

# 白酒浮华消散,行业寻找新主场

站在2025年年末回望,中国白酒行业仍在底部徘徊,尚未走出深度调整期。昔日高歌猛进的规模扩张已让位于刺刀见红的存量博弈,整个产业的逻辑核心从追逐“量”的增长,转向对有限市场“蛋糕”的重新切分。需求侧的下行压力如同一条持续向下的引力线,牵引着白酒消费的主流价格带不可逆转地整体下移。当高端市场的“光环”褪色,真实、理性的日常消费需求成为所有酒企不得不直面的生存考题。

面临春节这一白酒传统销售旺季,经销商们对市场表现普遍持谨慎观望态度。一位白酒流通行业人士对记者坦言:“往年这个时候,无论是渠道备货还是终端走量,都已经有明显起色了,但今年确实比较安静。大家对春节档期虽然还是会尽力争取,但普遍预期不高,今年中秋市场表现就比较平稳,没有往年那种集中放量的热度,所以对春节大家目前也是以稳为主。”

## 周期与分化

2025年的白酒行业,调整是绕不开的关键词。中国酒业协会理事长宋书玉在12月中旬的一次公开活动中明确指出,“产能过剩、库存高企、价格倒挂、场景缺失”是当前困扰产业的四大核心问题,这一判断精准概括了行业的普遍困境。

作为行业“定海神针”,茅台酒价格波动成为行业调整的鲜明注脚:2025年12月,53度500毫升飞天茅台散瓶批发参考价一度跌至1500元/瓶,引发市场热议。一众上市公司业绩数据更严峻,今年前三季度,A股20家白酒上市公司中,仅贵州茅台与山西汾酒维持正增长,其余18家悉数陷入负增长。

这一轮白酒行业调整的背后,是多重因素的叠加影响。一方面,修订后的《党政机关厉行节约反对浪费条例》正式印发,其中明确“工作餐不得提供高档菜肴,不得提供香烟,不上酒。”政务消费等宴请场景受到影响;此外,消费端迭代加速,年轻群体偏好变化冲击传统消费模式;叠加此前多年行业繁荣期积累的产能过剩问题,共同推动行业进入深度调整期。

“从消费端观察,年轻消费群体对白酒的接受度存在一定挑战,需要时间和培育。同时,部分传



统消费场景的热度确实有所降温,这直接影响高端餐饮与高端白酒的联动销售。当前市场更关注产品的实际饮用价值和品牌亲和力。”上述白酒流通行业人士对记者表示。

贵州茅台的周期轨迹,是白酒行业的真实缩影。回溯2012年底,“限制三公消费”政策叠加塑化剂事件,高端白酒需求骤降,飞天茅台终端价从2000元一度跌破800元,渠道库存积压严重,行业进入长达3年的去库存周期。彼时,包括茅台在内的酒企仓促应战,纷纷采取“以价换量”策略,却导致价格体系崩塌、市场信心溃散。直至2016年以后,消费升级与商务需求崛起成为新一轮行业周期转折点。

不过,与上一轮被动调整不同,在2025年的这波行业调整中,头部企业纷纷放弃以价换量,主动减速,聚焦品质提升与渠道优化,应对周期的成熟度显著提升。但在行业调整大浪之下,市场正在进行残酷的洗牌。一线名酒企业凭借深厚的品牌积淀和相对稳健的渠道,虽感寒意刺骨,尚可勉强维持并调整战略,向大众消费市场渗透,而更多的区域酒企,以及部分前几年激进扩张的“新高端”品牌,则直接面临着生死存亡的危机。

“大厂是日子难过,但有些小厂,或者那些品牌

力不够却定价高高的‘伪高端’,已经是生死问题了。堆在库里卖不动,渠道信心没了,消费者更不认。”上述白酒流通行业人士表示。

白酒营销专家蔡学飞对记者表示,2026年,白酒行业已处于周期性调整的底部,预计将开启一段以结构性分化为主的“U型”复苏、“K型”分化,复苏进程与消费大环境的回暖息息相关,而动销的真实改善和库存的有效去化将是决定复苏斜率的关键,因此,要关注终端实际销售情况的改善和渠道社会库存下降至健康水平,这是行业能否走出底部的最关键信号。

蔡学飞进一步对记者指出,2026年,高端酒价格预计趋稳,但竞争更聚焦品牌力和性价比,市场份额将持续向名优头部酒企集中,“马太效应”不断凸显。

## 主动求变

2025年的行业调整绝非偶然,而是政策调控、消费迭代与供给过剩三重力量交织作用的必然结果,彻底改写了延续十余年的行业逻辑,而这场调整的本质,是白酒行业与社会经济新常态、与新一代消费者生活方式的一次对齐,面对周期调整与消

费变迁,白酒行业正加速转型,在产品、渠道、模式上寻找新的增长路径。

在产品端,低度化成为行业共识。多家酒企密集推出低度新品,贴合年轻消费群体对个性化、利口化产品的需求。对于如何看待低度化产品的尝试和市场前景,今世缘方面在接受投资者调研时表示,白酒行业在低度化和拓展新人群方面早有技术储备,只是过去行业景气度高,低度化动力不足。现在市场承压,大家才开始认真寻找新增长点,所以近期密集出现了不少低度新品,“低度化是行业在探索方向上的共识,但这需要耐心,不可能一蹴而就。未来可能会有一部分稳定人群选择低度产品,这将是传统白酒一个有益的补充。”

在渠道端,新零售转型提速。在日前举行的经销商大会上,五粮液高层明确表态,要积极拥抱电商,建设以消费者为中心的电商发展体系,与头部电商平台实现求同存异;汾酒高层在12月初的经销商大会上也明确提出,线上线下协同发展是必然趋势,不拥抱电商意味着失去未来。

与此同时,白酒国际化已非可选项,而是在2026年注定加速推进的既定战略。以泸州老窖为例,截至目前,泸州老窖已从亚洲走向北美、澳新、南美等区域,并在23个“一带一路”共建国家(地区)建立了经销网络。对于未来在国际化方面的布局,泸州老窖方面对记者表示:“未来将根据国际市场需求,打造更年轻更时尚的产品。将针对消费场景变化,完善泸州老窖国际线上销售网络;还将精心打造产品矩阵,投放更多、更具个性、更有互联网基因的产品进入市场,让海内外的年轻消费者喝到想要喝、愿意喝的酒;此外,寻求中国品牌的国际化表达方式,在文化、艺术、商业、体育等多领域开展营销活动,讲述品牌故事,传播中国文化。”

谈及目前白酒企业出海需要共同面对的挑战,泸州老窖方面表示:“目前,中国白酒国际化整体呈现出进程缓慢、程度不深、效果不佳的局面。泸州老窖在海外做推广,同样也面临贸易壁垒、产品标准不同、文化和消费习惯不同等挑战,尤其是不同国家和地区有不同的酒文化和消费习惯,导致海外市场对中国白酒和白酒文化缺乏认知度。”

浮华散尽,方见本真。2026年的白酒行业,注定要将价值锚点重新抛向与消费者日常生活的联结。这场行业深度调整,已非周期性波动,而是一场关乎行业未来生存的重塑。

据《华夏时报》作者:黄兴利

# 集体“上线”即时零售 运动品牌走向“新战场”

运动鞋服品牌的激战,正在走向即时零售这一全新领域。

记者梳理发现,自2025年以来,李宁、安踏、特步、361°等运动鞋服品牌,以及运动零售运营商滔博,均已与美团、京东、淘宝等即时零售品牌达成了合作。尤其是自2025年下半年以来,“运动鞋服+即时零售”呈现出“全面开花”的态势。

多位行业人士提到,即时零售为运动品牌带来了更多的想象空间,也重塑了运动品牌的渠道布局与开店逻辑。但在转型过程中,要注意避免渠道冲突,而这需要着重进行顶层设计。

## “全面开花”

2025年10月,记者从李宁方面获悉,李宁正式入驻美团闪购平台。这并不是单个或者某些门店的试点,而是近千家门店同步上线,业务覆盖全国近百个城市。

两个月后的2025年12月,李宁正式入驻京东秒送,同样布局了全国近百个城市的千家门店,并且实现了同步上线。

不仅仅是李宁,近日,安踏宣布正式接入淘宝闪购,上海、北京、广州等全国174个城市的超1000家安踏线下门店已完成上线,预计在明年将扩展至超过4000家门店。而在此之前,安踏也已经入驻美团闪购。

此外,361°、特步等品牌,也纷纷加码,甚至连中国最大的运动零售运营商滔博,也与美团闪购、京东秒送等达成了合作。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受记者采访时表示,驱动多家运动品牌集体布局即时零售的核心因素,是消费升级下“即买即得”的场景化需求爆发,以及传统电商履约体验的短板凸显,叠加线下门店客流复苏后价值重构的契机。

实际上,即时零售对运动鞋服的销售有一定的积极影响。根据中华人民共和国商务部报告预测,到2030年我国即时零售规模将超过2万亿元。具体到运动品类,美团闪购数据显示,2025年6月以来,跑步鞋、运动T恤、篮球鞋等销量同比增幅超过200%。京东时尚秒送数据显示,年初至今,耐克、阿迪达斯、骆驼、安踏等运动户外品牌成交额同比增长均超2倍。

361°相关负责人告诉记者:“即时零售成为品牌在线的展示窗口,用户通过一次良好的即时零售体验,很可能转化为到店复购的忠实顾客,实现了线上线下流量的良性循环。”

上述负责人提到,即时零售对门店流量也起到了一定的加持作用。“首先,最直接的是带来了纯线上增量客流。通过接入各大即时零售平台,门店有效覆盖了周边3—5公里范围内,习惯线上购物的新客群,特别是年轻客群和繁忙家庭。其次,它创造了额外的订单增量。很多满足‘应急、即时、懒人’场景的消费通过即时零售得以实现,提升了门店的整体订单密度。尤其是在午晚餐、夜间以及恶劣天气时段,为门店创造了可观的增量销售。”

独立鞋服行业评论人士马岗认为,即时零售是零售演进的重要阶段,企业拥抱即时零售是因为消费者需要,同时也能提升企业的商品周转效率,对消费者和零售企业都有利。

鞋服行业品牌战略咨询专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄分析认为:“当前,无论是线上流量还是线下流量,都已经到达了瓶颈期,未来要打破渠道的边界。这时候就要统一品牌、统一盘货、统一配送、统一促销,最终达到满足用户的需求。”

## 重塑渠道与开店逻辑

实际上,对于企业而言,拥抱即时零售绝非简单的渠道叠加,而是一次渠道上的突破和多元消费场景的探索。

记者注意到,李宁方面谈到对即时零售的布局时,多次提到了响应消费者“所需立所得”需求。安

踏品牌闪购负责人也提到了“满足旅游出行、运动健身等场景的即时需求”。

而满足消费者即时需求的关键一环,则是实体店铺的功能升级。詹军豪分析认为,即时零售将实体店重塑为分布式履约前置仓,使其从单纯的销售终端,升级为集体验、仓储、配送于一体的复合节点。

店铺承载的功能变多,对店铺的要求也随之变多。首先是店铺的改造。如李宁在与美团闪购进行合作时,双方就完成了商品、价格、营销、库存、会员五大核心系统能力的全面对接。李宁线下门店作为前置仓储节点,通过即时配送网络实现订单就近分发、快速拣货与高效送达,有效扩大门店服务的覆盖范围。

其次是在激战即时零售的背景下,未来开店的逻辑或许也将发生变化。詹军豪分析认为,未来品牌线下渠道策略应偏向“优化优先于扩张”,聚焦核心商圈、社区等高频消费场景,通过精细化选址与数字化改造提升单店履约效率,而非盲目铺量。

马岗也提到:“即时零售对企业数字化建设和前置仓建设都有较高的要求,这是必要要素,其中一个不满足,即时零售就无从谈起。反过来,即时零售也会倒逼企业升级这两个要素的资源配置。本质还是效率,密度并不是越密越好,要用运营效率和消费者满意度来共同衡量。”

程伟雄也告诉记者,即时零售降低了品牌对密集开店的依赖。此前没有即时零售渠道的加持,品牌开店可能就需要很密集。而当前一个门店就可以覆盖很广的消费半径,用户触达范围更广,再密集开店无疑会增加成本。未来品牌更倾向于开设体验店、大店,展示畅销款与新品。“线下面积有限,线上货架‘无限大’,可以实现货品的差异化布局。”程伟雄表示。

## 从“速度”到“健康度”

运动鞋服品牌布局即时零售,速度可谓极快。不过,仍有行业人士提到,在重视速度的同时,运动鞋服品牌也要注意这一业务模式的“健康度”。

马岗告诉记者,价格冲突是阻碍零售各渠道协同的重要因素,这需要顶层规划,也需要对消费者进行分层运营,这背后是一个复杂的渠道协同难题。他表示:“现在的白酒零售渠道、家电零售渠道、服装零售渠道,都存在直营、批发、电商等渠道的利益分配问题,解法当然有,但这个需要在实践中不断优化,也需要适当的动态调整。”

正如马岗所说,记者注意到,许多品牌正在推进DTC(直面消费者)模式,如特步、安踏、匹克,均在对门店进行转型优化。之所以转型DTC模式,就是因为该模式具有可控性,毛利、渠道也稳定。

同样,即时零售业务对品牌的库存管理能力、价格管理能力有着严格要求。不少行业专家提出,即时零售线上流量和价格体系若与传统电商、线下门店差异过大,可能引发渠道冲突。

詹军豪认为,平衡渠道冲突的关键在于实施差异化运营策略。即时零售主打应急性、场景化商品组合,传统电商侧重全品类与价格优势,线下门店强化体验服务,同时建立统一的价格管控机制与利益分成体系,明确各渠道定位避免内耗。

不过,也有品牌对上述问题表示乐观。361°相关负责人对记者表示:“在推进即时零售业务的过程中,我们得到了加盟商的积极响应和参与。这不仅是我们集团的战略布局,更是与一线伙伴们共同洞察市场趋势后作出的选择。我们看到,越来越多的加盟商主动将即时零售视为门店服务延伸和销售增长的重要引擎。他们认可这项业务在拓展服务半径、满足即时性需求、吸引新客群方面的价值。”

据上述负责人透露,目前,有部分加盟商已在咨询加盟商侧上线流程,“明年,我们将通过系统化的培训、运营支持,共同推进这项业务落地”。

此外,程伟雄表示,即时零售尚处探索阶段,应先在北上广深等一、二线城市试行。聚焦标准化产品与高需求场景,逐步积累经验。同时,推动线上线下“一盘货”,避免价格冲突,明确不同渠道的定位与功能,实现协同而非竞争。而与即时零售平台合作,也需注意平台抽成与成本控制。

据《中国经营报》作者:许礼清

山东省青岛市市北区人民法院

## 公告

(2025)鲁0203行审122号

青岛百济华健药业有限公司:

本院受理申请执行人青岛市市北区人力资源和社会保障局申请强制执行对青岛百济华健药业有限公司作出的青北人社监理字[2024]第39-1号《劳动保障监察行政处罚决定书》案,现已审查终结,本院作出(2025)鲁0203行审122号行政裁定书,裁定对青北人社监理字[2024]第39-1号《劳动保障监察行政处罚决定书》准予执行,被执行人如在本裁定生效后十日内不履行义务,本院将依法采取强制措施。现依法向你公告送达。限你自公告之日起30日内来本院领取行政裁定书,逾期则视为送达,本裁定即发生法律效力。

二〇二五年十二月三十日

山东省青岛市市北区人民法院

## 公告

(2025)鲁0203行审123号

青岛顺茂达物流有限公司:

本院受理申请执行人青岛市市北区人力资源和社会保障局申请强制执行对青岛顺茂达物流有限公司作出的青北人社监罚字[2025]第2号《劳动保障监察行政处罚决定书》案,现已审查终结,本院作出(2025)鲁0203行审123号行政裁定书,裁定对青北人社监罚字[2025]第2号《劳动保障监察行政处罚决定书》准予执行,被执行人如在本裁定生效后十日内不履行义务,本院将依法采取强制措施。现依法向你公告送达。限你自公告之日起30日内来本院领取行政裁定书,逾期则视为送达,本裁定即发生法律效力。

二〇二五年十二月三十日

山东省青岛市市北区人民法院

## 公告

(2025)鲁0203行审124号

青岛立通达网络科技有限公司:

本院受理申请执行人青岛市市北区人力资源和社会保障局申请强制执行对青岛立通达网络科技有限公司作出的青北人社监罚字[2025]第3号《劳动保障监察行政处罚决定书》案,现已审查终结,本院作出(2025)鲁0203行审124号行政裁定书,裁定对青北人社监罚字[2025]第3号《劳动保障监察行政处罚决定书》准予执行,被执行人如在本裁定生效后十日内不履行义务,本院将依法采取强制措施。现依法向你公告送达。限你自公告之日起30日内来本院领取行政裁定书,逾期则视为送达,本裁定即发生法律效力。

二〇二五年十二月三十日

山东省青岛市市北区人民法院

## 公告

(2025)鲁0203行审125号

青岛山海安信法律咨询有限公司:

本院受理申请执行人青岛市市北区人力资源和社会保障局申请强制执行对青岛山海安信法律咨询有限公司作出的青北人社监罚字[2024]第25号《劳动保障监察行政处罚决定书》案,现已审查终结,本院作出(2025)鲁0203行审125号行政裁定书,裁定对青北人社监罚字[2024]第25号《劳动保障监察行政处罚决定书》准予执行,被执行人如在本裁定生效后十日内不履行义务,本院将依法采取强制措施。现依法向你公告送达。限你自公告之日起30日内来本院领取行政裁定书,逾期则视为送达,本裁定即发生法律效力。

二〇二五年十二月三十日