



# 饮酒思源系列之(八)：下一个三年 次高端迎来新价格红利期



## 以史鉴今，次高端景气凿凿

次高端价格带市场的正式兴起始于 2010 年，当下正处于第二轮景气周期中。通过对比本轮与上轮景气期的发展，我们发现两轮景气期启动的催化因素相同，高端酒价格的飙升均是次高端景气开启的“号角”。但不同于上一轮次高端景气期以政商务消费为主、价格升级较快但成长稳定性较弱，本轮景气期中大众消费已逐步成长为消费主力，其较强的消费韧性成就了本轮次高端扩容更强的持续性及稳定性，且大众消费对价格的敏感性较高，因而本轮升级基础更为坚实。当前时点，伴随着高端酒价格空间不断打开，消费者产品心理价值得到重塑，次高端价格带有望整体逐步上移，白酒行业有望迎来新一轮价格红利期，未来几年次高端放量价格带或有望从 300-400 元逐步上移至 600 元上下。因此我们认为这是继 2015 年后白酒行业复苏、价格重塑后的第二轮价格红利期。

## 风云变幻，次高端竞争延续，龙头更迭加快

本轮周期以来次高端的竞争格局愈发分散、且行业内的龙头更迭正悄然发生。推本溯源，我们认为近几年次高端格局更加分散主要源于：1) 酱酒受茅台的带动异军突起；2) 酒企价格管控越来越严，具备一定品牌基础的酒企在近几年均开启价格带上延之路。为了探寻次高端板块未来走向稳态竞争格局的路径，我们尝试分析其他消费品行业，发现为了达到稳态竞争格局通常需要：1) 行业本身规模效应较强，龙头借助成本优势和价格战完成对中小企业的出清；或 2) 行业竞争加剧，头部企业因管理、品牌等

综合优势胜出。从行业属性来看，次高端白酒本身规模化效应相对并不明显，其走向稳态竞争格局或将发生于行业整体增速放缓、内部竞争不断增强的时期，此时具备品牌、渠道及人才优势的酒企有望胜出，相反则可能有所掉队，次高端整体格局也将因此逐步走向稳态。

龙头何在：重点推荐品牌力强并辅以强渠道运作的次高端品种次高端大概率依然是未来几年增速最快的白酒价格带，且仍处于品牌、渠道激烈竞争阶段，重点推荐品牌力强并辅以强渠道运作的次高端品种，重点推荐山西汾酒、洋河股份、古井贡酒、今世缘，建议关注水井坊。1) 汾酒：产品端，复兴版青花有望站稳千元价格带，带动品牌形象进一步跃迁；市场端，2020 年疫情影响下汾酒依旧在原先消费基础相对薄弱的长江以南市场实现高速增长，全国化推进加速。2) 洋河：产品端，核心聚焦 M6+和水晶版 M3，紧抓次高端放量价格带跃迁红利；市场端，洋河全国化步伐迈出较早，具备一定成功经验。3) 古井：省内地位稳固，有望充分享受扩容红利；省外逐步开拓，区域聚焦、以点带面，全国化基础逐步夯实。4) 今世缘：短期看，省内剑指苏南市场；长期看，有望立足省内，向省外重点市场要增量，聚焦重点、逐步突破，未来稳健增长可期。5) 水井坊：产品端，旗下产品主要分布在次高端价格带，有望充分享受增长红利。市场端，模式创新释放增长动能，核心市场市占率有望进一步提升。

## 风险提示

### 1.行业竞争加剧；

2.消费升级不及预期，需求不及预期等。

关键词：疫情 白酒

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\\_33562](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_33562)

