至到了35%。2023年,酱香型白酒依然是山东酒类消费的主流,整体市场占比约35%,但整体销售量有所下降,市场份额逐渐向茅台、习酒、郎酒等品牌集中。其中,茅台市场份额超100亿元扩容,习酒、郎酒、珍酒等10亿元-20亿元。

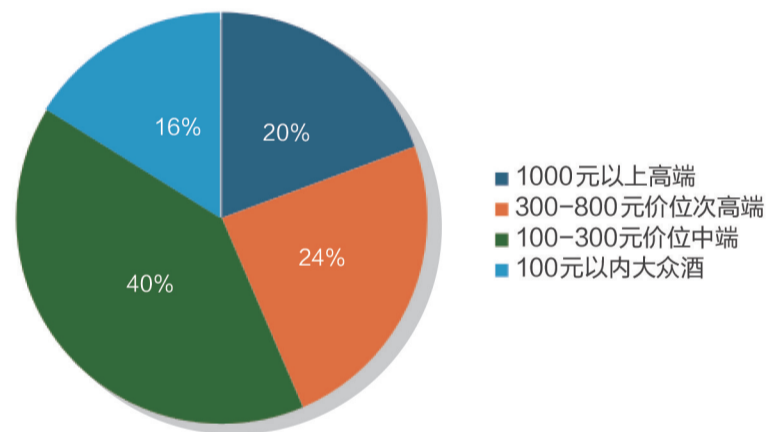
浓香型白酒市场。2023年,浓香仍是山东白酒市场第一大香型,整体占比超过50%,全国性名酒中,五粮液超过30亿元,泸州老窖、洋河在20亿元-30亿元,剑南春在10亿元-20亿元,古井贡酒接近10亿元;地产酒中,扳倒井在10亿元-20亿元,古贝春、花冠、泰山等也超过5亿元。

2021-2023年山东省白酒产量及规模

■ 销售规模/亿元 ■ 产量/万千升



市场规模(亿元)



消费:低度酒备受偏爱

产品偏好

山东中低端市场有一定份额,高端市场竞争力不足,消费者普遍偏好低度白酒。在一般场合和大众消费中,38度或42度占比较大,且以本地酒较多;各年龄段在宴请或商务等场合消费占比各不相同,外来品牌在高端价位占据主导地位。

中高度白酒消费市场以济南市区、青岛、滨州等地区为主,其他大部分市场消费以低度白酒为主,如低度国窖1573、低度五粮液在山东增长明显。以低度酒消费氛围比较好的聊城、菏泽、临沂、德州等区域为例,低度酒在浓香酒中的销售预计达70%。

各区域消费特征

山东白酒消费主要划分为四大片区,消费层次由西向东递增。在区域上,山东辖16个地市、县级单位136个、乡镇级行政单位1825个。在白酒消费中,16地级市一般划分为四大片区,总体呈现由西向东消费层次递增的格局(与经济水平正相关):

近年来,鲁西南地区(济宁、菏泽、德州、临沂等地)消费以低度浓香白酒为主,销售占比达70%左右。另外,

地产酒在当地销售占比强劲,如琅琊台、孔府家、景芝、兰陵、花冠等,同时,中高端白酒品牌如茅台、五粮液、泸州老窖等凭借其卓越的品质和品牌影响力,在鲁西南地区也有良好的销售表现。

鲁中地区(淄博、潍坊)低度白酒消费力强,其中包括地产酒品牌扳倒井、密州春、兰陵和景芝等。另外,品牌集中化趋势明显,尤其是酱香型白酒,市场份额逐渐向云门陈酿、茅台、习酒等品牌集中。

胶东地区(烟台、威海、青岛)因经济发达,酒类消费水平高,消费单价也高,是名酒覆盖率较高的区域,主要包括茅台、五粮液、汾酒、泸州老窖和洋河等知名品牌,但消费量相对较小。

作为山东经济、政治和文化中心,济南大片区政务、商务用酒场景多,白酒消费市场庞大。全国名优酒、地产酒百花齐放,白酒消费水平较为平均,多在200元至500元。酱酒消费氛围热烈,在整体白酒中渗透率超60%,在高端酒中渗透率超80%。

想了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

