



专业·专注·建设性

白酒消费最差的时候过去了?

决定谁能穿越周期、真正“康复”的关键,终究要回归到酒业本质,靠产品力、渠道效率与用户洞察的真实进化。

本报记者 张瑜宸 发自北京

进入2026年以来,多家券商与行业媒体在年终复盘,为2025年的中国白酒产业定下“深度调整”的基调。

数据也印证了这一判断:2025年酒类消费价格指数同比下降1.9%,行业平均库存周转天数高达900天,酒企普遍增长乏力。

随着宏观经济政策效应逐步释放,新一年的白酒行业是否已走出至暗时刻?

近期,《华夏酒报》记者采访时发现,围绕这一核心议题,目前业界形成了两种判断逻辑:一部分机构与企业认为,“最差的时期已经过去”;但更多业内人士则指出,行业仍面临严峻的结构性挑战。

采访中,北京红星股份有限公司顾问、原副总经理吴佩海对《华夏酒报》记者坦言,三重因素叠加之下,当前酒类销售依然面临较大困难。若说白酒销售的困难时期已经过去,恐怕为时过早。“面对行业的深度调整,酒企——尤其是白酒企业,必须坚持实事求是的原则。”

A3

New
新视点

“思维战”重构白酒春节营销新玩法?

未来,白酒市场的竞争,不再是产品与产品的竞争、渠道与渠道的竞争,而是思维模式与思维模式的竞争。

本报特约撰稿人 李后强 发自北京

春节营销不应是零和游戏,而应追求整体价值最大化。对于白酒企业,这意味着从追求短期销量转向长期品牌建设;对于经销商,这意味着从单纯赚取差价转向服务增值;对于消费者,这意味着从被动接受转向主动参与。白酒品牌只有跳出传统竞争维度,重新定义游戏规则,才能在春节营销中实现突破。

未来,白酒市场的竞争,不再是产品与产品的竞争、渠道与渠道的竞争,而是思维模式与思维模式的竞争。那些能够率先从牛顿思维转向量子思维的企业,将在新一轮市场变革中赢得先机。量子思维不是否定传统,而是在传统基础上进行跃迁。当白酒品牌真正理解并践行主客一体、厂商一体、销售者与消费者共创价值的理念时,春节营销将不再是一场你死我活的战争,而应成为共同创造美好春节体验的价值网络,这才是其终极出路!

A4



1月30日,国务院关税税则委员会发布关于调整威士忌酒进口关税的公告。

公告称,自2026年2月2日起,对威士忌酒实施5%的进口暂定税率。该商品归在《中华人民共和国进出口税则(2026)》税则号列22083000项下。

威士忌酒进口关税税率降至5%

Headline
特别推荐



为消费者“酿造美好生活”

期待在五年、十年、二十年后,乃至更远的未来,茅台这个企业以及品牌和产品依然屹立于市场,为消费者“酿造美好生活”,这正是茅台坚持长期主义的目标所在。

A2

精品葡萄酒市场新一轮行情即将启动?

当精品葡萄酒价跌至五年最低,敏锐的亚洲买家已开始悄悄买入,这是市场反转的前奏吗?

A5

春节营销的“舍得式破题”

配合一系列线上线下营销动作,舍得酒以情感赢得共鸣、以品效实现双赢,构建春节营销全链路闭环。

A6

“万马奔腾”,哪缕醇香叩响了你的心扉?

农历丙午马年即将到来,生肖酒年度角逐如期上演,哪一款马年生肖酒会更打动你?

A8

白酒不是黄金白银

历史反复证明,任何脱离基本面的炒作,终将回归理性。

投资白酒,应着眼于其长期消费属性与抗周期能力,而非幻想一夜暴富。

本报评论员 张瑜宸

近期,黄金、白银价格在经历历史性暴涨与剧烈回调后,再度成为投资市场的焦点。

与此同时,沉寂已久的白酒板块也意外迎来久违的涨停潮,令不少股民重燃希望。

一时间,“抄底”“反弹”“回温”等词汇充斥市场,仿佛白酒也成了可以“一夜暴富”的另类贵金属。

然而,我们必须清醒地认识到:白酒不是黄金白银。它既不具备避险属性,也不具备金融衍生品的高杠杆特性。白酒的本质,是消费品,是文化载体,更是实体经济的重要组成部分。将其简单类比为投机标的,不仅模糊了行业的本真价值,也可能误导投资者陷入非理性的追涨杀跌。

那么,白酒板块为何在此时“支棱”起来?

表面看,有两大催化因素:其一,以茅台为代表的头部品牌价格企稳回升,释放出积极信号;其二,春节作为中国最重要的传统节日,历来是白酒消费的高峰期,“无酒不成席”的习俗支撑了其短期需求。

更深层的原因,则在于资本市场的自身逻辑——经历长期调整后,部分优质白酒企业的股息率已显著高于银行存款利率,在低利率环境下,其“类债券”属性重新受到关注。

但这是否意味着,白酒行业已触底反弹?

答案或许并不简单。业内观点呈现明显两极:一部分人认为,这只是技术性修复,难改中长期弱势格局。数据显示,过去数年,白酒指数整体都未跑赢过大盘,行业面临人口结构变化、消费习

惯转型、产能过剩等结构性挑战;另一部分人则判断,2025年或已成为行业周期的底部——无论是从产能出清程度,还是从市值估值水平来看,风险已大幅释放,2026年有望温和回暖。

值得警惕的是,当前,市场上弥漫着一种“错失焦虑”:金价高企,怕踏空;白酒反弹,又怕错过“最后上车机会”。这种情绪驱动的投资行为,往往导致“追高被套”。许多散户自诩“等待抄底”,实则缺乏对行业基本面的深入理解,仅凭短期股价波动就做出决策,最终沦为“韭菜”。

作为酒业从业者,我们始终主张为酒业鼓与呼,但不捧杀,亦不踩低。我们乐见资本市场对优质白酒企业的价值重估,但坚决反对将白酒异化为纯粹的金融工具。真正的价值,不在K线图的

起伏之间,而在一瓶酒背后的工艺传承、品牌积淀与消费者认同。

历史反复证明,任何脱离基本面的炒作,终将回归理性。短剧里“重生归来、点石成金”的爽文逻辑,在现实市场中并不存在。投资白酒,应着眼于其长期消费属性与抗周期能力,而非幻想一夜暴富。

因此,面对当前的躁动,我们呼吁投资者保持冷静:若相信中国白酒的文化韧性与消费结构性升级的长期趋势,可逢低布局优质标的,耐心持有;若只是追逐热点、博取短线差价,则需警惕高位接盘的风险。

毕竟,黄金白银可以囤积,但白酒的价值,终究要靠时间与匠心来酿造。

社评

Editoria