



白酒兔年要重新崛起了吗？



作者：江瀚

刚刚过去的春节，如果要问什么行业最火？除了旅游业之外，估计白酒产业就是其中之一了，在兔年春晚白酒开会，过年期间报复性喝酒都上了热搜，很多人都在问如此红火的白酒，是不是意味着 2023 年白酒要全面崛起了吗？

一、从春晚白酒开会到报复性喝酒

据财联社的报道，春节一般是白酒消费最为关键的旺季之一，走亲访友赠礼、亲朋聚餐畅饮都已成为主要消费场景。在这一背景下，多个白酒品牌加足马力，乘势投放广告，通过多种方式在央视春晚亮相。而券商渠道调研也显示，高端、超高端白酒批价表现稳中有升，部分品牌散瓶价格涨幅高于整箱，预计节后消费场景进一步复苏和渠道补库存将并现。

春晚一直是多行业品牌争相亮相的舞台，在刚刚结束的 2023 年央视春晚上，酒业品牌相继现身晚会/开播前广告。这些品牌“参与”身份包括春晚独家互动合作伙伴、合作品牌等。它们不仅在晚会前的广告中密集亮相宣传，还穿插于晚会中的多个环节，例如：冠名授权、互动环节抽奖送出自家产品、主持人拜年口播、小品台词植入、压屏提示条、滚动字幕。

除了春晚，热搜也是白酒，市界的一篇题为《花六千买酒，春节人们开始报复性喝酒了》的文章冲上热搜，酒类电商平台 1919 数据显示，今年年货节期间，白酒销量同比上涨了 36.01%。春节期间的买酒热成功给白

酒品牌商们带来了一波利好。

据投资者网的报道，中金公司指出，消费场景将持续恢复，白酒需求恢复或将是方向。从复苏路径上看或将“欲扬先抑”，白酒基本面在春节触底后，将呈环比改善趋势；考虑到婚喜宴回补，2023年双节白酒动销或优于2019年。

在中信证券看来，2023年春节返乡客流预计将恢复至2019年同期70%以上，春节返乡积极性好于预期，有望继续推动白酒行业上行。高端、大众价格带白酒，地产酒品牌预计最为受益。在估值合理、行业基本面长期稳健的基础上，任何边际抬升均将推动白酒板块表现。

国泰君安认为，消费加速复苏，白酒会实现三波走。从需求端看，消费进入爆发期，多地订餐紧张。进入2023年1月份之后，各地感染高峰已经过去，阳康人群陆续实现正常工作和生活，压抑消费需求短期释放，助力消费第一波回升。

二、白酒兔年要崛起了吗？

面对着白酒如火如荼的市场发展态势，很多人都想问兔年一开年就此红火，难不成白酒真的要在兔年全面重新崛起了吗？我们该怎么分析判断这件事呢？

首先，白酒消费的确有着一个明确回归的过程。中国是白酒产业的发展大国，从元朝开始蒸馏酒技术开始在全国普及，中国通过几百年的演变

逐渐形成了以八大名酒为代表的白酒体系，在这个白酒体系发展的过程中，中国从南到北白酒消费逐渐延伸，成为了中国的一大消费传统。

不过，前几年白酒的确出现了一定程度的低迷，最主要的原因有两大方面，一方面，受到疫情影响，无论是商务宴请还是家庭聚餐都出现了较大程度的降低，在这样的情况下，原先以白酒联络感情的传统社交体系逐渐被互联网线上联络体系所取代，白酒的消费呈现出了较大的降低。另一方面，传统饮酒人群相对年纪增加，年轻人对于白酒消费呈现出相对排斥的心态，啤酒、红酒乃至口感更好的鸡尾酒在年轻人群体中更受欢迎，白酒市场开始逐渐低迷。

但是，伴随着市场的变化，如今的白酒市场开始呈现出回归的趋势，一方面，伴随着全面的开放，今年春节以来市场已经开始全面恢复正常，各种聚餐逐渐增加，白酒的消费再度成为了大家关注的焦点，不仅仅是聚餐的白酒消费，走亲访友的增加自然而然带动了白酒作为礼品酒消费增加。另一方面，据 CBNDData 发布的《2020 年轻人群酒水消费洞察报告》显示，品类多元分化已经成为酒水行业的关键词，国人仍然最爱喝白酒，但啤酒、洋酒、果酒、葡萄酒等品类正在不断“抢占”消费者的酒杯。特别是白酒消费呈现出一定的回归趋势，伴随着年轻人消费文化的变化，白酒也成为了年轻人微醺的重要选择，再加上各家企业推出的小酒逐渐走红，白酒也开始在年轻人群体里受到欢迎。

因此，当前的白酒消费的确呈现出一定的回归趋势，2023 年的白酒市

场的确比之前更加值得期待。

其次，白酒产业面对的问题可能也没办法回避。虽然，白酒产业面对着市场的回归，有更多的可能性和机会，但是白酒产业面对的问题却也同样没办法忽视，这些问题集中在以下几个方面：

一是白酒产业的高库存问题始终没有得到解决。白酒易存储，在行业上升周期会出现大量渠道库存。由于缺乏消费场景和开瓶率，白酒库存量自 2022 年以来持续攀高。综合多家券商调研结果来看，2022 年年末，白酒行业整体库存水平高于往年。这些库存想要得到完全的消化还是需要相当长的一段时间，而且当前的白酒消费虽然在回归却没有超过之前年份太多的水平，白酒企业的生产还没有降低，自然而然面对着更多的市场压力。

二是白酒当前的市场分层依然比较严重。当前白酒消费最大的问题就是白酒与消费的脱节，这些年涨价几乎已经成为了高端白酒共同的选择，前几年更是出现了大量的高端白酒企业轮番涨价的现象。涨价策略的确对提升白酒的利润水平带来了一定的好处，但是却也让白酒离消费者越来越远，很多知名白酒的经典款动辄一瓶大几百甚至上千，对于不少消费者来

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_51889

