

2016年中国酒类流通行业 运行报告

商务部市场运行和消费促进司

中国国际电子商务中心

目 录

一、酒类市场运行情况.....	1
(一) 市场规模稳中有增.....	1
(二) 市场结构有所优化.....	2
(三) 价格回升效益好转.....	4
(四) 进出口持续向好.....	5
二、酒类流通发展特点.....	8
(一) 行业总体转暖复苏.....	8
(二) 供给水平明显提升.....	8
(三) 营销模式不断创新.....	9
(四) 国际化进程加快.....	10
三、行业发展影响因素分析.....	11
(一) 经济平稳运行为行业健康发展提供支撑.....	11
(二) 居民消费升级为行业转型发展带来机遇.....	11
(三) 信息技术进步为流通模式创新创造条件.....	12
(四) 法规标准不完善影响行业稳定健康发展.....	12
四、行业发展趋势展望.....	13
(一) 酒类消费加快转型升级.....	13

（二）流通模式不断创新转型.....	14
（三）中高端白酒引领复苏进程.....	14
（四）啤酒业延续调整和整合.....	15
（五）葡萄酒消费将稳步提升.....	15

图表目录

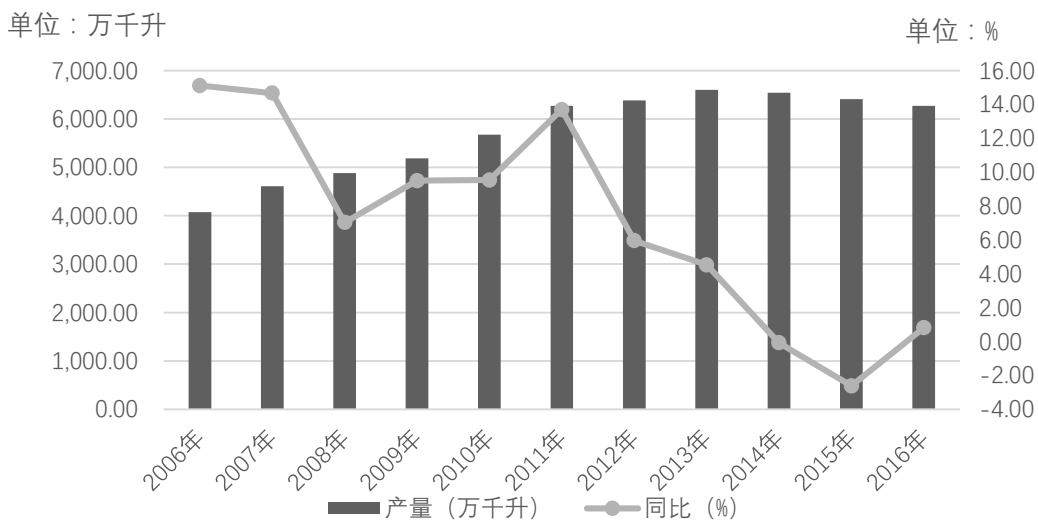
图表 1	2011- 2016 年饮料酒产量及增速.....	1
图表 2	2006-2016 年全国规模以上酒类生产企业数量.....	2
图表 3	2014-2016 年我国饮料酒地区产量占比情况.....	3
图表 4	2016 年酒类批零均价同比增速走势图.....	4
图表 5	2016 年酒类生产行业效益情况.....	5
图表 6	2016 年我国饮料酒及主要酒种出口情况.....	6
图表 7	2016 年饮料酒及主要酒种进口情况.....	7

2016 年，酒类市场在调整转型中逐步呈现总体转暖复苏态势，酒类产量和价格回升，进出口规模持续扩大，企业经营效益有所改善。为适应酒类消费新趋势、新特点，酒类生产企业进一步优化产品结构，淘汰落后产能，经销企业加强创新转型，减少环节提升效率，行业发展水平稳步提升。

一、酒类市场运行情况

（一）市场规模稳中有增

酒类产量小幅增长。2016 年，全国规模以上酒类生产企业完成酒类总产量 7226.3 万千升，同比（下同）增长 0.8%。其中，饮料酒产量 6274.2 万千升，增长 0.8%。白酒产量 1358.4 万千升，增长 3.2%；啤酒产量 4506.4 万千升，下降 0.1%，降幅较上年缩小 5 个百分点；葡萄酒产量 113.7 万千升，下降 2%，连续五年下降。

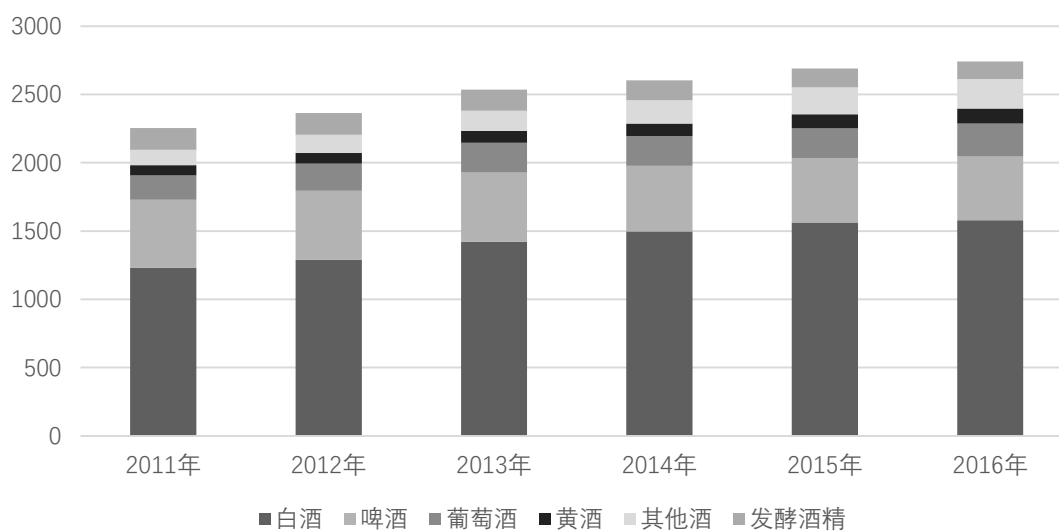


数据来源：国家统计局

图表 1 2006-2016 年饮料酒产量及增速

酒类销售明显回升。全国规模以上饮料酒生产企业销售收入为 8999.1 亿元，增长 7.1%，增速较上年提高 1.8 个百分点。从流通环节看，2016 年，商务部重点监测的典型酒类流通企业白酒销售额 931.7 亿元，增长 7.5%（上年下降 15.3%）。

规模企业数量增加。2016 年，全国规模以上酒类生产企业数量 2742 家，较上年增加 53 家，延续六年来规模企业数量持续稳定增长态势。其中，白酒、葡萄酒、黄酒、其他酒生产企业分别为 1578 家、240 家、112 家、215 家，较上年分别增加 15 家、21 家、9 家、19 家。



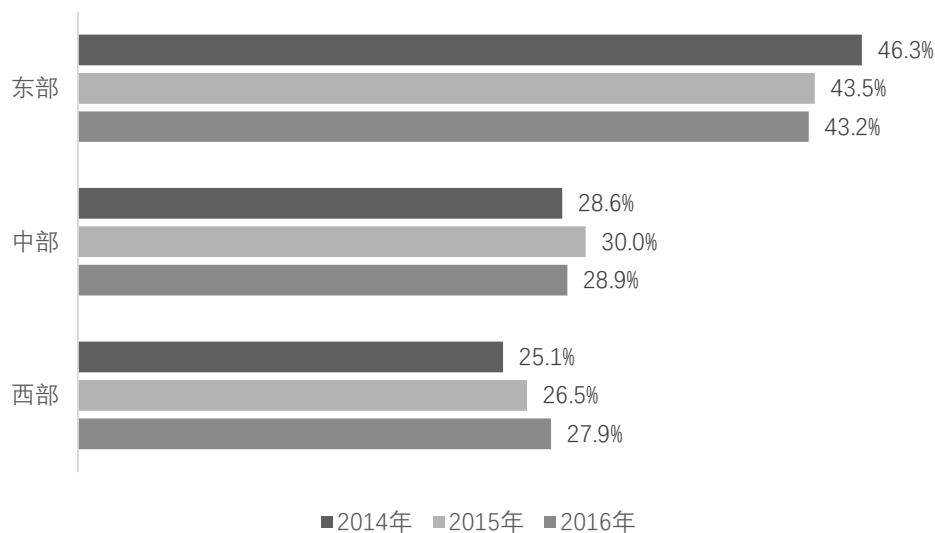
数据来源：国家统计局

图表 2 2011-2016 年全国规模以上酒类生产企业数量

（二）市场结构有所优化

区域结构更加均衡。从生产看，近三年东部地区饮料酒产量占

比逐年小幅下降，西部地区占比稳步扩大，东中西部更趋均衡。2016年，全国规模以上饮料酒产量¹东中西部地区占比分别为 43.2%、28.9%和 27.9%，西部地区占比较上年扩大 1.4 个百分点，较 2014 年扩大 2.8 个百分点。从消费看，随着中西部居民收入不断提高，酒类消费稳步增长，重点监测的中西部地区酒类流通企业饮料酒销售量、销售额占比较上年分别提高 6.1 和 9.9 个百分点。随着农村居民收入提高和农村电商快速发展，农村酒类消费规模不断提高。



数据来源：国家统计局

图表 3 2014–2016 年我国饮料酒地区产量占比情况

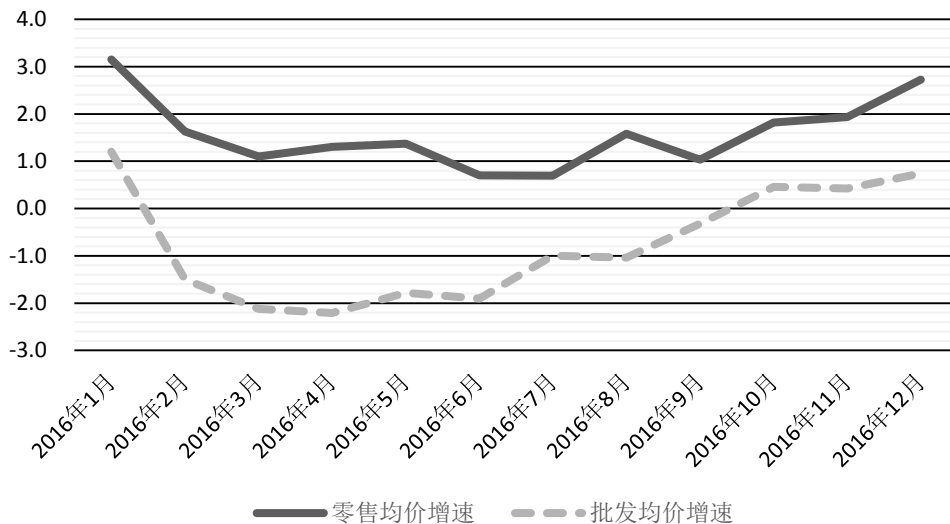
品种结构不断优化。酒类生产企业不断优化产品结构，酒类市场供应更加丰富，葡萄酒、果露酒、鸡尾酒、保健酒等酒种供给明显增加。葡萄酒消费较快增长，国际葡萄与葡萄酒组织数据显示，2016 年中国葡萄酒消费量初步统计达 17.2 亿升，同比增长 6.9%，增幅位居全球之首。酒类消费市场逐步显现橄榄型特征，即中高端

¹ 本处饮料酒产量是指白酒、啤酒、葡萄酒 3 个酒种产量合计。

产品需求较快增长,更加重视产品特色和品质,低端产品有所萎缩,高端产品稳步增长。

(三) 价格回升效益好转

酒类价格止跌回升。据商务部监测,2016年典型酒类流通企业酒类批发、零售均价较上年分别增长0.7%和2.7%,结束连续3年的下跌趋势。饮料酒批发均价增速自7月份起连续6月保持上升趋势。其中,白酒批发均价同比上涨2.4%,重点监测的11种高端白酒零售均价同比上涨3.6%;啤酒零售均价同比上涨1.5%。



数据来源:商务部

图表 4 2016 年酒类批零均价同比增速走势图

经营效益明显好转。酒类生产企业集中优势资源加快高品质、高利润率产品供给,经营效益增长显著。全国规模以上饮料酒生产企业累计实现利润总额 1056.5 亿元,增长 6.9%,增速较上年提高 3.5 个百分点。现代流通方式的推广及电子商务的快速发展,有效改

善市场供需关系，酒类流通企业效益稳步回升。据商务部监测，2016 年全国典型酒类流通企业饮料酒利润总额同比增长 13.8%。

图表 5 2016 年酒类生产行业效益情况

酒种	销售收入 (亿元)	同比增速 (%)	利润总额 (亿元)	同比增速 (%)
饮料酒	8999.1	7.1	1056.5	6.9
其中：白酒	6125.7	10.1	797.2	9.2
啤酒	1832.7	-1.3	150.8	5.7
葡萄酒	484.5	4.0	48.7	-6.6
黄酒	198.2	9.0	18.6	-1.5
其他酒	357.9	7.9	41.3	-8.1
发酵酒精	781.5	-2.5	38.0	17.1
酒类生产行业总计	9780.6	6.3	1094.5	7.2

数据来源：国家统计局

（四）进出口持续向好

进出口较快增长。随着“一带一路”建设加快推进，酒类企业积极“走出去”，同时酒类进口关税降低、贸易便利化程度进一步加强，高性价比、高品质、多品类酒类商品进出口快速增长。2016 年我国饮料酒进出口总量 167.8 万千升，增长 15.1%。其中，出口总量 33.4 万千升，增长 8.7%；进口总量 134.4 万千升，增长 16.8%。进出口总额 51.9 亿美元，增长 13.6%。其中，出口总额 12.8 亿美元，增长 14.8%；进口总额 39 亿美元，增长 13.2%。逆差 26.2 亿美元，增长 12.4%。

出口规模继续扩大。2016 年，我国饮料酒出口总量 33.4 万千

升，增长 8.7%，增速较上年提高 4.2 个百分点；出口总额 12.8 亿美元，增长 14.8%。随着国产葡萄酒品质的提升，出口大幅增长，出口额达 5.4 亿美元，增长 31%，葡萄酒出口金额超越白酒，位居第一；白酒出口额 4.7 亿美元，增长 4.3%。

图表 6 2016 年我国饮料酒及主要酒种出口情况

单位：千升，万美元，%

产品名称	数量	同比增速	金额	同比增速
白酒	16070.0	-0.7	46877.7	4.3
啤酒	291322.0	9.7	19259.2	5.1
黄酒	14127.9	-7.3	2367.3	-2.4
葡萄酒	9918.8	22.1	54116.7	31.0
其中：葡萄酒，≤2 升	9796.8	25.7	53984.7	30.8
葡萄酒，>2 升	122.0	-62.9	132.0	287.1
葡萄汽酒	87.6	-6.1	122.8	-29.7
味美思	292.2	12.5	67.5	-4.3
其他烈性酒	2566.5	17.3	5582.3	21.5
饮料酒总计	334385.1	8.7	128393.3	14.8

数据来源：海关总署

进口增速减缓。2016 年，我国饮料酒进口总量 134.4 万千升，增长 16.8%，增速较上年减缓 31.4 个百分点；进口总额 39 亿美元，增长 13.2%，增速较上年减缓 9.2 个百分点。其中，啤酒进口量和进口额分别增长 20.1%和 15.8%，连续五年保持高速增长；葡萄酒进口量和进口额分别增长 15.4%和 16.7%。

图表 7 2016 年饮料酒及主要酒种进口情况

单位：千升，万美元，%

产品名称	数量	同比增速	金额	同比增速
白酒	1892.9	63.4	7082.5	57.1
啤酒	646294.9	20.1	66561.2	15.8
黄酒	29.5	-12.2	14.1	-36.6
葡萄酒	625571.5	15.4	230766.1	16.7
其中：葡萄酒，≤2 升	481744.5	21.6	219485.9	16.8
葡萄酒，>2 升	143827.0	-1.5	11280.2	14.2
葡萄汽酒	12532.5	-3.3	5658.1	-8.0
味美思	439.0	-55.7	119.9	-54.2
其中：味美思，≤2 升	438.3	-55.8	119.8	-54.3
味美思，>2 升	0.7	101.5	0.1	-12.1
其他烈性酒	57236.6	3.3	80216.9	1.8
饮料酒总计	1343996.8	16.8	390418.9	13.2

数据来源：海关总署

二、酒类流通发展特点

（一）行业总体转暖复苏

2016 年，酒类行业全面推进供给侧结构性改革，优化产品结构，淘汰落后产能，强化销售管理，生产和流通环节库存大幅减少，加上居民消费升级带动中高端酒类产品热销，酒类行业整体呈现回暖复苏态势：饮料酒总产量恢复增长、收入利润增长加快、酒类价格连续上升、进出口规模继续扩大。这种转暖复苏还处于分化态势，主要表现在白酒行业比葡萄酒、啤酒更加明显，其中中高端白酒率先复苏，名优白酒企业效益回升较快，中小酒企仍在筑底调整。部分中高端白酒产品零售价格上涨幅度在 15%至 35%之间，春节等重要节庆前夕，茅台、五粮液、泸州老窖 1573 等高端产品需求旺盛，生产厂商一度出现暂停接受订单的现象。同时，酒类上市公司经营业绩也明显好转，2016 年 36 家 A 股酒类企业销售总额增长 4.7%，利润总额增长 5.4%。

（二）供给水平明显提升

酒类企业以市场需求为导向，适应新的消费趋势和新型消费群体，优化品类布局，完善生产、流通和消费服务，供给水平明显提升。从产品供给看，白酒生产企业加强对酒类产品的整合优化，加强控制系列酒生产，淘汰冗余品种，创新推出时尚、健康酒品，各层次市场定位更加明确；啤酒企业聚焦纯生啤酒、精酿啤酒、易拉

罐产品等高附加值品类，通过推出高端特色新品，打造与进口啤酒之间的差异化竞争优势；葡萄酒企业借自贸协定关税红利，拓展进口酒业务，同时布局上游海外品牌资源，加快海外酒庄并购，获取高端市场份额，同时国内葡萄酒品牌也在激烈地市场竞争中不断提升品质、完善品种。从流通服务供给看，酒类企业在研发设计、生产控制、产品追溯等环节进一步提高信息技术应用水平，同时加强实体门店和物流配送建设，提高了流通效率。酒类电子商务的快速兴起，进一步促进了线上线下融合，1919、酒便利等电商推出“20分钟准时达、慢必赔”等活动，极大提升了酒类流通的便捷性。从消费服务供给看，酒类经营企业不断提高消费服务的便利化、精细化水平，更加注重售后服务，同时在酒类商品包装上，更趋简洁环保，注重个性、时尚、便携、小容量等实用设计。

（三）营销模式不断创新

面临居民消费升级、消费新群体出现以及消费习惯多元化的变化，酒类企业不断创新营销模式，推动传统商业模式转型升级。一是品牌聚焦明显加快。酒类企业不断完善原有产品结构体系，精准定位消费者需求，集中资源打造名优单品品牌，如茅台继续“一个世界级茅台”的品牌战略，适度控制其他子品牌，泸州老窖推出“五大战略单品”。酒类流通企业也更加注重品牌建设，从酒类销售情况来看，市场不断向优势品牌、优势企业集中。二是线上线下深度融合。酒类企业加大微商、创客等新兴运营方式的投入，与原有渠道及连锁门店同步推进，形成线上线下融合的全方位、立体化电子商务营

销体系。三是**文化旅游营销兴起**。白酒、葡萄酒酒庄悄然兴起，给消费者更多参与和体验，在宣传品牌、传播文化的同时，也促进了消费。部分地区大力发展酒文化特色旅游、酒生态文化园、酒厂景区，将酒业营销与文化旅游产业结合起来，打造旅游品牌亮点，增强酒文化品牌影响力。

（四）国际化进程加快

随着“一带一路”等战略深入实施，酒类企业“走出去”环境不断改善，酒类行业国际化发展进程加快。**出口方面**，多地政府为鼓励酒类企业“走出去”创造条件，检验检疫机构积极推进无纸化通关、监督抽检等便利化措施。茅台、五粮液等行业龙头企业积极开展全球巡展推介活动，泸州老窖、洋河、古井贡等首开中东欧、非洲及南美洲市场，讲白酒故事，扬传统文化，扩大我国饮料酒出口规模及市场影响力。葡萄酒品质进一步提升，出口大幅增长，出口额已超过白酒。**进口方面**，中智、中澳自由贸易协定的实施，加速了进口葡萄酒进入国内市场，为消费者带来多元商品的同时，也为引进先进酿酒技术及形成良性竞争环境起到推动作用。同时，北京、上海、四川、贵州等地积极发展国际酒业交易市场，其中四川计划将泸州打造成酒类国际交易中心，并纳入自贸试验区建设规划。

三、行业发展影响因素分析

当前酒类行业处于转型升级、创新发展的关键时期。从宏观经济、居民消费、技术进步等方面看，行业面临较为有利的发展环境，同时，酒类法规标准体系仍需进一步健全。

（一）经济平稳运行为行业健康发展提供支撑

酒类行业与宏观经济环境密切相关。当前，我国经济以五大发展理念为引领，深入推进供给侧结构性改革，经济运行稳中有进、稳中向好。2016 年国内生产总值达 74.4 万亿元，同比增长 6.7%，居民消费价格上涨 2%，单位国内生产总值能耗下降 5%，经济发展的质量和效益明显提高。经济规模的稳步扩大和平稳运行，为行业提供更大的发展空间，也减小了市场大起大落的风险。同时，酒类行业也将按照新的发展理念，深入推进供给侧结构性改革，更加注重提质增效和创新转型。

（二）居民消费升级为行业转型发展带来机遇

当前和今后一段时期是消费需求持续增长、消费增速换挡、消费结构加快升级的重要阶段。2016 年，我国社会消费品零售总额达 33.2 万亿元，同比增长 10.4%，最终消费对经济增长的贡献率达到 64.6%，比上年提升了 4.9 个百分点。居民消费动力增强和消费结构升级，将带动大众化、个性化消费快速发展，品质化、品牌化消费

显著增加，健康、文明消费理念普遍形成。顺应消费升级的趋势，酒类企业将改变以往粗放式的发展模式，加快创新转型发展，进一步丰富产品供给，优化产品结构，提升产品品质。在新形势下，流通企业在引导生产和消费方面将发挥更大作用，更加注重经营模式的创新和服务水平的提升。

（三）信息技术进步为流通模式创新创造条件

大数据、云计算、物联网、人工智能等信息技术迅猛发展，加速了传统产业生产、管理和营销模式变革。流通领域表现得更加明显，在“互联网+流通”的催化加速下，智慧物流、智慧仓储、智慧商圈快速兴起，改变了商贸流通的传统形态，催生了流通新业态、新模式。新的流通技术、流通设施、流通模式出现，为酒类流通企业开展模式创新创造了条件，尤其是有利于在电子商务、产品追溯、营销推广、支付服务、售后服务、供应链管理等领域开展创新。

（四）法规标准不完善影响行业稳定健康发展

商务部制定发布了《关于“十三五”时期促进酒类流通健康发展的指导意见》，提出了下阶段酒类流通行业的发展目标和任务。但目前酒类行业存在的一个突出问题是缺乏全国性的酒类法律法规，导致市场准入门槛过低、市场秩序不规范等问题。同时，酒类标准也有待完善，尤其是在鼓励酒类企业“走出去”的过程中，亟需将国内酒类标准与国际接轨。

四、行业发展趋势展望

从需求侧看，在人均收入较快增长、消费结构升级的背景下，个人消费和商务消费为支撑的市场格局将在一定时间内延续，个性化需求、品质需求、健康需求保持较快增长，市场需求结构逐步调整。从供给侧看，行业调整和整合仍将继续，优势酒企扩张步伐加快，中小企业仍面临经营压力，产品结构将进一步优化，渠道方面更加重品牌、减环节、提效率，酒类电子商务保持快速增长。总体而言，我国酒类市场有望在调整转型中继续复苏。

（一）酒类消费加快转型升级

一是酒类消费主体结构出现转变。大众消费兴起，个人消费快速增长，公务消费急剧萎缩，商务消费和个人消费占酒类消费的绝大多数，改变了以往政务消费和商务消费占主导的格局。二是消费人群进一步转变。80后、90后成为酒类消费的重要组成部分，消费群体对酒类品类的选择更加多元化、个性化、小众化，这将促进进口葡萄酒、进口啤酒、健康低度白酒等消费规模进一步扩大。三是品质品牌消费加速升级。随着居民收入的提升，酒类消费知识不断丰富，消费者对酒类品质品牌要求更高，酒类消费分化和品牌倾向趋势将愈发明显。四是消费习惯更加科学理性。多年来，主管部门、行业协会、大型酒企积极举办多种形式的宣传活动，引导理性饮酒观念，科学、理性、健康的饮酒方式将逐渐成为共识，酗酒、拼酒、斗酒等不良饮酒习惯受到抑制。

（二）流通模式不断创新转型

酒类消费者对个性化、品牌化、便利性的需求不断提升，加上现代物流和信息技术迅猛发展，将促进酒类流通模式不断创新转型。一是酒类生产企业对传统经销模式的依赖有所下降，更加注重利用官网、专营公司加强自营销售体系的建设，提升对终端的掌控能力，加强品牌建设和维护。酒类生产将与流通企业探索建立互利共赢的新型产销模式。二是传统经销商转型整合已成为发展方向，“扁平化”趋势更加明显，大中型酒类经销商利用现代信息技术和互联网，加强连锁经营和统一配送，减少环节，提升效率。部分中小酒类销售店铺向加盟或整合方向发展。三是新型流通模式兴起，酒类电子商务快速发展，大中型酒企自建电商网站和中小酒企借助第三方平台的发展步伐加快，同时，酒类经营企业利用微博、微信等自媒体开展互动式营销也将成为趋势。随着“互联网+”与酒类流通融合发展，酒企将进一步提升精细化营销水平。

（三）中高端白酒引领复苏进程

当前白酒行业整体回暖，但行业发展分化趋势明显，名优白酒利用其品牌、渠道等优势，通过产品和价格调整、资源整合等方式较快复苏，部分中小企业及时调整经营和产品策略，经营出现好转，还有一些中小企业，由于品牌影响力弱，产品受到中高端品牌挤压，缺乏竞争力，仍面临较大的经营压力。考虑到中高端白酒企业在产品推广、渠道调整、资源投入等方面的明显优势，未来一段时间，

中高端品牌仍将引领白酒行业的复苏。

（四）啤酒业延续调整和整合

从消费情况来看，啤酒消费者不断年轻化，更加注重品质与品味的追求，个性化、高附加值产品增长强劲。面对消费需求的变化，啤酒行业将延续产品的调整和企业整合，有望结束持续几年的低迷，开始复苏。一方面，啤酒消费总量增长空间有限，且低端市场几近饱和，啤酒企业将迎合消费升级趋势，实施精细化经营，加大优质产品布局，强化中高端新品，促进产品结构优化。另一方面，面临激烈的市场竞争和进口品牌的冲击，啤酒行业整合将进一步深入，强强联合成为可能，行业集中度仍有提升空间。

（五）葡萄酒消费将稳步提升

葡萄酒契合健康消费的趋势，随着消费者对葡萄酒的认知度不断提升，未来葡萄酒的消费规模将保持较快增长。从地区看，一二线城市以及东部沿海经济发达地区市场将侧重“品质化、品牌化”提升，三四线城市及中西部地区仍处于消费普及和扩容阶段。尽管葡萄酒市场规模不断扩大，考虑到进口葡萄酒快速涌入，不少国外知名品牌正加速市场布局，未来市场将面临更加激烈竞争。国产葡萄酒将不仅在品质和价格方面提升竞争力，还将在文化宣传和区域特色方面下更多功夫。