

# 酒行业 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

## 01

### 行业趋势

Industry Trends

#### 本周看点:

啤酒高端化进入下半场：T5企业厮杀8元价位带；  
白酒头部继续领跑，但底部出现困境；  
酒业从“巨头竞争”进入“寡头竞争”，酒商如何应变？

#### 行业环境:

##### 1. 啤酒高端化进入下半场：吨价增速明显放缓，T5企业厮杀8元价位带

关键词：啤酒产量,存量竞争,中高端产品,均价提升,高端化

概要：中国啤酒市场自2013年产量达到峰值后进入存量竞争阶段，整体产量连续下滑至2021年才小幅回升。近年来，啤酒均价显著提升，中高端产品增速迅猛，T5啤酒企业（百威亚太、华润雪花、青岛啤酒、燕京啤酒、重庆啤酒）的产品结构升级显著，中高档啤酒营收占比达50%以上。然而，2024年上半年中高端啤酒增速放缓，吨价走势趋稳，啤酒高端化红利期基本结束。头部啤酒企业在销量、营收方面出现下滑或个位数增长。渠道调研显示，现饮渠道对中高端啤酒销量影响巨大，但2024年以来该渠道销量下滑，加之恶劣天气影响，市场需求减弱。尽管如此，专家认为啤酒高端化趋势仍在，未来需通过创新和满足年轻消费者需求来继续发展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/158862): <https://jiuyejia.com/news/158862>

##### 2. 中国白酒五大梯队全解析，你钟爱的品牌在哪一层？

关键词：白酒,梯队,茅台,五粮液,酿造工艺

概要：中国白酒历史悠久，文化底蕴深厚，分为超一线至四线五个梯队。其中，贵州茅台和宜宾五粮液是超一线品牌的代表，茅台以其顶级酱香和精湛工艺稳居国酒之尊，五粮液则以多粮浓香和卓越品质广受好评。这两个品牌在品牌价值、市场份额和消费者口碑方面遥遥领先。其他如泸州老窖和洋河等一线品牌也在各自区域市场内享有盛誉。此外，舍得、水井坊等二线品牌及一曲欢酒等地方性品牌，虽知名度略低，但在特定市场中仍具有独特魅力和忠实消费者。这些品牌各具特色，满足不同消费者的需求，共同构成了中国白酒文化的丰富多样性和无穷魅力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JBDB9VDC0539Q3UL.html): <https://www.163.com/dy/article/JBDB9VDC0539Q3UL.html>

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境:

## 3. 高档啤酒成盈利“主力军” 多数头部厂商今年上半年增利不增收 精酿或成新的增量战场

关键词: 啤酒行业, 高端化, 精酿啤酒, 业绩分化, 存量竞争

概要: 2024年上半年, 国内啤酒市场整体表现平平, 多数头部厂商如华润啤酒、百威亚太、青岛啤酒的销量和营收出现下滑, 而燕京啤酒、重庆啤酒等四家厂商则实现营收和净利润双增长。行业专家指出, 新品牌增长显著, 精酿啤酒市场迅速扩张, 传统啤酒受餐饮市场变化影响出现萎缩。存量竞争背景下, 高端化成为啤酒厂商拉动业绩的新引擎, 各大厂商加速布局高端产品线, 毛利率持续增长。然而, 随着高端化赛道愈发拥挤, 精酿啤酒市场成为新的关注点, 各大厂商纷纷布局以寻求新增量。专家认为, 啤酒市场将呈现分层化趋势, 高端化与大众化产品将形成平衡。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JB84LPIQ0512B07B.html): <https://www.163.com/dy/article/JB84LPIQ0512B07B.html>

## 4. 白酒头部继续领跑, 但底部出现困境

关键词: 白酒行业, 消费需求, 业绩增长, 库存压力, 合同负债

概要: 2024年以来, 白酒行业持续调整, 主流消费价格带下移, 消费需求疲软, 但整体业绩好于去年同期。A股20家白酒上市公司上半年营业总收入2435.94亿元, 同比增长13.07%; 归母净利润956.82亿元, 同比增长14.31%。头部酒企如贵州茅台、泸州老窖保持增长, 但部分底部公司如酒鬼酒、岩石股份业绩大幅下滑, 岩石股份和皇台酒业上半年净利润亏损。行业面临存货高企和合同负债减少等问题, 下半年将是调整关键期。多家公司表示将采取措施提振市场信心。此外, 多家酒企出现高管变动, 如贵州茅台换帅, 酒鬼酒、岩石股份等公司高层频繁调整。总体来看, 下半年将迎来销售旺季, 行业集中度将进一步提升。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JB8117EQ05198R91.html): <https://www.163.com/dy/article/JB8117EQ05198R91.html>

## 5. 澳洲葡萄酒在7月出现下降 奔富在亚洲的销售额飙升34.7%

关键词: 葡萄酒进口, 同比增长, 进口额, 澳洲葡萄酒, 德国葡萄酒

概要: 2024年7月, 中国葡萄酒进口量达3511万升, 同比增长45.74%, 进口额约2亿美元, 同比增长71.29%, 创38个月新高。1-7月累计进口量1.66亿升, 同比增长8.72%, 进口额9.11亿美元, 同比增长28.87%。尽管澳大利亚葡萄酒进口量额增长, 但7月进口额环比下降2.49%, 可能已达顶峰。德国葡萄酒7月进口量为66.88万升, 同比增长102.81%, 进口额334.95万美元, 同比增长114.26%。财政部葡萄酒庄园 (TWE) 报告称, 2024财年奔富在亚洲市场销售收入增长34.7%, 主要受益于泰国、香港、台湾及中国大陆市场的复苏。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JBCURCOO0522843U.html): <https://www.163.com/dy/article/JBCURCOO0522843U.html>

## 6. 酒企备战“中秋国庆”, 泸州老窖、茅台、洋河等纷纷发力

关键词: 中秋国庆, 白酒销量, 营销活动, 库存压力, 动销不畅

概要: 随着2024年中秋节临近, 酒水市场迎来传统消费旺季。中秋、国庆期间的白酒销量通常占酒厂全年销量的20%至30%, 因此各酒企纷纷发力营销, 如泸州老窖通过多种活动提升品牌活跃度, 茅台文旅推出中秋主题活动, 洋河开展促销活动等。然而, 尽管酒企积极布局, 经销商仍面临较大库存压力, 整体酒水消费依然低迷。业内人士预计, 今年“双节”酒水消费可能呈现“旺季不旺”的特征。此外, 尽管白酒行业面临动销及库存问题, 头部酒企仍保持韧性, 但竞争加剧, 费用投放增加。建议关注品牌优势明显且动销较好的酒企。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=9890): <http://baijw.com/list.asp?id=9890>

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境：

## 7. 繁华过后，2000亿小酒馆市场该如何深耕？

关键词：小酒馆,市场,竞争,经济环境,消费者

概要：2018年起，海伦司凭借性价比和年轻消费者的认可迅速崛起，推动了小酒馆市场的热潮。尽管2021年海伦司成功上市，市值突破300亿港元，但随后市场出现调整，许多跨界品牌的小酒馆纷纷关闭。2023年，海伦司的门店数量大幅减少，显示出小酒馆市场面临的挑战。当前小酒馆生意的主要难点在于前端运营、顾客体验及后端供应链支持。尽管市场仍处于导入期，但预计到2025年将达到1839亿元人民币的规模。部分品牌如跳海酒馆、哈夫酒馆等通过不同策略取得成功。总体而言，小酒馆市场虽充满不确定性，但在情绪价值驱动下仍有巨大发展潜力。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/11688693.html)：https://www.jiemian.com/article/11688693.html

## 8. 2024精酿啤酒有多火？年轻人的微醺必备

关键词：精酿啤酒,年轻人,品质生活,微醺文化,口感创新

概要：精酿啤酒近年来在中国市场迅速崛起，成为年轻人喜爱的饮品之一。预计到2025年，中国精酿啤酒消费量将达到25亿升，同比增长近30%。精酿啤酒不仅是一种饮品，更代表了一种生活态度，深受追求品质生活的年轻群体欢迎。它通过高品质原料和传统工艺酿造，注重口感和创新，满足了消费者多样化需求。同时，精酿啤酒还具有丰富的文化内涵，成为年轻人放松和社交的重要方式。彪马国际精酿啤酒秉承“品质至上，匠心独运”的理念，不断创新推出多种风味产品，满足消费者的个性化需求。未来，精酿啤酒市场将持续多元化发展，提供更多优质选择。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JB7TDRBO055694X2.html)：https://www.163.com/dy/article/JB7TDRBO055694X2.html

## 9. 酒业从“巨头竞争”进入“寡头竞争”，酒商如何应变？

关键词：白酒竞争,寡头格局,头部竞争,市场集中度,百亿补贴

概要：今世缘酒业董事长顾祥悦认为，白酒市场正从“头部竞争”向“寡头竞争”转变。2020年以来，寡头竞争格局逐渐显现，市场集中度显著提高，前六大酒企占据近92%的利润。2024年中秋国庆期间，白酒市场旺季不旺，反映出寡头竞争加剧的现象。为应对这一变化，头部酒商纷纷谋变，如华致酒行推出自有品牌荷花、“赖高淮”等，1919推进“餐加酒”跨界等。此外，互联网平台的“百亿补贴”策略对传统酒类销售模式造成冲击，酒商需通过连锁经营、联合供应链、开发自有品牌等方式应对挑战。总体而言，白酒行业正经历从巨头竞争到寡头竞争的转变，但酒商通过多种方式积极应对，为行业健康发展提供了动力。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=9891)：http://baijw.com/list.asp?id=9891

## 02

## 头部品牌动态

## Top Brand News

## 头部品牌动态：

## 10. 记者实探茅台镇：周期叠加下酱香酒的变与应变

关键词：酱香酒,茅台镇,周期调整,白酒市场,优质酱香

概要：茅台镇作为“中国第一酒镇”，近年来因酱香型白酒的兴起而备受关注。然而，当前白酒行业正处于经济周期和行业周期叠加的深度调整阶段，酱香酒市场面临诸多挑战。尽管如此，优质酱香酒依然供不应求。茅台镇的酒企正通过规范生产和品牌建设来应对市场变化，如提质改造、品牌强化等措施。此外，地方政府也在推动产区建设和酒旅融合发展，助力酱香酒产业长远发展。尽管面临调整，头部酱香酒企业如贵州茅台和珍酒李渡的业绩依然稳健，显示出行业的韧性和潜力。未来，酱香酒产业将继续注重品质和品牌建设，并积极拓展海外市场。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=9879)：http://baijw.com/list.asp?id=9879

## 11. 山西汾酒Q2业绩环降股价走低，市场对白酒企业有何预期？

关键词：白酒业绩,股价下跌,市场需求,财报数据,销售渠道

概要：山西汾酒2024年上半年实现营业收入227.46亿元，同比增长19.65%，归母净利润84.10亿元，增长24.27%，呈现营收利润双增态势。然而，第二季度业绩表现不佳，营业总收入74.08亿元，同比增长17.06%，环比下降51.7%；归母净利润21.47亿元，同比增长10.23%，环比下降65.71%。中报发布后，公司股价一度下跌，市值降至2020.26亿元。山西汾酒主要以中高价酒类为主，销售渠道以代理为主，省外市场收入远大于省内市场。多家机构下调了对山西汾酒的业绩预期，预计未来几年收入和利润增速将放缓。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JB8FTE000530VSUL.html)：https://www.163.com/dy/article/JB8FTE000530VSUL.html

## 12. 白酒老二，如何找回节奏？

关键词：品牌价值,提价,缩量,控货,渠道利润

概要：2023年12月起，五粮液通过提价、缩量、控货和渠道整顿等措施应对价格倒挂和需求减弱问题，2024年上半年实现营收506.48亿元，同比增长11.3%，归母净利润190.57亿元，同比增长11.86%。然而，其增速放缓，股价下跌超21%。尽管2021至2023年保持两位数增长，但不及以往，且被同行超越。为解决价格倒挂问题，五粮液采取多项措施，效果有限。未来需通过品牌价值回归重拾增长势头，已加大品牌建设和市场投入，但在重塑消费认知方面仍需努力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JBDP1NDL0530IU8N.html)：https://www.163.com/dy/article/JBDP1NDL0530IU8N.html

## 13. 泸州老窖赵丙坤：行业充满不确定性，坚持四大引领携手穿越新周期

关键词：白酒行业,长期主义,科技创新,数智引领,消费核心

概要：9月6日，在由西凤酒承办的酒业领军50人大会第四届峰会上，泸州老窖副总经理赵丙坤发表了关于新经济形势下厂商关系的主题演讲。他指出，中国白酒行业正在经历深度变革，面临复杂的宏观环境与消费趋势变化。尽管存在不确定性，但总体政策支持、行业发展及企业经营均呈现积极态势。基于此，他提出“四大引领”策略：一是长期主义引领，注重产品质量与品牌文化创新；二是科技创新引领，提升品质与生产效率；三是数智引领，推进数字化转型；四是消费核心引领，通过跨界融合和国际化拓展市场。赵丙坤呼吁业界同仁共同推动中国白酒的高质量发展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/158864)：https://jiuyejia.com/news/158864

## 02

## 头部品牌动态

## Top Brand News

## 头部品牌动态：

## 14. 次高端白酒：全国化前要稳“根据地”

关键词：次高端酒企,去库存,区域市场,全国化,白酒行业

概要：今世缘在行业去库存压力下，通过深耕江苏省内市场实现了营收和净利润的稳定增长，2024年上半年分别增长22.35%和20.08%。相比之下，全国化扩张较快的次高端酒企面临较大去库存压力。今世缘主要依靠省内三大优势市场：淮安、南京和苏中，贡献了近六成的收入。尽管省外市场有所增长，但贡献较小。今世缘短期内仍坚持深耕省内市场，逐步向周边省份渗透，计划在长三角地区加大投入。与之相比，山西汾酒则在省内市场稳健增长的同时，通过快速扩张省外市场取得了显著增长，省外收入占比已提升至约63%。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JB42A4OH0519L38V.html)：https://www.163.com/dy/article/JB42A4OH0519L38V.html

## 15. 身价缩水百亿，“白酒教父”难了！

关键词：酒类连锁,业绩下滑,毛利率下降,股价回调,白酒行业

概要：华致酒行近期公布的中报显示，其2024年第二季度营收和净利润均出现同环比下降，毛利率和净利率也有所下滑，导致净利润受到侵蚀。尽管2021年公司业绩达到峰值，但2022年和2023年扣非净利润连续大幅下降，毛利率显著下滑。受此影响，华致酒行股价大幅下跌，实际控制人吴向东的身价也大幅缩水。与此同时，吴向东控股的另一家上市公司珍酒李渡则实现了业绩增长，尤其是在“次高端”价格带方面表现出色。吴向东凭借其在白酒行业的深厚经验和资本运作能力，正在筹备新的资本动作，可能将多个酒类品牌打包上市。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JB6364H60519QQUP.html)：https://www.163.com/dy/article/JB6364H60519QQUP.html

## 16. 嘉士伯、珠江等巨头纷纷扩产，华南啤酒竞争烈度升级

关键词：啤酒产能,广东市场,高端化,智能制造,产业集群

概要：8月28日，嘉士伯佛山三水生产基地正式投产，总投资29.62亿元，年产能50万千升，这是重组后的重庆啤酒和嘉士伯在广东的第二家工厂。多家啤酒企业如华润、珠江等也在广东积极布局新产能，这可能改变华南啤酒市场的格局。广东省啤酒市场竞争激烈，但随着高端化趋势发展，企业纷纷提升产能并优化生产结构，引入智能化和数字化技术。新产能的涌入加剧了市场竞争，也带来了更高端、高效的产品，进一步搅动了大湾区啤酒市场。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JB2OC8UC0534A4SC.html)：https://www.163.com/dy/article/JB2OC8UC0534A4SC.html

## 17. 曾力压茅台，白酒第一黑马，现在危险了！

关键词：白酒行业,市值蒸发,塑化剂事件,三公消费,库存积压

概要：酒鬼酒曾是中国白酒行业的领头羊，但近年来市值大幅缩水，蒸发逾700亿。公司在上世纪九十年代达到巅峰后，由于一系列错误决策和外部环境影响，业绩每况愈下。2005年曝出资金被大股东挪用的丑闻，导致巨额亏损。2007年中皇有限公司接手后，酒鬼酒一度复苏，但在2012年遭遇“塑化剂”事件和政策限制，再次陷入困境。2014年中粮集团入主后，酒鬼酒业绩有所回升，但2023年利润大幅下滑，面临行业整体萎缩的挑战。未来，酒鬼酒计划深耕湖南市场，力求成为一家区域性酒企。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JB67V0UV0519AFN9.html)：https://www.163.com/dy/article/JB67V0UV0519AFN9.html

# 02

## 头部品牌动态

### Top Brand News

#### 头部品牌动态：

##### 18. 洋河的“年轻化”思路！张学谦：洋河去年36岁以下消费者占比提升26%

关键词：年轻化,品牌建设,渠道年轻化,消费趋势,品牌认知

概要：9月6日，在由西凤酒承办的酒业领军50人大会上，洋河股份副总裁张学谦围绕“年轻化”进行了主题演讲。他指出，年轻化是抓住当下并拦截未来的方向，强调了年轻消费者对未来市场的重要性。洋河通过三个维度推进年轻化：一是品牌年轻化，利用国潮国风及新媒体传播引发共鸣；二是品类年轻化，开发丰富多元的亚品类和新品类，满足年轻人口味需求；三是渠道年轻化，建立新消费触点如小程序、入驻电商平台，并利用社交媒体实现从曝光到转化的闭环。张学谦认为，白酒行业应将传统经典与潮流时尚结合，推动行业的持续发展。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/158865)： <https://jiuyejia.com/news/158865>

# 03

## 投资运营

### Investment Operation

#### 投资运营:

##### 19. 郎酒庄园与保乐力加携手启动世界酒庄联盟，青花郎闪耀世界舞台

关键词：酒庄联盟,洞藏陈香,世界篇章,中外名酒,建筑界奥斯卡

概要：8月22日，郎酒庄园与保乐力加共同启动世界酒庄联盟，标志着郎酒在国际化道路上迈出重要一步。郎酒庄园耗时20年、投资200亿元，已成为世界级酒庄。在中外名酒璀璨夜上，第五代青花郎与马爹利XXO等名酒共同展示，吸引了广泛关注。郎酒庄园通过邀请中外嘉宾品鉴，成为连接中外文化的桥梁，并将于9月携手世界建筑节举办2024中国盛典。青花郎凭借卓越品质，在多个国际场合展现独特魅力，荣获中国最具国际影响力优秀品牌奖。未来，青花郎将继续传承郎酒人的初心，书写“中国郎”的辉煌篇章。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JBBDBP100519S8FL.html): <https://www.163.com/dy/article/JBBDBP100519S8FL.html>

## 04

## 产品技术

## Product Technology

**新品上市：****20. 叶正良：十年六次技术迭代，国台数智升级不是为了计算成本**

关键词：白酒行业,数智升级,生产工艺,产品质量,智能化转型

概要：在中国酒类流通协会主办的第四届酒业领军50人大会上，天士力大健康产业投资集团副总裁叶正良表示，国台酒依托天士力制药经验，历经十年探索，实现了智能酿造全流程的标准化和数字化，涵盖30道工序、269个环节，提炼出1071项工艺指标标准，并经历了六次技术迭代。国台的数智化升级旨在提升产品质量和稳定性，采用生物传感器和指纹图谱等技术客观评价酒体质量。最终目标是经销商提供高性价比的产品，为消费者带来物有所值的体验。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/158868)：https://jiuyejia.com/news/158868

**21. 胖东来精酿啤酒的出现，打了多少国产啤酒的脸。**

关键词：精酿啤酒,物美价廉,原麦汁,酒精度,千岛湖

概要：胖东来与千岛湖啤酒合作推出了一款“DL精酿小麦啤酒”，因物美价廉而备受赞誉。该啤酒由国内酿酒大师杜永华领衔研发，采用千岛湖深层地下水及德国进口麦芽，严格控制水质和发酵温度等关键参数，确保高品质。其原麦汁浓度为12度，酒精度为4.7度，远高于同类产品。尽管受到产量限制和市场热捧，胖东来啤酒仍成为行业标杆，展示了生产优质啤酒并不需要高昂成本的可能性。该啤酒泡沫丰富、口感饱满，深受消费者喜爱。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JB3D5TKD05248GKH.html)：https://www.163.com/dy/article/JB3D5TKD05248GKH.html

**22. 精选五谷，酿就白酒之魂：原料选取的奥秘**

关键词：白酒,原料,高粱,小麦,大米

概要：在中华酒文化中，白酒以其独特魅力占据重要地位，其关键在于原料的选择。主要原料包括高粱、小麦、大米、玉米和糯米等五谷杂粮。其中，糯高粱因其高淀粉含量和适中的蛋白质及丹宁含量，成为酱香型白酒的重要原料，赋予酒体独特的酱香和醇厚风味。小麦含有丰富的糖分、氨基酸和蛋白质，可用于酒曲制作，增加白酒的口感和丰富度。大米则因其高淀粉和低蛋白质及脂肪含量，适合低温发酵，使酒质纯净、口感清爽。玉米结构紧密，质地坚硬，有助于发酵，并能增加白酒的甜度和口感。酿酒师通过巧妙调整原料比例，酿造出不同风味的美酒。

[原文链接](https://homilla.cn/index.php?m=home&c=View&a=index&aid=815)：https://homilla.cn/index.php?m=home&c=View&a=index&aid=815



## 05

## 营销活动

## Marketing Campaign

## 营销案例盘点：

## 23. 9月16日 到宁夏贺兰山下跑一场酒庄里的马拉松

关键词：贺兰山东麓,葡萄酒,半程马拉松,金秋赛,体育+旅游

概要：2024宁夏贺兰山东麓葡萄酒产区半程马拉松路跑双季赛（金秋赛）将于9月16日在贺兰羿射箭主题综合运动中心举行，这是第四届中国（宁夏）国际葡萄酒文化旅游博览会的主要活动之一。赛事主题为“紫色双季、跑出精彩”，包含半程马拉松和“醉美”酒庄跑，共招募6000名跑友。参赛服和奖牌设计融合了贺兰山、黄河、葡萄美酒等元素，体现当地文化和自然特色。此次赛事适逢中秋假期，西夏区推出“1+N”体旅融合套餐，涵盖多项文旅活动，促进“体育+旅游+葡萄酒”产业发展。组委会制定了详细的安全和服务保障方案，确保赛事顺利进行。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JBLLTRQ0514R9KE.html)：https://www.163.com/dy/article/JBLLTRQ0514R9KE.html

## 24. 酒企扎堆短剧营销，想和年轻人交朋友？

关键词：短剧营销,年轻化,酒企,曝光,品宣

概要：《中国微短剧市场发展研究报告》显示，酒行业在微短剧合作品牌数量中排名第五，占比9%。多家酒企如洋河、牛栏山等通过自制或合作短剧进行营销，试图吸引年轻消费者。短剧营销的优势在于内容深度、沉浸式体验和社交传播效应，能帮助酒企扩大消费圈层。然而，各酒企态度不一，部分企业如汾酒、郎酒持观望态度。短剧营销的核心价值在于品牌曝光和心智种草，而非直接销售转化。此外，白酒企业还需通过产品创新，如推出低度酒和冰饮等方式，迎合年轻人口味和消费习惯。尽管如此，年轻人并非白酒消费主力，年轻化策略更多是为未来市场培养消费群体。

[原文链接](http://baijw.com/list.asp?id=9894)：http://baijw.com/list.asp?id=9894

## 25. 水井坊 X 中国国家地理，以《中秋美好起源地图》见证圆满场景

关键词：中秋佳节,酒坊文化,团圆美满,习俗文化,情感共鸣

概要：中秋佳节将至，酒作为传统佳节的必备饮品，成为家人团聚的重要组成部分。水井坊·第一坊携手《中国国家地理》推出《中秋美好起源地图》，展示全国各地独特的中秋习俗与文化，引领大众探索中华美好起源文化。这份地图汇集了东南西北四大地区的中秋庆祝场景，展现了从古至今人们对团圆与美满的追求。水井坊不仅见证了无数家庭的团圆时刻，还通过独特的酒坊文化，将这份情感与文化传承至今。今年，水井坊通过文化引领的方式，跳出传统营销模式，引发消费者的情感共鸣，提升品牌影响力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JBBJOHB80519SQQ7.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/JBBJOHB80519SQQ7.html?spss=dy\_author

## 26. 京东联合多家KA品牌推出啤酒消费白皮书：精酿年至今同比50%

关键词：啤酒线上消费,年轻化,多元化,精酿,鲜啤

概要：近日，京东超市联合多家啤酒品牌发布了《2023-2024啤酒线上消费白皮书》，指出啤酒线上消费呈现出年轻化、品质化、多元化趋势，精酿、鲜啤潜力巨大，组合装啤酒成为新增长点。京东超市凭借正品保障、多样化商品、快速配送和优质服务成为主要线上购买渠道。消费者偏好健康型、小众啤酒，低糖、无醇啤酒受欢迎。啤酒市场高度集中，头部企业加速线上化进程。细分品类中，黄啤仍占主导，但黑啤、精酿增长最快。京东超市通过多种营销方式和创新产品，如啤酒兑换卡、定制化商品等，助力品牌增长，并提供全方位的用户体验服务。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/JBB3AF750514R9KE.html)：https://www.163.com/dy/article/JBB3AF750514R9KE.html

## 关于艾瑞/法律声明

### 关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

### 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

### 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。