

展望2025,白酒行业的九个关键问题



站在岁末年初的交汇点,大家会用什么词来复盘酒业?
对此,《华夏酒报》提出了九个关键问题,以期探索行业发展的脉络与未来走向。

本报记者 张瑜宸 发自北京

还有10多天,我们就要和2024年说再见了。回看过去的一年,白酒行业风云变幻,转折与挑战并存。

站在岁末年初的交汇点,不知道大家会

用哪几个词来复盘?无论如何,凡是过往,皆为序章。在总结过去的同时,我们更要展望未来。特别是2025年作为“十四五”规划的收官之年,思考这一年中国白酒产业的发

展方向,将为接下来的“十五五”规划打下坚实的基础。

基于此,《华夏酒报》提出了九个关键问题,以期探索行业发展的脉络与未来走向。



酒业会变好吗?

坦白说,过去的两三年,对于白酒行业来说充满了挑战与不确定性,结构性变革成为常态,“难”与“艰难”几乎成了众多酒企的共同写照。

但即便如此,我们始终坚信:道路是曲折的,前途是光明的。国家政策的有力支持,以及产业内蕴含的新机遇等,都在为白酒业的复苏和发展注入新的动力。



怎么解决库存?

库存压力无疑是当前行业面临的重大挑战之一。尤其是前几年,酱酒产业发展迎来高峰,企业持续扩产导致大量产能将在2025年得到释放。

这种情况下,原有的库存尚未完全消化,新的产能又将涌入市场,将进一步加剧库存压力,所以,有效清理库存是当务之急,到底是阶段性促销,还是通过其他创新手段来挺价?



飞天茅台价格会如何?

作为市场风向标,飞天茅台的价格波动始终是焦点话题。在新的一年里,鉴于供需关系和市场预期的双重影响,2025年茅台的价格走势大概率会保持稳定,既不太可能跌破2000元大关,同时,想要实现显著上涨,也面临诸多困难。

需要指出的是,经过市场调整,消费者对茅台的价格已经建立了心理预期。因此,以不变应万变,未必是坏事。



老酒能否“喝”起来?

今年,号称“全国最大老酒库存持有者”的歌德盈香遭遇了危机,给老酒行业敲响了警钟。以往茅台热,老酒的流行也一度达到顶峰,甚至过热。

然而,到了2024年,老酒市场也进入了调整期。2025年,在市场需求和资源进一步集中的背景下,相较于“炒”,老酒业更应关注如何实现健康流通,以及能否让消费者“喝”起来。



光瓶酒往哪个方向走?

这两年,光瓶酒异军突起,吸引了众多酒企布局。深入分析后不难发现,在这一赛道上,既有像李渡般祭出最贵光瓶酒的,也有广受消费者喜欢,又极具性价比的玻汾、二锅头等。

当前,行业普遍认为,大众消费市场正在成为酒业新的增长点。那么,光瓶酒该怎么进阶?是继续坚持亲民的价格策略,还是可以尝试差异化的高端路线?



渠道的痛点怎么解决?

这个问题需要从两个维度来考量:一方面,线上电商大促的确对传统价格体系造成了冲击,但线上销售的趋势不可逆,如何实现协同效应,拥抱远比拒绝更有价值;而线下,传统渠道依然是主角,但其运营模式亟待革新,越来越多的酒企开始采用更加与时俱进、贴近消费者需求,甚至是融合“酒+”概念的跨界推广……不要忘了,变则通,通则久。



白酒对年轻化还“焦虑”吗?

从市场表现来看,焦虑有所缓解。原因大概有二——顾不上与效果不佳。眼下,对于很多酒企来说,保生存是首要任务,而年轻消费者既不是中高端白酒的消费群体,也不是低端白酒的绝对主力。

但实事求是地讲,年轻一代消费者早晚都要扛大旗,而他们面前的选择众多,如何改变其对白酒的偏见以及激发其饮用兴趣,需要及早进行普及与互动。



国际化借力点在哪?

长久以来,国际化一直是白酒行业热议的话题,同时也是顺应潮流、拓展新增长点的必然趋势。

正常讲,其他烈酒可以在中国市场上风生水起,没道理,白酒却迟迟流行不起来。

如何打破诸如法律、饮用习惯等壁垒,并讲好中国故事,不应该只是酒企的责任。在推动白酒国际化的道路上,酒企的引领作用不可或缺,但政府、协会、媒体同样有着不可忽视的力量。



哪些趋势值得关注?

大健康与ESG不容忽视。首先,随着消费者对健康重视程度的不断提升,低度数和功能性白酒将获得更多青睐;其次,ESG标准的重要性日益凸显,正在重塑白酒行业的生态格局,促进绿色生产和可持续发展已成为行业发展的关键方向。

此外,细分市场会迸发新机遇,与此同时,酒旅融合、文化赋能、超高端产品线扩展以及大众价位带的竞争加剧等,都将是值得关注的趋势。