2022年4月29日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全

白酒行业迈入高质量发展新阶段 高端酱酒将成为未来更大增长极

本报讯 高少华 受益于近年来白酒消费升级驱动，国内白酒行业整体呈现高端化趋势，拥有品牌力而且具有高端酒品牌的酒企更能够实现持续的业绩增长。业内人士认为，酱酒作为中国白酒的趋势性品类，“千元高端酱酒”将成为白酒市场未来更大的增长极，酱酒行业将加速走上“提升品质、做强品牌”之路。

上市酒企2021年业绩向好 高端白酒市场表现突出

近年来我国白酒行业产销总量趋于平稳，质量效益稳步提升。根据国家统计局数据，2021年全国规模以上白酒企业完成营业收入6033.48亿元，同比增长18.6%；实现利润总额1701.94亿元，同比增长32.95%，行业高质量发展成效显著。

在资本市场上，截至4月22日，A股19家白酒上市公司中，共有16家酒企发布了2021年报或业绩预告，14家公司业绩正增长，2家公司业绩下降，2家公司亏损，1家公司预告扭亏。

虽然当前新冠肺炎疫情反复、需求疲软对于整体白酒消费存在一定冲击，但对于高端白酒来说，随着居民可支配收入持续增加，高端白酒的需求较为刚性，市场增长相对更加稳健。

业内人士认为，“在消费结构和人口结构出现变化的背景下，白酒的饮用频次与饮用人数料进一步下降，但消费者对企业的服务、产品品质等需求都会越来越高。高质量的白酒消费需求将驱动优质、优势名酒发展。”

酱酒市场持续火热 成为资本布局热点

在高端白酒市场，酱香酒占据着重要地位。京东超市数据显示，白酒整体趋向高端化发展。2021年，虽然白酒品牌集中度在下降，但是白酒头部10个品牌的市场份额仍然达到70%。其中，酱香型白酒在2021年迎来销量与增速的双提升，销量同比增速高于酒饮整体增速41%，酱酒已经成为当前的市场风口和主赛道。

近年来，以茅台为代表的酱香型白酒呈现高速增长趋势，酱酒的增速远远跑赢行业整体。中国酒业协会数据显示，2015—2020年的酱香型白酒的市场规模呈现波动上升状态。未来10年内，酱香型白酒市场份额将继续提升并有望达到30%。

“酱酒是中国白酒的趋势性品类，长期前景可观。受茅台持续提价的驱动，加上酱酒品类的天然优势，‘千元高端酱酒’将成为白酒市场未来更大的增长极。”里斯战略定位咨询中国区主席张云表示。

酱酒将从品类竞争 转向品牌和品质竞争

在业界看来，酱酒产业和市场的快速崛起有着深刻的底层逻辑：品质和风味升级是酱酒崛起的根本原因，茅台输出和释放了酱酒的品类价值，千亿资本解决了效率和规模问题，移动互联网爆发解决了酱酒的认知问题。当前，酱酒产业和市场正在由品类扩张转向品牌和品质竞争，在酱酒竞争的中下半场，品牌力和品质化的重要性更加凸显。

中国酒业协会理事长宋书玉认为，习酒对自身的品牌定位、产品定位、传播定位进行全面战略升级，将进一步加强习酒与消费者的沟通，有助于锚定卡位优势、明确发展节奏。

业界认为，面对疫情持续影响、白酒消费回归理性、市场竞争加剧等考验，“品牌力+品质”是酱酒企业做大做强的根本出路。未来，酱酒中长期向好的趋势不会改变，酱酒产业将进入系统化竞争，品牌、渠道、运营能力成为制胜关键。

“微醺经济”渐火

咖啡、茶饮成 餐饮业态租赁主力

□ 孙蔚

疫情影响之下，餐饮业态正经历巨大变革。作为整体零售市场最主要的租赁需求来源，餐饮业态的表现极大影响着各大购物中心的运营状况与布局。而咖啡、茶饮和烘焙品类成为疫情后复苏最快、表现最活跃的餐饮品类，持续推动餐饮业态租赁需求。另外，以“餐+酒”为模式的“微醺类”餐饮品牌也成为租赁需求的主力军之一，这一新业态日益受到消费者青睐。

纪明认为，对于2021年扩张速度快、门店数量多的咖啡、茶饮、烘焙品类，其需求通常为小面积铺位，租赁成本可控。同时，其营业额高、利润率高的运营模式可以保证此类品牌在租金成本较高的市场环境中实现合理利润。

据北京朝阳大悦城招商部刘经理介绍，目前市场中大面积的餐饮品牌招商难度加剧。此外，值得一提的是，随着“微醺经济”盛行。以“餐+酒”为模式的“微醺类”餐饮品牌颇受租赁市场的欢迎。

仲量联行华北区研究部负责人米阳表示：“此类微醺类品牌在提供全时段的正餐外，加入利润更高的酒水类消费，提升了人均客单价和门店坪效，其运营模式有效解决了普通大面积正餐品牌坪效低、利润低等经营短板。另外，微醺类品牌瞄准购物中心稳定的客流，丰富的正餐提供也保障了其在非高峰时段能够正常运营，提升了盈利能力。”

广告