

9万亿大健康市场,草本白酒能分得几杯羹?

当前,消费者越来越倾向于“少喝酒、喝好酒”,以及追求“喝健康酒、健康喝酒”的理念,这促使酒业必须加快对草本酒和健康酒等新品类的研发与创新,不仅饮酒方式要符合养生之道,所饮用的酒本身也应具有一定的健康价值。

本报记者 张瑜宸 发自北京

近日,中国消费者协会发布了《健康产业消费趋势发展报告》。

报告显示,预计到2024年,中国大健康产业的总收入规模将达到9万亿元,相较于2021年的8万亿元实现了巨

量增长。

这一数据不仅彰显了我们大健康产业强劲的增长势头,也反映出消费者对健康产品和服务日益增长的庞大需求。

可以说,健康已经成为人们生活中不可或缺的一部分。受此影响,消费者对健康消费的态度正从“选择性消费”逐渐转变为“健康刚需”。我们看到,无论是传统医药、健康管理,还是新兴的

生物科技等领域,都在加速创新和发展,以满足市场的多样化需求。并且从保健食品、特医食品到精准营养补充,再从家用检测产品到可穿戴健康设备,每一个细分领域,都展现出了巨大的市

场潜力。

那么,在9万亿的大健康市场中,酒业是否抓住了机遇?如何利用这一趋势实现产业的转型升级,也成为行业面临的又一重要课题。

掘金大健康,草本白酒团标发布

事实上,中国并不缺少具有健康属性的酒,其历史可以追溯到遥远的殷商时期,这种酒就是露酒。也正是因为这一深厚的历史底蕴,使得酒业在深耕大健康领域的道路上从未停止过脚步。从劲牌、海南椰岛等老牌露酒企业的崛起,再到五粮液、汾酒、泸州老窖、古井贡酒等白酒巨头纷纷涉足,大家都为酒业在大健康领域的掘金注入了源源不断的活力与增长点。

然而,不得不说的是,尽管露酒拥有悠久的历史、健康的品牌形象以及深厚的文化底蕴,但其发展之路却没有像白酒那样,走出一路向高的发展曲线。

对此,中国酒业协会理事长宋书玉曾分析指出,制约露酒发展有三大因素:一是市场认知度不高。露酒作为饮料酒中的一个重要品类,有着悠久的历史、文化底蕴,但现在市场上对于露酒的认知度不高,亟待提升;二是人才短缺。露酒酿酒技术涵盖范围广,个性化特征强,对专业技术要求更高,目前技能人才队伍建设匮乏,亟待改善;三是品质表达不清晰。过往露酒机理研究和饮酒健康研究是露酒行业发展两个非常重要的命题,未来,在风味与健康双向指引下,提升露酒风味应该是首要选择,露酒需要构建品质、文化和消费特有的表达方式。

的确,在酒业经历深度调整的背景下,露酒产业若要实现突破,可能需要专注于更加细分的市场赛道和产品类别。

2024年9月13日,业界迎来了一

个重要里程碑——《草本白酒》团体标准正式发布,并宣布自同年10月13日起生效。

根据标准,草本白酒也叫本草白酒,是以白酒为酒基,利用可食用或按照传统既是食品又是中药材(或符合相关规定)的植物及其制品,经再加工制成的,不直接或间接添加食品添加剂,不改变或基本保持白酒风格的植物类露酒。

“草本团标的建立不仅是对传统酿酒技艺的尊重与传承,更是对创新精神的弘扬与实践,为生产企业提供了明确的技术指导和生产规范,也为市场监管和消费者选购提供了有力的依据。”中酒协白酒技术创新战略发展委员会秘书长、露酒分会秘书长王旭亮如是表示。

不仅如此,对于追求健康的消费者来说,《草本白酒》团体标准的实施尤为重要。它不仅满足了消费者对更高质量、更健康产品的需求,也为他们提供了基于更加可靠信息的选择依据,使他们能够享受到品质更高、安全性更强的酒品。

作为露酒领域中的一个新兴分支,草本白酒凭借其独特的风味和潜在的健康益处,正展现出巨大的市场潜力和发展前景。这一标准的出台,无疑将加速草本白酒行业的创新步伐,推动更多优质产品的诞生,进一步丰富消费者的饮酒体验。同时,它还促进了整个行业向着更加规范化、专业化的方向发展,为草本白酒成为未来饮品市场的明星品类奠定了坚实的基础。



与露酒、白酒错位竞争,未来仍是任重道远

或许大家已经留意到了,草本白酒在分类上属于“露酒”,而非传统意义上的白酒。所以,怎么讲好与露酒差异化的故事,与白酒错位竞争,是当前草本白酒品牌与企业需要面对的挑战。

“草本白酒要解决的第一个问题就是酒的口感问题,大家知道,药理成分的融入会改变白酒的风味。如何保证既有白酒的口感,又能保证萃取的药物能很好地融入酒里面,这对酒曲的技术力量是一个挑战。如果融入不好的话,在寒冷的冬季有可能会析出,这也是一个挑战。”古井亳菊酒业董事长李怀杰曾在接受媒体采访时指出,第二个大问题就是如何说服消费者。传统的保健酒一般是以浸泡的形式做出来的,那么,现在消费者只要看到带有保健作用的草本融进去,会普遍认为是保健酒,会有偏见,消费者的再教育,对草本白酒的发展可能是一个核心的瓶颈。

对此,大梁文旅集团董事长、大梁

茗酒创始人梁川也表达了相同的观点。在他看来,草本白酒只是追求草本的香味、口感,还是应该发挥草本健康养生的作用?这是值得行业深思的。

“发展草本白酒不应局限于露酒的传统工艺范畴,需要在既定标准的基础上创新、去发展,力求打破消费者心中对露酒固有的刻板印象——色泽深沉、酒味苦涩。通过工艺的创新与升级,例如,大胆尝试使用草本来替代谷壳,并采用草本酒曲和草本酵母参与入窖、发酵、再蒸馏等过程,全面提升草本白酒的品质与口感,使其能够登上商务接待和商务宴请的大雅之堂。”采访中,梁川告诉《华夏酒报》记者,最近,他在贵州关岭参加了“全国民族医药传承创新发展研讨会”,会上,部分民族医药工作者强调了草本药酒和草本泡酒在中医辨证施治及日常保健养生中的作用。

“一些专家指出,草本药酒和草本泡酒不仅能够有效传承和发扬传统中

医药文化,还在现代健康管理和疾病预防中展现出独特的价值。受此启发,行业应当思考如何将酒类产品打造为既能满足精神愉悦、怡情养性,又能具备保健养生功能的产品。”梁川说道。

确实,随着白酒市场的不断成熟及消费者健康意识的提高,人们对酒类产品的需求变得越来越多元化。企业需要跳出同质化竞争,即所谓的“内卷”,在细分市场中寻找新的增长点。特别是当前消费者越来越倾向于“少喝酒、喝好酒”,以及追求“喝健康酒、健康喝酒”的理念,这促使酒业必须加快对草本酒和健康酒等新品类的研发与创新,不仅饮酒方式要符合养生之道,所饮用的酒本身也应具有一定的健康价值。

能否抓住9万亿的健康市场,草本白酒还有很长的路要走。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

