

开年连发16张停货通知，白酒市场咋了

一些酒类经销商称：从未见过今年这样大规模的控货

果然財經

GUORAN
FINANCE

从今年1月份起，白酒行业迎来一波“停货潮”。1月5日，贵州珍酒商贸有限公司宣布，自1月10日起暂停接受第三代珍十五（含无奖）产品销售订单。1月9日市场传出消息

称，第八代五粮液暂停供货。汾酒、泸州老窖、今世缘、习酒等众多知名企业，也纷纷发出产品停货通知，且其中大部分都是主打产品。



张志恒 济南报道

开年50多天 超10家酒企下发停货通知

在济南做酒类经销的孙女士介绍，春节后陆续收到一些酒企产品停货的消息，目前来看还未受到太大影响。“我们是加盟店配货的方式，店里不会囤太多货，而且有些停止供货的白酒单品，销量在这一片区不算好，所以对我们也没啥大影响，不过往年并没有这么多酒企会下发停货通知，今年还是头一回见。”

据记者不完全统计，在开年以来的50多天里，超过10家酒企下发停货通知16张，涉及名酒之多、经销范围之广，比往年要罕见得多。

从事酒类经销行业17年的王成向记者介绍，从1月份有酒企下发停货通知后，自己就调整了今年的销售计划，赶在停货通知正式实施前，对销量好的白酒提前打款拿货，对销量不好的白酒，尽量在售价波动幅度不大的前提下，尽快去库存、回笼资金。

“停止供货很容易导致市场行情变化。在一款白酒本来就供不应求的情况下，停货可能导致产品价格被抬高，当价格过高的时候也会抑制消费需求，对长期市场发展不利。”王成表示。

喝白酒的人变少了 有些酒只赚10块钱差价

王成表示，从事酒水经销行业到现在，很明显的一个体会，就是喝白酒的人变少了，“喝白酒的主力人群往往是30—50岁男性，现在都提倡健康生活，喝白酒的人越来越少，而且消费者的消费习惯一直在变化，购酒渠道和酒的种类也在增多，酒企在这个时间段停货，也有保价保稳的意思。”

在采访中，记者还遇到了前来购买白酒的刘先生。“今天想买箱好一点的酒，让孩子见女朋友父母时带去，头一次见面还是得正式一点。”刘先生介绍，自己平时并不经常喝酒，只在参加宴请时喝几杯，“年轻的时候还喜欢喝两杯，现在体检不是血压高就是血脂高，也就对白酒不太感兴趣了”。问及对白酒“停

货”的看法，刘先生表示先前并不知道酒企有这些措施，“可选择的白酒种类有很多，一款买不到，可以去买别的”。

经营酒水专卖店的张先生表示，“从往年情况看，春节之后相对是消费淡季和调整时期，酒企在淡季通过停货来调整或实施产品升级，对经营来说影响都是比较小的，但从未见过今年这样大规模的停货。”张先生介绍，“1月初，第八代五粮液停货，第八代普五的批发价，从每瓶900元以下回升到930元左右。之前经销商之间竞争压价太厉害，而且很多酒企对经销商是有销售流水要求的，有段时间，一些白酒的单瓶利润只有10块钱，但也得往外卖，得让资金转起来。”

控量稳价 白酒企业“稳”字当头

就“停货”现象，记者咨询多家酒企客服得知，山西杏花村汾酒集团对汾酒青花20、老白汾酒10两款产品停止供货，是因为将把产品升级为五码合一的新版本，对于价格是否有波动，客服暂未回应。而洋河酒厂股份有限公司之所以对第六代海之蓝停货，则是要为第七代海之蓝的推出进行铺垫。

业内人士称，大多数酒企停货，一方面是为了刺激经销商提前打款拿货，另一方面则是有控量稳价的意思。

中国酒业协会发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》显示，与2023年同期相比，2024年上半年，有超60%的经销商和终端零售商表示库存增加，超30%表示面临现金流压力，超40%表示倒挂加剧，超50%表示利润空间缩减。渠道库存已到了“不得不去”的地步。

2月份，多家知名酒企也纷纷释放了“稳”的关键信号。五粮液集团(股份)公司党委书记、董事长曾从钦表示，2025年首月实现稳步开局，公司各项重点工作继续保持良好发展势头，酒业主业“稳”的基础更加牢固。

山西汾酒集团党委书记、董事长袁清茂赴公司各单位走访慰问干部职工时表示，新的一年，要推动汾酒各项事业稳中有进，努力实现“开门稳”“开门红”。

舍得酒业股份有限公司总裁唐晖在2025年度工作会议上表示，2025年公司要以“长期主义”的耐心，保持战略定力。

□ 新闻分析 春节刚过，白酒市场迎来的罕见“停货潮”，折射出白酒行业在产能过剩、库存高企、消费萎缩下的集体焦虑。

这一轮停货 呈现三大特征

据不完全统计，2025年1月至2月，全国超10家头部酒企累计发布16份停货通知，涉及面广泛。

高端线：包括第八代五粮液(普五)、梦之蓝M6+、习酒窖藏1988等；次高端及中端：包括洋河天之蓝/海之蓝、今世缘国缘四开/对开、汾酒青花20等；百元基础款：包括泸州老窖老头曲、李渡高粱1955等。

这一轮停货呈现三大特征：持续时间长(从春节前延续至节后)、覆盖面广(价格带、区域市场、渠道全线收缩)、调控手段升级(从单纯停货转向配额管控)。例如，洋河对梦之蓝M6+实施“配额销售+区域限供”双轨策略，江苏省内第六代海之蓝则直接暂停发货。

价格倒挂 逼出“休克疗法”

“往年春节旺季是涨价窗口，今年却忙着停货。”从业十余年的经销商于淘直言。据行业监测数据，2025年1月，53度飞天茅台批发价同比下跌8%，五粮液普五、国窖1573等主力产品价格倒挂幅度达10%—15%。习酒窖藏1988的渠道批发价(390元/瓶)较出厂价(568元/瓶)倒挂31%，经销商每卖一瓶亏损超百元。

贵州经销商李云库存积压超300万元，其代理的窖藏1988任务完成率不足60%，“酒厂压货时承诺返点，但现在货卖不动，返点还不够填亏损。”

这种恶性循环，迫使酒企启动“休克疗法”：通过停货减少市场供给，为渠道腾出库存消化空间。数据显示，五粮液普五停货后，批价回升至940—950元，洋河海之蓝、天之蓝价格亦小幅反弹。

产能过剩、消费断层 折射转型阵痛

国家统计局数据显示，2024年白酒行业规模以上企业产量同比下滑12%，但社会库存量却攀升至1200万千升(约合240亿瓶)，足够全国消费者“喝一年半”。

结构性矛盾尤为突出。第一产能过剩：头部酒企扩产惯性未止，2024年茅台、五粮液基酒产能分别增长9%、6%，远超市场需求增速；第二消费萎缩：商务宴请场景缩减，年轻群体转向低度酒、精酿啤酒，50元以下大众酒销量同比下跌18%；第三价格体系崩塌：贴牌酒泛滥冲击终端价盘，某电商平台“名酒贴牌产品”占比超30%，售价仅为正品1/3。

中国酒业协会指出，2025年行业已进入“存量绞杀”阶段，头部酒企增速普遍放缓，20家上市酒企中，半数2024年净利润下滑，区域酒企生存空间进一步压缩。

面对行业寒冬，酒企战略从“规模扩张”转向“稳价求生”：短期方面，茅台、五粮液等成立“价格稽查小组”，严控窜货

乱价；习酒投入数亿元补贴经销商，取消“反向红包”缓解渠道压力。

长期方面，汾酒加码“酒庄体验营销”，今世缘发力婚宴定制市场，泸州老窖推出“轻奢光瓶酒”，抢占年轻群体。

二级市场已提前反映行业调整压力。尽管春节后白酒板块反弹3.09%，但开源证券指出，当前估值修复更多源于政策预期，“行业真正触底需等待库存周期出清”。

停货给渠道缓压 有利于行业稳定

“这是行业周期调整。酒厂供给侧调控或关闭‘水龙头’，给渠道缓压，有利于行业稳定。”某券商食品饮料分析师表示。

不过，在该券商分析师看来，这波“停货潮”背后还是有所不同。有的酒厂是以“挺价”为目的停货；有的则是酒厂旺季后的常规动作。

前者停货主要是因为社会库存量高，希望帮助市场渠道加快现有库存消化，从而保持价盘稳定、做好淡季市场建设。后者则是常规动作，例如洋河海之蓝、第三代珍十五(含无奖)等产品，是迭代升级前的正常停货，泸州老窖特曲60版系列产品停货，则是出于对市面上库存管控的要求，系正常的销售动作。

控量保价 或将成上半年常态

记者注意到，酒企开年的这波“停货潮”背后，实际上是酒企的一场量价博弈。一直以来，每年年初都是酒企停货的密集期。当下，白酒行业迈入深度调整期，存量竞争之下，库存高企、价格倒挂始终悬在酒企头上，成为白酒产业的年度热词。

黑格咨询集团董事长徐伟告诉记者：“这波停货潮，短期内会牺牲一部分销量、业绩的达成；但另一方面，对经销商清库存、控量提价，恢复常规利润，恢复经销商信心、市场信心，以及销售价格的回归，都将带来积极作用。”

前述券商分析师也指出，控量短期内是可以保价的，但还要看酒厂的社会库存和渠道的可承受程度，以及酒厂费用投放、酒厂费用管控的体系等。目前，名酒厂的大单品价盘已经企稳；名酒的开发品，非名酒价盘仍有下探空间。

“有的企业下游渠道和经销商库存压力巨大，短期的控量和停货，并不能有效解决库存大的问题。”徐伟认为，保价控量可能要3~6个月才达到效果，但如此长周期的不发货、不卖货、不回款，可能很多厂家扛不住这个“空货期”。

徐伟预测，至少在2025年的上半年，控量保价将成为白酒行业的常态化趋势。“因为每个企业都不想崩盘，所以现在大家都认可主动放慢节奏，提价控量，保市场，保经销商利润，保终端利润。”

有专家指出，当“停货”从应急手段变为行业常态，白酒赛道正经历从野蛮生长到理性回归的阵痛。这场调整不仅关乎价格体系的重构，更考验酒企能否跳出“压货—停货”的死循环，真正读懂新一代消费者的酒杯。

据每日经济新闻、金融界

何时跳出「压货——停货」循环

控量挺价或成酒企新常态

记者注意到，酒企开年的这波“停货潮”背后，实际上是酒企的一场量价博弈。一直以来，每年年初都是酒企停货的密集期。当下，白酒行业迈入深度调整期，存量竞争之下，库存高企、价格倒挂始终悬在酒企头上，成为白酒产业的年度热词。

黑格咨询集团董事长徐伟告诉记者：“这波停货潮，短期内会牺牲一部分销量、业绩的达成；但另一方面，对经销商清库存、控量提价，恢复常规利润，恢复经销商信心、市场信心，以及销售价格的回归，都将带来积极作用。”

前述券商分析师也指出，控量短期内是可以保价的，但还要看酒厂的社会库存和渠道的可承受程度，以及酒厂费用投放、酒厂费用管控的体系等。目前，名酒厂的大单品价盘已经企稳；名酒的开发品，非名酒价盘仍有下探空间。

“有的企业下游渠道和经销商库存压力巨大，短期的控量和停货，并不能有效解决库存大的问题。”徐伟认为，保价控量可能要3~6个月才达到效果，但如此长周期的不发货、不卖货、不回款，可能很多厂家扛不住这个“空货期”。

徐伟预测，至少在2025年的上半年，控量保价将成为白酒行业的常态化趋势。“因为每个企业都不想崩盘，所以现在大家都认可主动放慢节奏，提价控量，保市场，保经销商利润，保终端利润。”

有专家指出，当“停货”从应急手段变为行业常态，白酒赛道正经历从野蛮生长到理性回归的阵痛。这场调整不仅关乎价格体系的重构，更考验酒企能否跳出“压货—停货”的死循环，真正读懂新一代消费者的酒杯。

据每日经济新闻、金融界