



2025年3月

18

星期二

今日16版 总第3368期

统一刊号:CN37-0034

中国十佳行业报

全国春季糖酒会特刊

专业·专注·建设性

# 酒业三大问题，价格不算事儿？

酒类市场的价格倒挂、内卷和库存问题，是当前行业发展阶段的必然产物。企业只有真正走出同质化的泥潭，找到属于自己的差异化路径，才能在未来的市场竞争中立于不败之地。

本报记者 张培国 发自北京

价格倒挂现象在酒类市场中已愈发普遍，尤其是在高端和次高端白酒领域。

中国酒业协会发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》显示，2024年上半年，800元-1500元价位带的白酒倒挂比例高达32%，500元-800元价位带的白酒倒挂比例为29%，300元-500元价位带的

白酒倒挂比例也达到了22%。这种现象的出现，一方面是由于市场供需失衡，产能过剩与消费不足的矛盾导致经销商为清理库存而低价甩货；另一方面，电商平台的补贴促销活动进一步拉低了市场价格，线下消费者在线上比价的心理，使得渠道商利润空间被严重压缩。

然而，价格倒挂并非完全是因为定价虚高。以茅台为例，其独特的“12987”酿造工艺和品牌价值，支撑了较高的市场价格，但其他酱酒品牌盲目跟风，却缺乏类似的工艺壁垒和品牌底蕴，最终导致市场对其价值认知的混乱。因此，价格倒挂的背后，更多是市场供需关系的扭曲和企业定价策略的不合理。A8

New  
新视点

## 十年一轮回？茅台镇两次停产潮背后

业内认为，这一轮停产潮将使茅台镇的酒企数量从高峰期的数千家，减少到不足1000家，行业利润进一步向头部企业集中，标志着酱酒产业从野蛮生长进入规范化发展阶段。 A4

## 文创酒四十年，从文化觉醒到价值重构

本报记者 张瑜宸 发自北京

1985年，酒鬼酒以“文化名酒”的定位横空出世，首次将白酒与文化深度绑定，拉开了中国白酒行业“文化觉醒”的序幕。

四十年间，从文化酒、生肖酒、节气酒到联名IP、非遗传承，文创酒逐渐从边缘走向主流，成为酒企争夺市场、提升品牌的重要抓手。然而，热潮之下，同质化、概念化、文化空心化等问题也随之暴

露。

到底如何让文创酒真正成为文化价值的载体，而非营销噱头，已成为当前酒业亟须解答的核心命题。特别是在今天，随着消费者对文化内涵和产品故事性的需求日益增长，讲好文化故事，已成为每一个酒企肩负的重要使命。

A10-A11

Headline  
特别推荐

## 让适度饮酒成为酒业新机遇

谈论酒类消费，“适度”“不喝酒”“健康”和“养生”成为绕不开的话题，酒业如何应对？ A2

## 顾祥悦的两个建议，彰显今世缘的责任担当

作为全国人大代表，江苏今世缘酒业股份有限公司党委书记、董事长、总经理顾祥悦聚焦电商平台规范与“三农”发展两大议题，并结合白酒行业特点与企业实践，提出了切实可行的建议。 A5

## 薛剑锐：谋撰鲁酒新篇章，引领行业征程

山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐谈鲁酒发展、协会的使命担当以及鲁酒如何破局。 A6



张支云酒 | 极致匠心·致美中国

# 2025中国酒业AI文创大会

2025 China Liquor Industry AI Cultural and Creative Conference

中国·成都

行业领袖 与行业顶尖专家面对面交流

创新技术 探索AI在酒业的前沿应用

文化融合 体验文化创意与酒业的完美结合

案例演示 直观了解AI技术与酒业融合的实际案例

地点PLACE

成都城市名人酒店26楼会议大厅

(成都市青羊区人民南路一段122-124号，天府广场地铁站西1口南行200米，或锦江宾馆地铁站A口北行400米)

主办SPONSOR



華印文創  
华印品牌文创研究院

时间TIME

2025/03/23

14:00-20:00

协办CO-ORGANIZER



张支云酒业集团

華印国际  
HUA YIN INTERNATIONAL



手机扫码参与报名