

# 白酒产量“腰斩”，业绩亮眼 这背后隐藏着什么逻辑？



资料图片

2月13日，地处豫皖交界处的一家地产白酒企业负责人赵先生告诉《华夏酒报》记者，在名酒品牌的挤压下，他们发展的压力很大，去年有25%以上区域销售出现下滑，随着销量的下降，产量也减少了20%。

据赵先生透露，去年，他知道的就有五六家小微企业处于停产或半停产状态，今年可能还会有企业停产。

国家统计局数据显示，白酒产量峰值在2016年，彼时年产量为1358万千升，此后产量一路下降，到2021年仅为715.63万千升。2021年的白酒产量较2016年的峰值下降了47.3%，几乎“腰斩”。

5年时间，白酒产量减少一半，但白酒销售收入和利润不断提升。数据显示，2021年前11个月白酒企业累计实现利润总额1666.51亿元，与上年同期相比增长25.64%。

业界认为，白酒业绩喜人的背后是消费升级和行业的高质量发展。

## 品质提升，高质量发展成关键

2016年，既是白酒行业峰值最高的一年，也是高质量发展的分水岭。当年全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量1358.36万千升，白酒行业实现销售收入6125.7亿元。

同样是2016年，白酒年产量下降的省市区共有11个。其中，辽宁省白酒年产量8.28万千升，下降80.78%；西藏自治区白酒年产量0.05万千升，下降28.62%；浙江省白酒年产量1.15万千升，下降21.13%；江西白酒年产量16.01万千升，下降12.18%。下降幅度超过5%的还有河北、福建、广东。

2017年，规模以上企业1593家，至2019年，规模以上企业数量减少至1176家，企业数量减少了417家。相关统计数据显示，2020年1至11月，全国规模以上白酒企业1040家，数量持续减少，亏损企业170家，亏损面达到16.35%。

规模以上白酒企业数量的

逐年减少和白酒产量的连创新低，说明白酒行业提前进入品质提升和优胜劣汰的发展阶段。

数据显示，茅台系列酒去年营业收入126亿元左右，五粮液系列酒也实现了百亿的销售佳绩，汾酒去年预计净利润52.34亿元至55.42亿元，同比增长70%至80%。除此之外，习酒、舍得、酒鬼、国台、剑南春、水井坊等企业的快速发展，进一步抢占了优质消费市场，消费呈现出向名酒和优势品牌转变的趋势。相比之下，区域品牌和地产酒的生存空间进一步变小。

随着人们对高品质、高质量白酒的诉求日益加强，白酒行业的科研导向也从提升产量向提升品质转变，高品质酿造、绿色生态酿造、智能酿造日益成为白酒产业科技创新的方向，科技创新对产业的引领和驱动作用进一步加强。

去年4月举行的“第10届中国白酒T9峰会”上，参会企业领导一致认为，中国白酒产业已进入“名酒引领产业发展的时刻”。

五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光认为，当前，白酒进入品质消费时代，产品品质是企业的生命，是一个企业，乃至一个行业得以永续传承的根基。中国白酒不同品牌、不同香型之间按照“各美其美、美美与共”的原则，形成更加和谐的产业生态。

在去年12月10日的茅五高层座谈交流中，双方就开创合作新局面，共同促进白酒实现高质量发展注入新活力达成共识。

品质提升，高质量发展在一定程度上为企业增添新的竞争力，也为产区发展和地方发展注入了活力。以习水县为例，2021年，习水县坚持以高质量发展白酒，产能增至13.1万千升，白酒产业贡献的规模以上工业增加值占全县的89%以上，贡献税收占全县的75%以上。

中国酒业协会理事长宋书玉曾表示，我国白酒行业发展特点鲜明，规模以上企业数量逐年减少，行业集中趋势明显，产销量基本呈现逐年下降趋势，体现了市场供需关系和消费需求变化；另一方面，产品销售收入和利润水平逐渐提升，表现出酒业由量变到质变的过程，也体现了消费者追求健康和理性的消费诉求。

## 马太效应，催生白酒产业变革

数据显示，2021年1至11月，全国规模以上白酒企业累计完成销售收入5236亿元，同比增长18.1%；实现利润1443亿元，同比增长28.7%。

白酒产量的降低只是总产量的减少，对于优势白酒企业和优势酱香白酒品牌来说，其呈现增长和产能扩张的发展状态。宋书玉曾表示，目前酒行

业产业利润集中在头部50家企业，在约4%的企业中，品牌集中度和产业利润集中度均有大幅提高。

从2021年19家上市公司前三季度营收规模来看，百亿元体量的白酒上市公司分别为贵州茅台、五粮液、洋河股份、山西汾酒、泸州老窖、顺鑫农业、古井贡酒，这7家公司三季报营收总额为2017.96亿元，而贵州茅台和五粮液的营收总额达到1267.73亿元，占19家公司营收比重的54.89%。

而在净利润方面，19家白酒上市公司实现净利润总额为824.85亿元，上年同期为691.26亿元，同比增长19.32%。五粮液和贵州茅台的净利润总额为483.72亿元，占比达到58.6%。

在业界看来，没有好品质，一切都是空谈。在未来的发展中，头部品牌和区域强势品牌的发展空间将越来越大，马太效应会更明显。

## 产区优势，加速白酒结构调整

李曙光曾表示，白酒产业既是朝阳产业，在不同方面又兼具了成熟期、成长期和初创期的特征。从产能扩张和行业结构来看，白酒行业已处于成熟期；从收入、利润增速来看，白酒行业相对而言仍处于成长期；从行业的规范、标准等方面来看，白酒行业还在初创期，行业规范还需要进一步强化，产

品标准建设，特别是白酒国际化标准，还需要进一步完善。当前白酒产业发展机遇与挑战并存。

2021年成为白酒高质量发展的重要年份，同时也是产区优势明显的一年。数据显示，2021年1至10月四川白酒产量288.5万千升，同比增长4.9%；销售收入2558.8亿元，同比增长14.6%，分别占全国的51.7%和54.5%，连续7年保持全国第一。宜宾充分发挥了中国白酒之都的优势，2021年1至10月实现了白酒产业运营收入1364亿元，占全省53.3%。

除四川之外，贵州白酒的产量也在飞速增长，且发展势头迅猛。

1月20日，贵州省统计局发布的数据显示，2021年全省白酒产量34.81万千升，比上年增长30.5%。

《贵州省国民经济和社会开展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的纲要》显示，要发挥贵州茅台领航优势，打造贵州酱酒品牌梯队，至2025年，贵州白酒产量方案到达60万千升，白酒产业产值到达2500亿元。

吕梁是世界十大烈酒产区之一，而在山西省内，以汾酒为龙头，汾阳王、晋泉（太原酒厂）、汾杏等企业为领军的白酒企业构建出了“一超多强”产业格局。2021年上半年，汾阳市规模以上企业白酒产量81583万千升，同比增长18%；白酒产值达69.2亿元，占规模以上企业总产值的50%。

除此之外，泸州、宿迁、亳州、邳州等产区的产量都在增长，实现产量、销售双增长的发展态势。随着白酒行业结构调整，白酒呈现出“冰火两重天”的发展格局：一方面，全国化、省域和少部分地区强势企业已基本实现平稳增长或略增长态势；另一方面，市县域酒企由于品牌张力和缺乏独特竞争力，他们的日子将更加艰难，在一定程度上，减产的可能性很大。产区规模效应较强，强者恒强的趋势更加明显。（陈振翔）

抢抓机遇，只争朝夕

## 宝丰酒业召开2021年度工作总结暨2022年度工作会议

□记者 张五阳

本报讯 2月9日上午，宝丰酒业有限公司2021年度工作总结暨2022年度工作会议在宝丰酒业五楼会议室召开。此次会议由宝丰酒业人力资源总监程辉涛主持。该公司领导班子成员，各部门、各单位班长以上干部，销售公司各大区及部门负责人，受表彰优秀员工代表等130余人参加了会议。

河南洁石实业集团董事

长、宝丰酒业董事长王若飞在会上全面总结过去一年的工作成绩和经验，对下一年工作进行安排部署并作重要指示。王若飞从品牌、产品、市场、品质、工艺、产能等六个方面认真总结回顾了2021年的工作。他指出，2021年，是宝丰酒业新五年战略规划的开局之年，也是“一清双品”战略的发力之年。面对新冠疫情反复、暴雨洪灾侵袭、全球经济低迷等诸多不利因素的影响，全体宝丰

酒人风雨同舟、团结协作、攻坚克难，销售、税收都有新突破，企业主要经济效益指标逆势增长、持续向好，形势喜人。

此外，王若飞还结合当前宏观经济形势、行业成长态势、清香型白酒发展趋势等深入分析了宝丰酒业面临的机遇和挑战，对2022年企业生产经营作了系统全面的部署安排。2022年，宝丰酒业将围绕“一清双品”的战略主线不动摇，坚持一个聚焦、两个驱动、八个支撑，全面推

进2022年经营管理工作，并坚持完善现代企业管理体系，不断健全企业管理制度，强化工艺提升、技术创新，加强数字化、信息化、自动化与企业的深度融合。通过强基础、补短板、固本开源，形成长效机制，树立经营管理新理念，提升企业综合竞争力；坚持企业发展依靠员工的发展理念，坚持企业发展成果与员工共享的发展初心，树立良好的企业形象，传递正能量；不断提升企业知名度、产品美誉度和客户忠

诚度，在消费者口碑、市场份额、消费认知和社会形象方面迈上一个新台阶。

宝丰酒业总经理董金柱，宝丰酒业销售公司总经理张伟皓，宝丰酒业董事长助理、首席品牌官许英杰，在会上也分别就2022年度生产、营销及品牌工作规划进行了安排。会议现场还进行了颁奖仪式，优秀员工代表齐娟、袁梦迪分别作了表态发言。抢抓机遇，只争朝夕，宝丰酒业对2022年充满期待。