



食品饮料行业专题研究：长沙 白酒草根调研及经销商大会反 馈 行稳致远 静待春节



湖南白酒市场：消费能力较强，省内品牌弱势。从产量来看，湖南市场与陕西市场旗鼓相当，省内白酒销售口径市场规模约 300 亿元，消费能力较强，但省内本土品牌在市场中处于弱势地位，除酒鬼和湘窖外，其他重点白酒企业销售规模均在 1-3 亿元徘徊，整体未呈现出江苏、安徽和山西市场般本土品牌高市占的竞争格局，预计省内品牌销售额仅占 1/3 且呈下降趋势，省外品牌在湖南市场上较为强势。

长沙市场草根调研反馈。本次草根调研我们走访长沙市高桥大市场中的酒类终端。从店主推荐的产品来看，以“商务宴请”为白酒消费需求，店主基本首推本土品牌湘窖与酒鬼，价格集中于 200-300 元区间，而在次高端价格带，400 元以下店家推荐酒鬼酒红坛较多，400 元以上次高端产品主要以外省品牌为主，如剑南春、水井坊和洋河等，同时店主提及商务宴请中国窖与五粮液均为热门选择；从香型来看，馥郁香型和浓香型是主流，酱酒亦在推荐之列，清香型的青花汾酒多有陈列但未主动推荐；从产品价格来看，长沙市场上，200-400 元价格带是地产酒的主力价格带，400-800 元次高端价格带则由省外品牌垄断，内参在 800 元以上价格带具备不错竞争力；从动销来看，当前仍较为平淡，终端进货与接受压货意愿均低，省外区域疫情反复对消费信心有所影响，随着春节临近，终端拿货意愿与动销有望环比改善。

经销商大会反馈之酒鬼酒：发展在途中。从现场直观感受来看，厂家不骄不躁，经销商积极热情，会上中粮与酒鬼酒的各位领导回顾了近年来

酒鬼高速发展历程，总结成就、展望未来，与会经销商多热情高涨，积极看待公司发展前景，具备较强品牌认同感。大会上公司就年内工作进行了全方位总结，分析当前公司高增长的原因，并对来年的工作方向以及营销策略进行分享。当前内参酒鬼双发展，中粮入主后，公司在管理模式与组织架构上持续优化，同时得益于中粮背书与资源加持，酒鬼酒实现加速复兴，当前公司着眼长远，强调酒鬼酒文化属性与厂商携手的共建关系，有助于实现长期稳健发展。

经销商大会反馈之山西汾酒：“十四五”新征程。汾酒全球经销商大会上，新任党委书记、董事长袁清茂首次亮相，强调在未来发展中汾酒应认清四大优势，做到四个专注和坚持，持续推动公司发展，同时公司副总经理、汾酒销售公司总经理李俊就过去 5 年汾酒营销改革实践与未来努力方向作专题汇报，不仅总结发展成果，更要看到当前存在的不足，同时提出未来公司将以市场为中心围绕 133238 的汾酒营销总体改革方针推进改革。汾酒过去发展取得成功不仅来自于天然的香型优势与品牌力的积累，更来自于优秀的产品品质和改革释放的体制活力，产品端青花汾酒与玻汾有望带动中档酒在省外的进一步发展，改革红利仍将持续释放、打开未来天花板，公司求真务实、发展势头正盛，看好“十四五”期间汾酒的新发展。

风险提示：疫情局部反复影响白酒动销，样本选择或存在误差。

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_35442

