

报告摘要

- 我国白酒行业正逐渐由量产驱动过渡至由利润驱动，迈入存量竞争阶段。愈发激烈的市场竞争内，白酒企业正积极探索发展新路径、寻找新增长点。数字化和智能化转型恰恰为白酒企业提质增效、迎合不断发展变化消费需求的实现提供可能，已成为各大白酒企业，特别是头部企业战略布局的重点。
- 白酒行业的数字化转型，一方面顺应数字经济蓬勃发展的趋势，另一方面也是存量竞争时代企业自我革新、提升外部竞争力的实践与探索。面对消费群体、消费需求、消费场景及消费渠道的新形势与新变化，白酒企业主动拥抱数字化转型，以数据驱动，响应市场新变化和新趋势。这也与国家及地方政策相契合：政策倡导数字化、智能化技术在白酒产业高质量转型升级中发挥重要作用。
- 现阶段，白酒行业的数字化主要表现在研发生产、供应链管理、营销与消费者互动及企业管理等维度，覆盖企业经营管理多方面。
- 1) 研发生产。数字化技术贯穿产品研发、白酒酿造、灌装及包装环节。得益于数字化技术的应用，特别是人工智能与大数据的深度融合，白酒企业能够在深度洞察消费需求的前提下，提升市场响应敏捷性和研发创新水平，以消费者为核心优化产品供给组合。而生产管理软件和自动化设备的结合，使得白酒企业在酿造生产部分环节以机器替代人力，实现自动生产、数字集成与智能分析，在降低人力成本的前提下，提升生产效率并进行标准化质量管理。
- 2) 供应链管理。库存管理、物流配送及产品溯源等领域的数据与信息实现了部分共享，助力白酒企业进行更为针对性与高效的供应链多流程管理，提升库存管理效率、降低物流配送成本的同时，通过不可篡改的信息进行产品质量溯源，优化白酒产品质量安全管理效率。
- 3) 营销与消费者互动。随着人工智能、大数据、VR/AR等底层技术能力和应用能力的提升，白酒营销由过去单向推送给消费者的广告，升级为具有互动性和个性化的创意性内容。而人工智能，特别是大模型和生成式人工智能的应用突破，使得更为精准和具有情感关怀的24*7的虚拟客户服务成为可能，提升客服响应速度的同时，拓宽消费者互动入口，在品牌与消费者之间建立更为紧密的链接。此外，营销数据的量化归因还为后续营销策略的优化提供坚实的数据基础，助力企业实现营销内容的精准投放，提升营销表现。
- 4) 企业管理。目前，白酒企业主要通过数字化工具的引入，如财税、人力资源、协同办公等SaaS软件，实现管理流程优化、业务流程重构、组织效率提升等价值。

目录

CONTENTS

01

转型背景

- 白酒行业发展概览
- 数字化转型驱动

02

转型现状

- 转型现状概况
- 研发生产
- 供应链管理
- 营销与消费者互动
- 企业管理

03

总结与趋势

- 总结
- 发展趋势展望

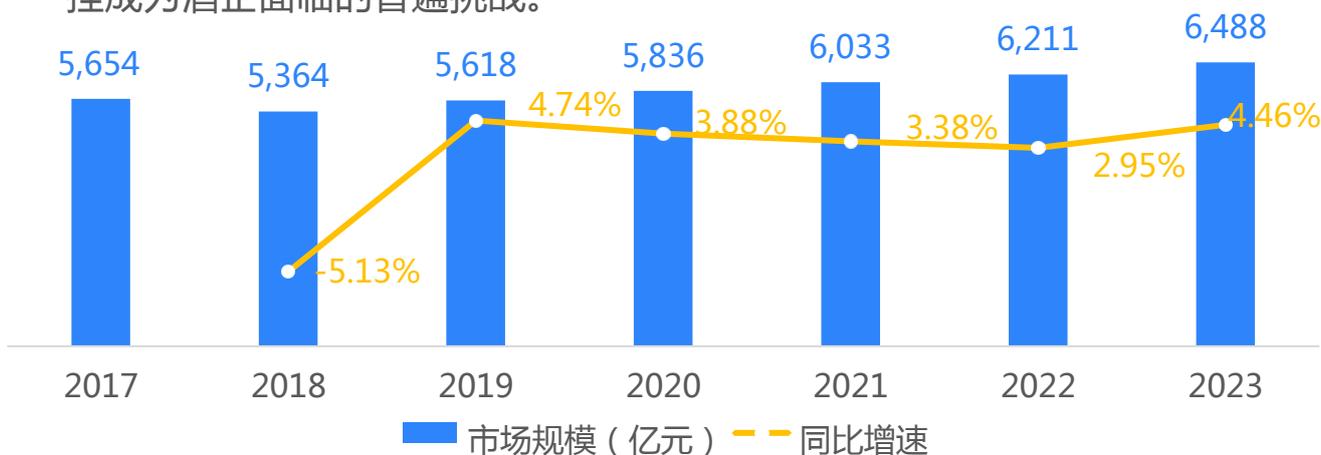
01

转型背景

- 白酒行业发展概览
- 数字化转型驱动

白酒行业低速增长态势明显，规模以上企业白酒产量持续下探

- 受产业周期及消费环境影响，我国白酒行业整体呈低速增长态势。根据弗若斯特沙利文统计，2023年我国白酒市场规模约6,488亿元，同比增长4.46%，低于我国同期GDP增长率5.2%。需求疲软、产能过剩、库存高企与价格倒挂成为酒企面临的普遍挑战。



图示：2017—2023我国白酒行业市场规模

数据来源：弗若斯特沙利文，中商产业研究院，36氪研究院

- 市场环境变化带动我国白酒产量持续下降，国家统计局数据显示，2023年我国规模以上白酒企业产量约449.2万千升，同比下降2.8%，相较2017年的千万级产量，已下跌半数以上。



图示：2017—2023我国规模以上白酒企业产量及增长

数据来源：国家统计局，36氪研究院

注：受后续数据修订影响，同比增速以国家统计局对外公布为准

白酒行业由产量驱动过渡至利润驱动，迈入存量竞争时代

- 尽管产量连年下降，但白酒企业的销售收入仍旧保持较高增速：中国酒业协会统计，2023年我国白酒企业收入共计7,563亿元，同比增长9.7%，实现利润总额2,328亿元，同比上涨7.5%。无论是收入还是利润增速，均高于同期酿酒行业整体0.1个百分点，增长势头较为稳健。
- 在白酒市场增长放缓的背景下，产量下降但收入上涨，一定程度上是我国白酒消费向中高端化升级的表现，高价格与高品质的白酒产品更受市场青睐，对酒企而言，这也意味着更高的营收与毛利。**我国白酒行业正逐渐由量产驱动过渡至由利润驱动，迈入存量竞争阶段。**
- 愈发激烈的市场竞争内，**白酒结构性分化趋势明显，市场集中度持续提升**，马太效应下，中小酒企的生存空间被进一步挤压。而对头部企业来说，市场份额的争夺也更为白热化。根据中国酒业协会数据，自2017年以来，规模以上酒企数量连续下降，而利润持续攀升，反映出利润向头部酒企聚集。



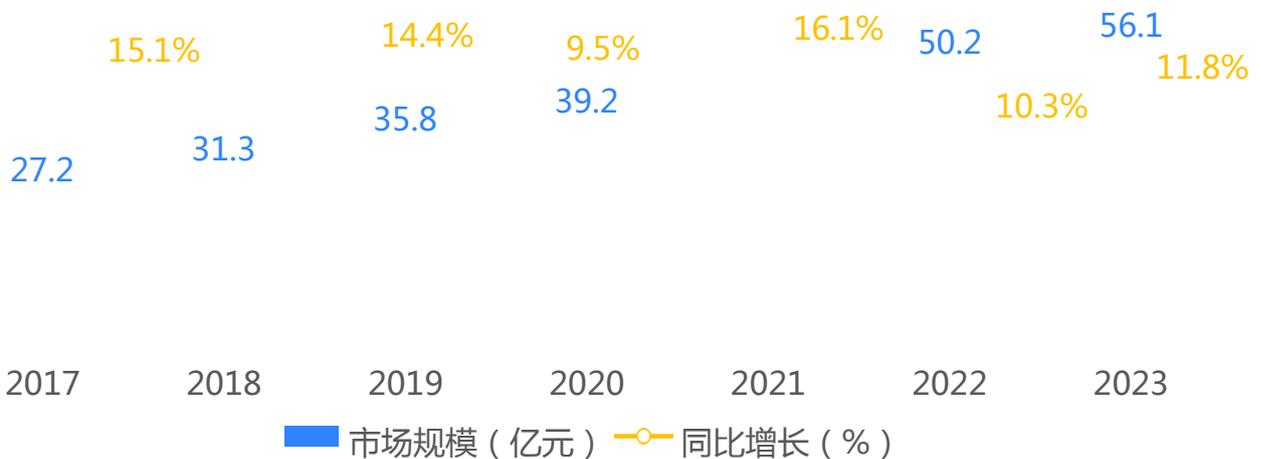
图示：2017-2023年我国规模以上白酒企业数量（个）及其所创造利润（亿元）

数据来源：中国酒业协会，36氪研究院

- 存量竞争时代，白酒企业积极探索发展新路径、寻找新增长点。数字化和智能化转型恰恰为白酒企业提质增效、迎合不断发展变化消费需求的实现提供可能，已成为各大白酒企业，特别是头部企业战略布局的重点。

数字经济浪潮下，数字化转型已成为白酒企业应对存量竞争的必选项

- 数字化意味着白酒行业从传统的工业制造模式向以数据驱动的生产管理模式的变革，这不仅是技术与产业的交汇，更是从研发、生产、供应链、营销到内部管理的全流程创新与升级。**白酒行业的数字化转型，一方面顺应数字经济蓬勃发展的趋势，另一方面也是存量竞争时代企业自我革新、提升外部竞争力的实践与探索。**
- 数字经济浪潮下，传统产业与数字经济加速融合，新质生产力成为产业高质量、可持续发展的重要动力，数字经济规模持续壮大。信通院测算，2023年我国数字经济规模预计为56.1亿元，同比增长11.75%。数字经济的生产效率同样实现稳步上升，数字经济全要素生产率由2012年的1.66提升至2022年的1.75，十年间上涨0.09，相比之下，国民经济全要素生产率上涨幅度仅为0.06，数字技术和产业数字化对经济的拉动作用不言而喻。对数字化和智能化技术的布局，已成为白酒企业顺应时代发展趋势的创新实践。



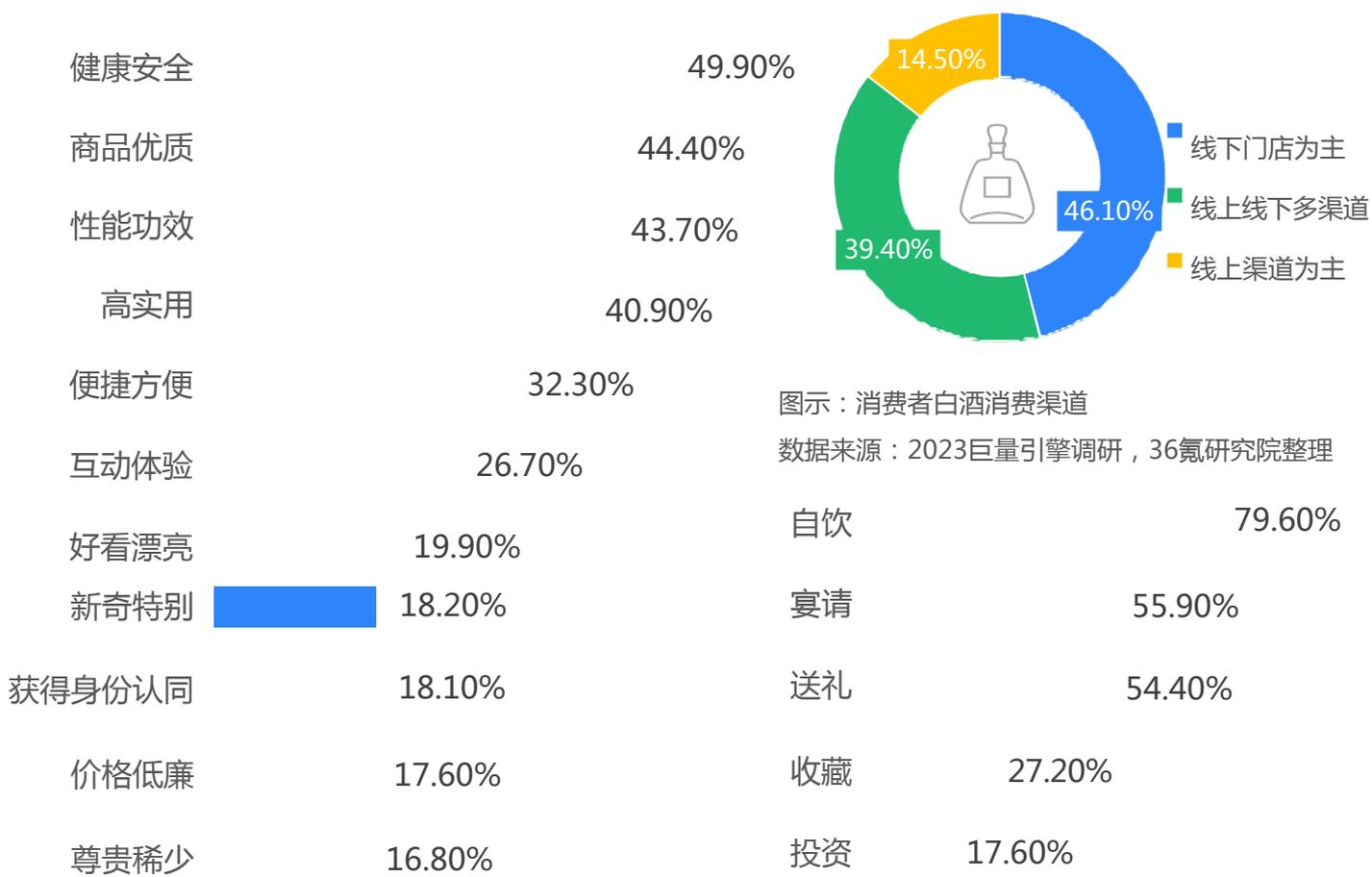
图示：2017-2023我国数字经济市场规模（亿元）及增长率（%）

数据来源：信通院，36氪研究院

- 与此同时，面对愈发激烈的存量争夺战，白酒企业借助人工智能、大数据、物联网、云计算等新一代信息技术，再造业务与管理流程，对内优化能效、降低成本，对外建立与消费者链接、提升市场需求变化响应速度，以产品力和品牌力持续强化企业竞争力。

消费人群年轻化、消费需求健康化、消费场景与渠道多元化，驱动企业以数据能力迎合市场变化

- 从消费市场角度而言，消费群体、消费需求、消费场景及消费渠道均呈现不同于以往的变化，驱动白酒企业主动拥抱数字化转型，以数据驱动，响应市场新变化和新趋势。
- 年轻群体成为消费生力军，白酒行业也不例外。根据中国酒业协会统计，白酒主力消费群体呈现代际交替的特征，85-95代群体逐渐成为消费主力人群，占比34%，18岁以上的95后消费人群比例也达到18%。年轻消费者更加注重健康化的产品特征和个性化的购物体验，其消费场景和渠道也呈现多元化特征。面对市场变化，白酒企业需要以数字化手段实现以消费者为中心的产品研发、销售与营销渠道拓展、服务与体验优化。



图示：消费者白酒消费需求
数据来源：2023巨量引擎调研，36氪研究院整理

图示：消费者白酒消费场景
数据来源：2023巨量引擎调研，36氪研究院整理

国家与地方政策鼓励白酒产业以数字化、智能化手段实现向高质量方向转型升级

- 数字化转型不仅是白酒企业迎合市场消费趋势、探索增长新动能的手段，还是国家与地方政府引导白酒产业升级的重点方向。2023年，工信部等11部门出台《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》（工信部联消费〔2023〕31号），**鼓励优质白酒产区形成产业集群，通过新一代信息技术与产业链各环节的深度融合，提升产业数字化和智能化水平。**
- 国家政策引导下，四川、贵州、山西等白酒主产区所在地政府陆续发布白酒产业发展规划和行动方案，强调技术在推动白酒产业向高质量方向转型升级中的重要作用，鼓励企业以数字化、智能化技术提升白酒生产效率、丰富优质产品供给。

时间	颁布主体	政策文件名称	主要内容
2023.03	工信部等11部门	《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》（工信部联消费〔2023〕31号）	鼓励优质白酒产区释放产业集群效应，加快转变产业发展方式，推进现代信息技术与全产业链深度融合，锻造一批数字化车间、5G全连接工厂和智能工厂，实现柔性生产和智能制造，加快产品迭代更新，提升供给与需求适配性
2023.04	山西省人	关于推动消费品工业高质量发展的实施意见	在白酒生产领域实施集聚集约增效、核心竞争力提升、技术创新牵引、数字化智能化改造、绿色低碳转型、企业增量提质等技术改造专项
2023.04	贵州省工业和信息化厅	推动全省工业领域数字化精细的数字化改造，重点行业为包括改造加快工业互联网创新白酒在内的省内十大工业行业企业。 发展导向目录（2023 - 2025年）（试行）	支持企业结合需求开展系列、系统、精细的数字化改造，重点行业为包括改造加快工业互联网创新白酒在内的省内十大工业行业企业。 鼓励白酒企业在生产装备数字化、过程自动化、仓储智能化、智慧营销、追溯认证、标识解析等环节进行改造
2023.03	四川省、重庆市人民政府	《推动川南渝西地区融合发展总体方案》（川府发〔2023〕9号）	培育具有国际影响力的优势产业集群，建设全国领先的白酒生产基地和智能酿造基地

图示：我国白酒行业数字化转型相关政策

数据来源：36氪研究院根据公开资料整理

02

转型现状

- 转型现状概况
- 研发生产
- 供应链管理
- 营销与消费者互动
- 企业管理

白酒行业处于由数字化向智能化过渡的早期阶段，企业间数字化程度不尽相同

- 白酒行业数字化转型包括三阶段，信息化、数字化和智能化。目前，行业整体处于由数字化向智能化过渡的早期阶段，各企业间数字化程度存在差异。无论是系统自研还是对外采买，数字化布局往往意味着长期投入，对企业财务预算、组织人才管理等提出较高要求，因而具有资源优势的头部酒企往往走在数字化转型的前沿阵地，将全面数字化纳入企业战略。相较而言，中小酒企的数字化布局则以单点或局部数字化工具的引入为主。
- 在早期的信息化阶段，企业投入围绕计算机、互联网、数据库、ERP、自动化生产设备等IT技术软硬件展开，其主要特征是将业务和信息同步至线上，并初步实现白酒生产的部分自动化。数字化阶段，企业将人工智能、云计算、大数据、物联网、5G等新一代信息技术融入业务流程和组织管理，沉淀企业数据资产，并利用数据资源驱动产品研发、白酒酿造生产、产品销售、营销等业务管理提质增效。智能化以信息化和数字化为基础，是企业数字化转型的高阶目标。智能化阶段，人工智能与白酒企业经营管理的结合更为紧密，依托机器人、工业互联网平台等软硬件，实现系统自适应、自决策和自调整，再造企业经营管理全流程。

- 布局IT技术和自动化生产设备
- 业务信息线上化

- 布局新一代信息技术和软硬件
- 数据驱动业务管理

- 实现人工智能与业务管理间更为深度的融合
- 数字化系统自适应、自决策与自调整

图示：我国白酒行业数字化转型三阶段及其特征

数据来源：36氪研究院根据公开资料整理

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/028142120041006135>