CHINA WINE NEWS 華夏酒報 SINCE1989

2025.5.13

编辑:闫秀梅 读者热线:0535-6631047

是什么正在打破各酒种之间的传统边界?

传统酒业的“跨界实验”,本质是一场关于生存与进化的自我革命。
在消费需求嬗变与技术浪潮冲击下,酒企需在坚守文化根脉的同时,以开放姿态拥抱创新。

本报记者 张瑜宸 发自北京

近日,大梁茗酒集团董事长梁川有点忙,一周内辗转三地:从四川起程至郑州,继而北上到烟台,随后又奔赴潍坊。原以为他的忙碌与推销产品有关,实则不然,他此行的目的是考察烈酒、果酒及精酿啤酒等酒品的生产设备。

面对《华夏酒报》记者的采访,梁川坦言,在消费主权日益凸显的当下,酒业的竞争也日趋激烈,已经从单纯追求产能规模转向更加注重系统创新能力的较量。为了突破行业内卷的局面,企业必须将工艺革新、数字赋能以及文化叙事有机结合起来,通过不断创新,进一步满足个性化、多元化的消费需求,从而持续建立起新的行业壁垒。

值得注意的是,这两年像梁川这样积极寻求变革和创新的企业家与酒厂并非个例。这背后,映射出中国酒业正处于转型变革的关键时期,蕴含着时代变迁的重要信号。

创新驱动:消费趋势重塑行业逻辑

公开数据显示,中国18岁–30岁的潜在酒饮人群达4.9亿,这一群体贡献了超4000亿元的酒饮市场规模,而新酒饮在其消费选择中占比超过70%。在新酒饮用户结构中,18岁–26岁的消费者占比达到41%,成为新酒饮消费的主力军之一,而年龄低于40岁的消费者更是占据了76.4%。

另据后浪研究所《2024年轻人喝酒报告》显示,啤酒、果酒、鸡尾酒位列消费前三,占比均超40%,而白酒仅占31.8%。年轻群体的消费偏好与选择,正深刻影响着酒饮市场的格局走向。

与此同时,“少喝酒、喝好酒”的健康理念推动品质升级。酒企纷纷引入橡木桶陈酿、壶式蒸馏等工艺,试图在保留传统基因的同时,用更丰富的香气层次与更纯净的口感征服消费者。

《华夏酒报》记者通过调研企业发现,中国酒业掀起了一股前所未有的“跨界蒸馏”风潮:从白酒企业将基酒注入橡木桶酝酿“中式威士忌”,到江浙黄酒厂架起铜制壶式蒸馏器打造“高度黄酒”,再到啤酒厂商尝试用雪莉桶润饰精酿啤酒,甚至威士忌酒厂开始探索用黄酒润桶的陈酿工艺——这场酿造界的“破壁行动”,正在打破白酒、黄酒、啤酒、洋酒之间的传统边界。

这一现象背后,既是消费趋势倒逼的必然选择,也是行业转型的主动突围。特别是消费市场的结构性变化,成为倒逼传统酒业转型的核心动力。年轻一代的崛起正改写酒类消费的底层逻辑——他们既追求低度、柔和的口感,又渴望产品背后的文化体验与社交价值。高度白酒的辛辣感与宴席场景的单一性,在威士忌吧的微醺社交、露营调酒的趣味体验面前显得格格不入。

受此影响,许多传统酒企开始重新审视自身的产品线与市场定位,力求在坚守传统精髓的基础上,融入更多符合现代消费者口味的元素。例如,通过改良酿造工艺,推出低度数、口感柔和的新品;或是跨界合作,将酒文化与时尚、艺术等领域相结合,提升产品的附加值。同时,企业也更加注重品牌故事的讲述,通过文化叙事增强与消费者的情感链接,让每一瓶酒都承载着独特的文化内涵与情感寄托。

此外,数字化转型也成为酒业创新的重要方向。利用大数据、人工智能等先进技术,企业能够实现精准营销、智能生产、个性化生产等,提高运营效率与服务质量。在线上渠道,通过电商、社交媒体等平台,企业能够直接触达消费者,收集反馈,快速响应市场需求变化;线下则通过智慧门店、体验式营销等方式,为消费者提供沉浸式的购物体验,进一步拉近与消费者的距离。可以说,消费趋势正在重新定义酒业规则,促使传统酿酒体系进行革新,以适应年轻化的市场潮流,开拓新的发展空间。

博弈与抉择:传统基因与现代创新的平衡术

然而,传统与创新的碰撞中,机遇与挑战并存。

一方面,新酒饮正以“替代者”姿态不断鲸吞传统品类的市场份额。据悉,2020年–2024年,中国新酒饮市场规模从200亿元飙升至570亿元,年复合增长率达28.6%,若保持这一增速,预计2025年将突破740亿元,2027年市场规模将突破1200亿元,带动上下游产业链向万亿级迈进。

另一方面,这场“跨界蒸馏”实验并非没有争议。也有传统的匠人感叹:“机械能提升效率,但老师傅的手感才是灵魂。”这种矛盾折射出行业普遍焦虑——当橡木桶取代陶坛,当勾调算法替代老师傅的舌尖,中国酒业的文化根脉是否会逐渐稀释?

更现实的挑战来自成本压力,进口橡木桶单价逾万元,智能化改造动辄几十万、上百万投入,中小酒厂在创新竞赛中渐显乏力。

对此,酒业观察人士温瑜分析指出:“但凡酒业推陈出新,都会在一定程度上引发更深层的文化挑战。机械化生产是否能消解手工酿造的温度?标准化的风味追求是否能抹杀地域风土的独特性?这些问题的答案从来都不是单一的。然而,老匠人们关于‘手感即灵魂’的慨叹,实际上是对工业化进程中人文价值流失的一种警惕。当酒液变成可以通过参数解构的化学组合时,附着在其上的丰富文化叙事便面临被淡化甚至消解的风险。不过,在酿造设备和技术不断向数字化、机械化和智能化发展的背后,也孕育着个性化、多元化以及多样化的崛起机会。要知道,‘融合’并非‘替代’。”

技术革新撕开了传统酿造的神秘面纱,实际上是消费代际更迭催生了对“酒”的重新定义。在这种背景下,众多酒企开始大胆探索“双线战略”:保留核心工艺的系列坚守文化正统,而创新产品线则大胆尝试混酿、桶陈、蒸馏等国际玩法。这种策略既避免了激怒传统客群,又以差异化产品开拓了新市场。

采访中,一家东北酒企的实践颇具代表性——其用古法酿造白酒,再分批次进行橡木桶熟成,最终成品既保留地域特色,又融入国际化的风味表达。这表明,以国际烈酒的“通用语言”叩击消费市场的可行性。这种策略既规避了直接输出白酒文化的认知壁垒,又以“东方威士忌”“黄酒白兰地”等嫁接概念建立对话通道。毕竟,世界是个巨大的圆。

综合来看,站在行业转型的十字路口,中国酒企的探索更像一场文化翻译:既要用世界听得懂的语言讲述中国故事,又不能让故事失了本色。传统酒业的“跨界实验”,本质是一场关于生存与进化的自我革命。在消费需求嬗变与技术浪潮冲击下,酒企需在坚守文化根脉的同时,以开放姿态拥抱创新。正如行业专家所言:“酿酒现代化的标志,是让工艺更传统,工具更现代。”唯有如此,中国酒业方能在全球版图中,书写属于自己的新篇章。

可以预见的是,白酒、黄酒、啤酒、洋酒之间的传统边界或将逐渐消融。酒业的未来,注定属于那些敢于打破品类藩篱的“新物种”。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

酒类信息及配套专版 »

您的位置