

酒企纷纷布局光瓶酒 低线市场竞夺激烈

炎炎夏日,光瓶酒在全国各地市场的一场竞争已然“赤膊上阵”。

近日,洋河股份、伊力特、仰韶酒业等纷纷推出新款光瓶酒,聚焦在60元以内价格带,并提出全国化战略。与此同时,山西汾酒的玻汾、西凤酒的绿脖西凤、郎酒的顺品郎,以及新锐品牌光良酒等,都加大了在低线市场的布局。

中国酒业协会统计数据显示,2013—2021年,光瓶酒行业规模由352亿元增长至988亿元,2024年市场规模超过1500亿元。此外,行业预测2025年光瓶酒市场规模预计突破2000亿元,50元—100元“高线光瓶”增速超40%。

“基于消费理性化推动高性价比需求,新国标淘汰劣质产能,酒饮品质消费升级加速,年轻群体及微醺社交、即时零售等多元场景崛起,我对光瓶酒市场持认可态度。”白酒行业专家蔡学飞认为,光瓶酒加速渠道下沉的核心逻辑在于抢占县域、城镇等经济刺激的红利和餐饮、自饮等大众消费场景。比如头部品牌光良酒通过“百万终端+跨界合作”快速渗透安徽渠道。“但光瓶酒细分赛道整体竞争门槛进一步提高,竞争强度不断加大。”

光瓶酒入局者众多

7月23日,伊力特在新疆发布光瓶酒战略,推出两款伊力粮仓产品:28元(500毫升,42度)和35元(500毫升,50度)。按照伊力特的想法,伊力粮仓未来将分“三步走”:2024年稳疆内、启疆外;2026年强根基、拓疆域;2028年定全国。

记者注意到,目前伊力特已经是“三香并举”:浓香、兼香和酱香,产品矩阵丰富。此次发布伊力粮仓就是想推进全国化战略。但是一直身处大西北的伊力特,未来在渠道上、推广上如何突破目前的局限,伊力特董事长陈智未给予回复。

光瓶酒入局者已然众多。6月23日,洋河股份联合京东在内蒙古大草原发布了洋河大曲高线光瓶酒,42度单瓶售价59元。

“在白酒消费回归理性、价值导向愈发清晰的当下,光瓶酒凭借‘去包装化、重品质感’的核心特征,正迎来持续扩容的市场机遇,长期增长的想象空间值得期待。”洋河股份向记者表示,洋河大曲作为洋河股份战略级产品,既是企业深度拥抱光瓶酒



市场的标杆之作,更是为全国经销商构建的长效利润增长极。

记者注意到,目前仅在60元左右价格带,就聚集了包括洋河大曲、黄盖玻汾、泸州老窖黑盖、顺品郎、绿脖西凤、沱牌T68等多个全国化品牌,竞争已十分激烈。

至于当前为何更多酒企入局光瓶酒,中国酒业协会理事长宋书玉在洋河大曲上市之际,做了清晰的阐述:2025年白酒行业正面临深度调整,一方面,高端酒需求减弱,酒类市场进入存量竞争期;另一方面,消费者进入“三理性”时代:饮酒量理性、价格选择理性、风格偏好理性。在此背景下,极致性价比产品成为市场新趋势,“光瓶酒是产业可持续发展的必然选择。”

就此,蔡学飞解读说,在目前消费分化、行业调整期高端酒承压的背景下,头部酒企加码光瓶酒赛道的核心逻辑首先是迎合理性消费。随着年轻群体更注重“质价比”,光瓶酒市场规模快速增长,酒企也通过光瓶酒抢占30元—100元黄金赛道,替代低端盒装酒,同时补充现金流。“名酒凭借‘品牌+品质’优势可快速占领市场,只要战略得当,可以说时机较佳。”

白酒行业专家肖竹青乐观地表示,白酒“新国标”正式实施标志着中国白酒行业彻底进入以品质为导向、以品牌为基础的全面规范时代。叠加“80后”“90后”呈现的日益年轻化、个性化、品质化消费趋势,纯粮酿造的高质量光瓶白酒流行,将成为行

业“健康理性可持续发展”的重要符号。

下沉市场竞争激烈

“从我们县城到乡镇,光瓶酒已经是主流消费产品。”在陕西渭南市辖区的华阴市从事白酒生意的郭先生告诉记者,顺品郎和绿脖西凤、玻汾三大光瓶酒占主导地位,通过开瓶抽奖、补贴烧烤店等占领市场。“其他品牌要进入,恐怕得花更大力气了。”

就此,蔡学飞也表达了自己的担忧:随着名酒扎堆光瓶酒,区域品牌依托文化认同死守本土,县级下沉市场呈现“高密度内卷”,“这导致渠道利润压缩、同质化严重、场景创新不足等问题,也在一定程度上威胁了光瓶酒的市场拓展。”

但是这并未阻挡光瓶酒企业的全国化布局和下沉市场的加速。

“当前人局者面临的挑战愈发显著——市场竞争日趋激烈,突围难度持续加大。”光良酒告诉记者,公司早在2018年前后便启动光瓶酒赛道的战略布局,彼时行业关注度尚低。“我们已经累计投入超亿元用于品牌建设。截至目前,光良酒已完成全国市场覆盖,终端数量突破100万个。”

洋河股份表示,作为具备全国化布局的白酒企业,公司拥有成熟的全国性营销网络——这一覆盖广泛、渗透深入的渠道体系,为光瓶酒快速触达各级市场消费者提供了坚实基础。同时,公司重点针

对“中小酒店渠道、即时零售渠道”合作一批渠道运营能力强、本地化运营能力突出的合作伙伴。“未来,将继续优化渠道组合,让光瓶酒产品更精准地覆盖全国范围内所有市场。”

据业内人士估计,在江苏光瓶酒市场,牛栏山、玻汾仍处于市场领先地位,规模分别约8亿元、5亿元;谷小酒、一担粮等光瓶酒新势力增长迅猛。光瓶酒的营销主要是通过扫码红包、送电动车、回厂游等政策福利,快速覆盖江苏终端。

就此,洋河大曲在江苏本土市场的推广显然充满挑战。蔡学飞认为,竞争确实激烈,但洋河等品牌依然有着不错的发展机会,比如洋河可以借“绵柔浓香+京东定制小瓶装”切入50元—100元品质带,绑定烧烤/夜宵等区域特色消费来实现渠道重构,并且通过洋河的技术优势,提升数字化供应链效率,实现“线上引流+线下网格化覆盖”,洋河还可以通过“低门槛代理+高利润”策略快速破局华东,促进其华东市场特别是江苏市场的快速发展。

ToC业务的压力与挑战

“不同于盒装酒可依托大批量团购打开市场,光瓶酒需要‘一瓶一瓶’直达消费者手中,这就要求品牌必须具备强大的面向消费者(ToC)的沟通能力。”光良酒坦言ToC业务的压力。为此,光良酒多年来持续投入大量时间与资源,每年开展数十万场次的消费者触达活动。

一瓶一瓶地销售,显然对酒企充满挑战。记者注意到,此次洋河股份就是选择与京东合作,期望叠加京东在数字化供应链、电商运营及用户触达层面的领先优势,双方以高效协同的运作机制,加速优质产品的市场渗透。

此外,胖东来与宝丰酒业、酒鬼酒分别联名自由爱,覆盖75元—200元价格带,预计2025年销售突破10亿元。光良酒与盒马联合推出“五种粮食酿的酒”,覆盖盒马全国渠道。“根据盒马公开的销售榜单数据,我们的合作产品长期位居其光瓶酒品类复购榜TOP1的位置。”光良酒表示,对于跨界联名合作模式持开放态度,期望探索更多直接服务消费者的创新方式。

就此,蔡学飞建议,随着消费多元化趋势,光瓶酒可以通过社区团购、直播电商等触达下沉市场,并渗透餐饮、即时消费等多元场景,实现渠道下沉与场景拓展,获得新的销售增量。

“我们视即时零售为行业发展的必然趋势之一,会积极拥抱并布局相关渠道,但不会进行刻意的、脱离市场实际需求的强推‘不为而为’。线上即时零售与线下核心场景是并行互补的关系。”光良酒表示。

据《中国经营报》作者:党鹏

电商猛推AI工具 商家观望算账

电商平台争相投入AI工具,均希望AI成为选品、设计、客服的最强辅助。近日,1688、值得买科技纷纷更新AI工具,部分接入AI的中小企业能让人效提升至500万元,甚至打造出毛利率92%的爆款。然而,中小企业的AI应用仍面临现实阻力:理解成本高、普及需要时间、成本效益不足。

目前,商家对AI的应用多停留在基础层面,如图文生成、数据洞察等,复杂产业链的适配仍需时间。平台如1688虽迭代产品降低门槛,但中小企业更迫切的需求是降本增效。行业共识是,AI工具需进一步场景化、个性化,才能真正规模化——但在此之前,争夺用户与市场仍是电商和商家的共同重心。

人效拉至500万元

毕业四年,泉州市蒂万坦斯贸易有限公司总经理刘世奇靠着AI助力,将拖鞋生意盘子做到年收入4000万元,并在海外市场卖出一双145美元的“丑拖鞋”,该产品在批发端的利润能达到50美元,毛利率高达92%。

“鞋靴行业是‘内卷’的赛道,我需要走出一条差异化的路线。”刘世奇表示。2022—2023年,他一边专注于针对北美市场的买家人群、偏好和采购习惯去选品,研究“丑拖鞋”市场;一边招收应届毕业生产建团队,业绩从1000万元涨到2000万元。

然而,由于很多美国、欧洲客户会在半夜询盘,为了保证成交率,刘世奇不得不加班加点工作。到了2024年,他开始将所有业务包括运营、客户对接等工作流程全部拆解开与AI进行匹配,团队整体平均人效也拉至500万元以上。

例如,在选品维度,刘世奇采取AI选品策略,根

据市场现有爆品和行业趋势,让AI制定出一套自动化流程,并诊断和分析出当前产品市场的卖点和痛点,最终让AI生成一张产品图。“从无到有甚至成品都不会花费一周时间。”据了解,借助AI设计,刘世奇每款新品的产出周期由需要1—1.5个月,缩短至当前一天能开出上百款。

包括卖出145美元的“丑拖鞋”,也是基于刘世奇分析行业龙头产品以及当下流行元素,最终创作出的超级爆款。当猜想获得印证后,刘世奇和团队开始不断用类似的逻辑来做选品。但他也强调,很多公司会直接将行业龙头品牌的产品拿来改动,没有任何创新能力,甚至涉及侵权风险。“而我们做的是研究品牌的设计思路,这个产品一定是开辟了新赛道、新审美和新的市场需求。”

中小企业在意AI成本

与刘世奇类似,商家们在使用电商平台的AI工具时,会更在意降本增效的实际产出。为了强化商家黏性,增加平台的商业转化和创收来源,近年来各大电商平台也纷纷扎堆做AI产品,而这类产品主要解决电商商家在选品、商品素材制作、营销投放、店铺运营、客服接待等经营环节的效率问题。

例如淘宝的“图生视频”工具,能帮助商家的商品图自动生成短视频,还提供一键成片、智能修片等功能;京东的言犀视频大模型能为商家智能分析产品特点与用户喜好,生产产品视频内容;快手的磁力开创则是实现从创意到成品的全流程智能化,解决品牌素材生产质量低、成本高等问题。

“目前电商行业商家在AI工具上的应用主要停留在较为简单的层面,包括制作商品图、生成营销物料等,或者接入电商的应用程序编程接口,通过

获得平台用户行为等数据了解市场趋势,制定商品的价格和促销。”一位质检行业企业的技术高管向记者表示。

另一位纺织制造业协会资深从业者指出,AI确实能在设计环节帮助行业提高效率,能向客户及时且形象地展示模特穿上身的效果,目前已有超过10家会员企业在尝试使用此类AI产品。但是,这一转变既需要传统制造业的企业老板转换观念,还需要企业具备一定的技术实力。

为了提高商家对AI产品的兴趣,1688也在花力气调整产品。据1688商业化负责人齐晓宁回忆,去年9月,1688发布了第一版商家数字人产品,功能包括商品一键上架、自动报名参加营销活动等。“我们本来想覆盖中小商家,以提升其经营能力,结果发现使用该产品的主要为头部企业,中小企业使用这类AI工具存在理解和接受成本。”齐晓宁说道。

今年初,1688将商家数字人产品迭代到第三版,可自动帮助商家优化商品图、参与营销活动、接待客户并完成既定交易总额的目标。“大幅降低产品的使用门槛,才能利于规模化使用,就像商家交付一台自动驾驶汽车。”齐晓宁表示,今年使用该产品的中小商家经营效果提升150%。

抢客户比商业化更迫切

为了让AI产品适应更多垂类细分领域的商家,电商平台也在调整内部技术资源。今年6月,微盟的自研大模型应用型产品WAI,实现产品技术和功能应用层面的打通,以此拓展AI更多适配场景。除商家端外,电商平台也在用户端升级AI能力来强化

用户在电商消费时的体验,以此拉动更多成交。

数天前,值得买科技AI底层基建“海纳”MCP Server上线全新的商品搜索专业接口,对搜索结果、结果相关性、搜索灵活度和信息覆盖度进行升级。商品搜索接口Pro的准确率从此前的88%提升至94.5%。而1688也上线AI版App,聚焦买家创业与拿货场景,集成AI搜索、AI选品、AI创款等核心功能,买家自定义关键词词条后,平台会自动在首页推送最新商品。

那么,AI介入电商搜索环节是否会关联商家的广告投放?1688CTO霍承富表示,目前AI版1688以用户体验为先,没有广告渗透,今年也没有这个计划。

齐晓宁也表示:“AI版1688如何商业化一事暂未进行讨论,首先要考虑的是如何把价值做厚,去理解买家的痛点,把他们的需求承接住,然后再去做出商业价值。”

“目前电商平台的AI产品还处于抢客户阶段。”上述技术高管表示,对于部分生产环节更为复杂的制造业企业来说,电商的AI产品还未完全应用到企业自身的产业链上,企业对于将内部数据上传至AI还较为谨慎,这也导致行业的数据池存在局限性。

电商AI产品的规模化应用还有很长的路要走。霍承富认为,同一个商品在不同的营销场、用户场,会出现不同的效果。未来AI工具想规模化生产,需要去适配场景和用户,把素材做得更为个性化,这是未来的一个收益点。

据《北京商报》作者:何倩

司法拍卖公告

受山东省青岛市中级人民法院委托,对以下标的依法按现状在青岛市中级人民法院司法拍卖厅以互联网电子竞价方式进行公开拍卖,公告如下:

一、拍卖标的:青岛市崂山区香港东路316号2号楼4单元301户房产(产权证号:青房地权崂字第0005147号),建筑面积249.65平方米。起拍价:8035235元,保证金:80.4万元。拍卖时间:于2025年9月9日10时至2025年9月10日10时止(延时的除外)。本次拍卖活动时间分自由竞价阶段和限时竞价阶段,并设置延时出价功能,在拍卖活动结束前,每最后5分钟如果有竞买人出价,将自动延迟5分钟。

二、拍卖标的展示时间、地点:自公告之日起,在标的所在地现场展示。

三、竞买登记手续办理:(一)买主人在2025年9月8日16:30前携保证金凭证(保证金16:00前到账为准)及有效证件(个人持身份证,单位持营业执照副本、法定代表人身份证、授权委托书、代理人身份证原件和复印件)到青岛产权交易所有限公司或通过网站办理竞买登记手续方可取得竞买资

格,逾期不予办理。(二)与拍卖财产有关的担保物权人、优先购买人或者其他优先权人应及时办理竞买手续,逾期未办理视为放弃优先购买权。(三)特别说明:1.标的物以现状拍卖。本院不承担瑕疵担保责任。2.所有涉及的税费及办理权证所需费用(包括但不限于所得税、营业税、土地增值税、契税、过户手续费、印花税、权证费、出让金及房产及土地交易中规定缴纳的各种费用)按法律规定办理,房屋相关欠费(包括但不限于水费、电费、煤气费、取暖费、物业费)由买受人自行向相关单位咨询。

四、保证金收款账户:青岛产权交易所有限公司;开户行:招商银行股份有限公司青岛分行营业部;账号:详见www.qdceq.net网站。

五、地址:青岛市崂山区深圳路156号国金中心9号楼15层;竞买咨询电话:0532-66718926、0532-66718932;咨询电话:18661898530;监督电话:053283098247(中院)。

青岛产权交易所有限公司
2025年8月6日

声明
遗失本单位公章(编码:3702150532670)一枚,声明作废。
青岛瑞视清电子科技有限公司
2025年8月6日

公告
青岛豪怡国际货运代理有限公司:
因你单位存在未依法为代宗耀办理社会保险登记的违法行为,我局于2025年5月23日向你单位依法送达了青黄人社监罚决字〔2024〕第10830-1号《劳动保障监察行政处罚决定书》,你单位逾期未履行该行政处罚决定。我局依法作出青黄人社监罚催字〔2025〕第10830号《劳动保障监察行政处罚决定履行催告书》。因无法通过直接、邮寄等方式向你单位送达,现依法向你单位公告送达,自本公告发布之日起经过30日即视为送达。无正当理由逾期仍不履行行政处罚决定的,我局将依法申请人民法院强制执行。特此公告。
联系地址:青岛市黄岛区水灵山南路188号;联系人:王晋李、李岩;联系电话:0532-86131062。
青岛市黄岛区人力资源和社会保障局
2025年8月6日

美好时光 “纸”传祝福

新婚祝福 | 爱情祝福 | 升学祝福 | 生日祝福
纪念日祝福 | 节日祝福

刊登价格	999元/期 (72*10cm)
299元/期 (7.2*3cm)	1314元/期 (14.6*6cm)
520元/期 (7.2*5cm)	1999元/期 (14.6*10cm)

祝福启事
咨询热线: 0532-83861285

协查通报
2025年7月11日,在黄岛区琅琊镇中桃园村南侧海边养殖池区内发现一具浮尸。死者为成年男性,裸体,无衣服。尸体严重腐败,尸体不完整,四肢远端缺如,残存尸长120厘米,无毛发。头面部皮肤及软组织缺损,颅骨外露,无明显骨折。根据牙齿推断年龄30岁左右。如发现符合上述身份的人员,请与青岛市公安局黄岛分局联系。联系人:陈警官 电话:0532-57786774。