

白酒企业纷纷降度拥抱年轻消费群体

酒企运营模式亟待升级

2024年,白酒行业包括一些头部白酒企业都遭遇了需求疲软、库存增加等问题。

中国酒业协会发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》(以下简称《报告》)显示,2024年酒业发展进入冷静期,白酒市场“库存高企”问题突出,存量时代特征愈发鲜明。调查显示,80%的企业表示市场有所遇冷,在白酒生产端和流通端存量竞争,复苏态势较弱,并呈现出明显的强化特点。

数据显示,2024年,19家A股白酒上市公司的存货总额库存压力继续加剧,从2023年末的1485亿元到2024年三季度末的1527亿元。

库存增加对白酒价格带来了下行压力。《报告》显示,白酒行业普遍存在倒挂的情况,尤其是800~1500元、500~800元、300~500元3个价位段的产品倒挂最为严重。

山东省个体私营企业协会酒业分会秘书长欧阳千里表示,从消费者视角出发,线上酒水产品价格的降低为其带来了诸多实惠,线上销售的蓬勃之势已然势不可挡。酒企需探寻线上线下的协同增效,主动顺应这一变革浪潮。再看线下传统渠道,在酒水销售版图中依旧占据举足轻重的地位,但在当下,运营模式亟待革新升级。酒企应着手采用契合时代脉搏、贴合消费者诉求的全新运营模式。

中国酒业协会认为,随着酒业结构性

2024年,白酒行业消费动能相对不足。2025年作为中国白酒行业深度调整的关键之年,在市场高库存和消费迭代的背景下,如何创新消费场景,迎合当下消费市场发展趋势,成为市场各方关注的焦点。

调整以及消费新趋势的到来,白酒的存量时代特征愈加明显,这种形势下,转换模式、用做增量的思维寻求对存量的破圈与突围,将是最有效的去库存。

“年轻化”成酒业发展潮流

近日,一系列提振消费的重要决策及政策落地给白酒行业带来了积极影响。对于白酒企业而言,积极下沉,优化渠道布局、开拓新兴市场,培育新的消费增长点是实现业绩增长的关键路径。

随着年轻消费群体的崛起,白酒行业的消费结构也在悄然发生变化。《报告》指出,随着消费人群结构的变化,50后和60后一代逐渐退出酒类消费市场的主流地位,同时,70后和80后的消费量也在逐步缩减。当前,1985年前出生的商务及管理人群已成为白酒市场消费的主力军,而1985年至1994年出生的普通白领以及95后的职场新人则被视为未来重要的增长点。

中国社会科学院工业经济研究所副所长季为民表示,白酒主力消费群体呈现出代际交替的形势,年轻化浪潮势不可挡。如何拥抱年轻消费者,打破固有消费圈层,探索品牌年轻化之路,成为当下白酒企业探索的一项课题。

在中国酒业协会理事长宋书玉看来,

存量竞争时代,要创造新需求、新场景。理性、健康的饮酒态度和饮酒行为决定了未来消费者的选择,更低的酒精度、更好的风味,理应是酒业发展的选择。

“降度”已然成为白酒行业热词。茅台、五粮液等名酒企业纷纷加大了对低度白酒的布局和投入。除了产品创新,为了契合年轻消费者的喜好,不少品牌通过与时尚品牌、文化IP等开展跨界合作,增强品牌在年轻消费者心中的吸引力和认同度。

酒类营销专家肖竹青认为,白酒“年轻化”正成为我国酒业未来发展的关键潮流。传统白酒的口感偏于浓烈,欲赢得年轻消费者青睐,需要在口感风味上进行革新与调整。当前,低度化、果味是未来国际酒业发展的趋势之一。年轻消费者更愿意去接受低度、果味的酒类产品。

中国酒业智库专家蔡学飞表示,年轻人市场是企业寻找细分市场的重要突破口,是企业培育潜在消费者获得新增量的重要基础性工作。在推进白酒“年轻化”进程中,企业需在品牌营销时转变话语体系,运用新媒体工具、体验营销等手段,以契合年轻消费者喜好的方式开展营销活动。如此更易引发群体传播与裂变效应,达成传统白酒内容向当代创新输出的转变,进而赢得年轻消费群体的青睐。

大众白酒产品市场扩大

2024年,高端酒面临压力的同时,部分大众价格带的白酒产品有着优秀的表现。《报告》显示,2024年1—6月白酒市场经销商、零售商反馈市场动销最好的前三价格带分别为300~500元、100~300元、100元及以下。其中100~300元价位的的产品动销表现更好。行业人士认为,随着区域酒企的进一步深化布局以及龙头酒企的参与,未来白酒性价比消费的市场或可能进一步放大。

平安证券发布的《食品饮料行业年度策略报告》认为,2024年受宏观消费大环境影响,白酒表现承压,预计2025年整体延续渐进式复苏。分场景看,预计2025年大众流通渠道维持韧性,分价格看,2025年大众价格带白酒产品或延续增长。

蔡学飞认为,在消费升级与分化趋势下,酒类品牌、产品、价格与消费者出现深度分化趋势,一方面拥有品牌与品质优势的头部名酒在商务、礼品等社交性用酒场景中依然强势,另一方面,追求性价比的大众消费在聚会、自饮、家宴等市场逐渐成为主流。

肖竹青表示,当前生产商纷纷调整产品结构,加大大众白酒的推广力度,例如近几年光瓶酒也在消费升级,主打去掉包装喝好酒的品质理念。大众白酒品牌可通过改良原料与工艺、拓展产品品类以及打造品牌文化等举措,进一步提升产品价值与消费者认同度。

(孟刚)

贵州贵酒
GUIZHOU GUIJIU

贵州贵酒 封藏酒

—以时光 酿珍贵—

中康一品实业有限公司
服务热线: 400-800-2692
销售电话: 010-83362960

中康一品

QR CODE

广告