

2025.2.11

编辑:闫秀梅 读者热线:0535-6631047

行业“卷”利润降,精酿酒吧如何破局?

《白皮书》显示,超七成酒吧认为2024年行业很“卷”,近半数酒吧收入不如2023年,平均客单价出现下降,只有不到23%的酒吧生意比2023年好,其中,3%的酒吧有30%以上的提升。

本报记者 刘雪霞 发自北京

近年来,精酿啤酒消费量大幅增长,且增长率居高不下。统计数据显示,预计2025年,中国精酿啤酒消费量可达到25亿升。精酿赛道,在啤酒行业逐渐进入成熟期、大众啤酒日趋饱和的背景下,正成为啤酒行业颇具潜力的亮点。

随着精酿啤酒在中国的受欢迎程度逐年攀升,越来越多的酒吧如雨后春笋般涌现。

而在这一热潮之下,经营者们面临着机遇与挑战并存的复杂局面。

在当前的经济新常态下,开设精酿酒吧是否仍然是一条可行的出路?

近日,啤酒事务局联合啤酒日报、一起酿吧BHS、上海精酿啤酒协会等多家机构发布《2024中国精酿酒吧白皮书》(以下简称《白皮书》),揭示了2024年精酿酒吧的现状以及未来的发展方向。



2024年,近半数酒吧收入不如2023年

相关数据显示,2024年,每周都有新的精酿酒吧开业,并且各类精酿啤酒节持续吸引着大量消费者。快速的市场增长让不少创业者看到了希望,但同时也带来了竞争的加剧与市场的不确定性。《白皮书》显示,超七成酒吧认为2024年行业很“卷”,近半数

酒吧收入不如2023年,平均客单价出现下降;只有不到23%的生意比2023年好,其中,3%的酒吧有30%以上的提升。具体区域分析,甘肃、湖南、四川、北京部分酒吧收入下降明显,浙江市场稳步扩大,陕西、山西表现较好。浙江2024年新增酒吧数量较多,但不足去年7成营收的老酒吧仅占9%,说明浙江(尤其是杭州)精酿市场正在稳步扩大。调研分析表明,利润下降主要受周期性调整和酒厂涨价等因素的影响;利润上升则主要得益于客户人群增多、选酒更专业、营业项目增加和宣传更到位等。

高端化升级, 桶啤平均进货价上涨12%

《白皮书》调研显示,2024年,中国精酿酒吧产品呈现出高端化升级趋势,酒吧面临精酿厂牌涨价压力。调研数据显示,全国桶啤的平均进货价为820元,较2023年上升12%。

不同地区价格有差异。《白皮书》调研显示,一线城市价格较高,部分省份价格较低。在浙江、广东、上海等一线城市,桶啤的进货价普遍保持在850

元-900元,天津和贵州的价格甚至突破了1000元大关,河北、甘肃、新疆等地处于较低水平,在650元左右。

酒厂涨价也给精酿酒吧带来了更多压力。曾经“不差钱”的老板们也开始在意价格了。选酒时,酒款卖点依旧是最重要的因素,此外,老板对价格更敏感,价格超越了品牌和个人喜好,成为第二重要因素。

低酒精度成为年度消费新趋势

从消费客群来看,年轻客群尤其是女性顾客增多,部分小白和爱好者增加,与此同时,资深爱好者增长乏力,更多人回归基础风格。

此外,消费者更多追求性价比和低酒精度酒款。由此可见,新一代的年轻人,他们更加追求适度与健康的饮酒方式,以微醺为代表的低度酒更能

浑浊IPA最好卖

《白皮书》数据显示,在“非增味型啤酒”中,浑浊IPA是精酿酒吧最好卖的酒,小麦啤酒回升至第二位。老板们最爱IPA,拉格啤酒受喜爱度上升。

曾经第一名的“小麦”在2023年变成了第三名,引起了业界的不少关注;2023年升至第一名的浑浊IPA,在2024年依旧稳居第一,再次证实了市

场的变化;但是,小麦也回升一位,2024年到了第二名。

不同地区的酒友对啤酒风格的偏好也有所不同,例如,湖北、福建、新疆等地的酒友更偏好浑浊IPA,陕西、云南、四川等地的酒友更偏爱小麦啤酒。随着消费者喜好的多样性,精酿啤酒精化赛道也迎来新的机会。

提高消费者认知、拓展市场仍是最大痛点

《白皮书》显示,提高消费者对精酿啤酒的认知及拓展市场,仍是精酿酒吧行业面临的最大痛点。尽管精酿啤酒在年轻人中逐渐流行,但整体上,消费者对其认知度仍然较低,这限制了精酿酒吧的客流量和盈利能力。再

者,市场竞争激烈、顾客黏性低等,都是困扰精酿酒吧发展的关键问题。

如何在激烈的竞争中保持特色与创新,是酒吧经营者需要思考的问题。消费者的品位变化迅速,及时跟进市场动态和消费者需求是生存的关

键。为了解决生存“痛点”,不少酒吧正在尝试与当地的文化、艺术活动相结合,开发出具有地方特色的精酿产品,以吸引年轻消费者。此外,利用社交媒体与电商渠道进行品牌推广,将成为酒吧竞争力的重要指标。

“情绪价值”至关重要

绝大多数老板认为“情绪价值”重要,其对酒吧利润有影响,社交体验和个性化服务等是重要体现。

《白皮书》显示,客人选酒吧不仅是为了酒本身,更是为了放松、社交和寻

找情感共鸣。八成酒吧老板认为酒吧提供了“情绪价值”,但面临成本高、需求多样等挑战,“熬老板”成为普遍现象。顾客需求的多样化增加了情绪价值实现的复杂性。

47%的酒吧赚钱

比较利好的消息是,《白皮书》调研显示,2024年,47%的酒吧能够赚钱,是过去三年中比例最高的一年。精酿酒吧行业正在积极应对新的经济形势,显示了出色的韧性。

对于未来的发展,93%的老板计划维持或加大现有业务规模,对未来的

市场持乐观态度。这表明,在经历了一波波市场动荡后,精酿酒吧行业的从业者们依然对前景充满自信,尤其是在高端化与情绪价值的引导下,未来发展潜力依然巨大。

2024年,中国精酿酒吧市场经历了一场变革,无论是在创业者的选择

上,还是在消费者的选择上,精酿酒吧都继续发挥着重要角色。未来,精酿酒吧将不仅仅是饮酒的场所,更是文化交流、情感连接的重要平台。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

中国酒业创新
联盟企业展示

