

2025.9.16

编辑:闫秀梅 读者热线:0535-6631047

酒业消费之变，悦己是最核心的演变？

当前，什么才是酒业能够抓得住的趋势？或许，对消费倾向和消费逻辑的演变加以顺应，才是其唯一能够紧紧抓住且能够依据逻辑加以转型的要点。

本报首席记者 杨孟涵 发自北京

政策波动、环境巨变……每一样似乎都在压迫行业，让酒企和经销商不得不随之而变，但是政策与环境的变化让人无可奈何，什么才是酒业能够抓得住的趋势呢？

或许，对消费倾向和消费逻辑的演变加以顺应，才是酒业人唯一能够紧紧抓住且能够依据逻辑加以转型的要点。

消费倾向转变，年轻人占据主导

一个无可避免的变化是，年轻消费者越来越成为消费市场的主导型力量。

“我们过去常说，不是因为年轻人不喝酒，而是年轻人还没有成为社会的主力，待到他们都成为主力的时候，他们也会适应白酒的。”有酒业专家引用马云的言论，认为这种变化是无可避免且潜移默化的。

在过去的概念中，当年轻人拥有足够的阅历，并且能够承担社会的主要任务之后，他们也会习惯饮用白酒——无论是社交还是商务场合。

相关调查也显示，年轻人渐渐有顶替老一代白酒消费者的趋势。艾媒咨询调查显示，目前，酒类饮用的主力人群之中，31岁—40岁占45.45%，26岁—30岁占35.23%。

“过去，70后、80后顶替了50后、60后，成为白酒的饮用主力军，现在，90后、00后开始崛起，渐渐有替代之势。”有酒业人士这样评价。消费者的结构变化是渐变趋势，酒企以及经销商必须要适应这种变化。

调查显示，一线的酒类消费者占比或许在消退。目前，二线城市用户

占比34.78%，从地域特征来看，西南地区消费最强(25.14%)，这也恰与西南地区白酒产业最强的现状相符合。

当年轻一代开始成为主力的时候，那么，酒业的演变也要势必追随着他们的喜好与口味。

无论是依然没有退场的老一代消费者，还是正在入场的新一代消费者，他们都与过去的饮酒观念有所差别——他们都信奉“少喝酒、喝好酒”的饮酒原则，在这一原则的指引下，越来越多的低度化、健康化产品成为他们的重要选择方向。

在他们的选择中，健康与口感并重。21.15%的消费者因健康考虑拒饮白酒，清香型、酱香型白酒颇受消费者的青睐。

此外，年轻一代理性化的消费行为，让他们对于高高在上的高端酒并不十分感冒，相关调查显示，中档价位的酒最受欢迎(37.22%)。

消费年轻化伴随着场景分化。在白酒饮用场景的调查中，朋友聚会(43.75%)、自饮(39.2%)成主流，商务宴请占比降至38.21%。



消费场景之变，消费逻辑带来的场景改变

面对新一代消费者的崛起，消费场景的改变不容忽视。调查显示，即时零售以及其他新的场景，正在取代传统的社交与政务商务宴饮场景。浙商证券的一项相关调查显示，2023年，酒类即时零售规模近200亿元，便利店、烟酒店通过平台实现“30分钟达”。

“从消费心理来看，即时零售体现的是随性消费心态，更为吻合现在年轻人的消费观念和消费习惯。”酒业专家、九度咨询董事长马斐认为，年轻人的消费场景更为个性化、随意化，当他们有需求时，需要更为及时的反馈，而电商平台依托线下门店所建立起来的即时零售体系，都在向着30分钟送达的概念靠拢，更能满足年轻一代消费者即时

消费、及时行乐的习惯。

从消费习惯上来看，年轻一代更喜欢网购，而对于繁琐的上门购买，则兴趣低下。

此外，颇受年轻人喜欢的露营、居家观影等休闲场景，也带动了低度酒的增长，如RIO微醺系列2024年销量同比增长较多。

这种消费场景的变化，实际上也与社会的变迁、消费逻辑的改变有关。

首先，是健康消费需求的激增。无论是老一代消费者还是新一代消费者，他们都更为关注自身，从传统社交的“悦人”转变为“悦己”，从“外在”改为“内观”，更为关注自身的身体健康状况，从这一点出发，酒业的消费场景也

随之发生了变化。

其次，是消费主权的觉醒。Z世代拒绝“面子消费”，更重性价比和个性表达。例如，江小白通过“表达瓶”文案营销，2024年轻用户复购率提升25%。

此外，技术的驱动，也在促使渠道发生变革。浙商证券的调研显示，即时零售平台(美团闪购、京东到家)推动“即需即饮”，2024年酒水配送订单量增长了31.3%。

最后，传统文化的复兴和年轻一代对于国潮的推崇，都给予了酒业新的机遇。相关案例显示，与传统文化相关的老铺黄金非遗工艺、绍兴黄酒联名故宫IP，在2024年都取得了不错的销售业绩。

未来趋势：细分赛道与品牌转型

正是因为新一代消费者的主导，使得未来酒业的消费倾向发生了巨大的改变，而酒企与经销商需要追随并适应这种改变，甚至积极投身于这种改变，才能够确保自身的地位维持不变。

“魔镜洞察”的调查显示，未来，酒类产品的趋势是朝向更为功能化的方向发展，譬如添加益生菌、胶原蛋白的健康酒饮将具有增长趋势。

“这种改变，绝不会是类似于保健酒类这种功能酒类的简单复兴，而是基于科技、市场的一种全面迎合消费者的真正改变。”马斐认为，酒类产品的功能化，也将带来酒类产品的品类多元化，

摆脱单一赛道的影响，开创新的竞争路径。

在欧美，低度化潮流已经颇受年轻一代喜欢，渐渐有替代传统酒饮的趋势，这一现象在中国同样如此。

数字化渗透也将带来新的变化，相关调研预测，2030年酒类即时零售规模或达1000亿元，渗透率升至6%。

给予消费者情绪价值，也是酒业未来重要的转型方向。灵智数科的调研显示，某低度酒品牌以“微醺治愈”为卖点，2024年销量翻倍。

正是基于年轻化的转型，诸多酒企朝着健康、微醺、悦己的方向奔跑，譬

如，部分酒类产品不仅推出低度酒新品，甚至还推出0度产品，体现了极大的跨步前进的特点。而部分酒类企业推出的低碳产品，也同样是在朝着年轻人所喜欢的环保方向发展。

事实上，酒业正在从“社交工具”转向“生活伴侣”，未来的胜负手在于能否精准捕捉“健康、情绪、效率”三大任务。谁能在Z世代与下沉市场的双轨需求中找到平衡，谁就能赢得下一个十年。

 欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众账号。



酒类信息及配套专版



洁净级不锈钢智能酿造设备/智能不锈钢酒罐/不锈钢管道/智能化调酒系统核心供应商
联系人:任德龙 联系电话:15705381189 地址:上海市闵行区集心路168号7号楼5层

上海朗脉洁净技术股份有限公司，是上市公司常铝股份(股票代码002160)的全资公司，公司注册资本3.4933亿元，主要从事于白酒、黄酒、葡萄酒、调味品、医药等食品级洁净工程总包领域。是洁净级不锈钢酿造设备、不锈钢酒罐、不锈钢管道及智能化调酒系统核心供应商。上海朗脉洁净技术股份有限公司的服务宗旨是用做医药设备的洁净理念来为传统白酒行业服务。

产品图片



产品图片



产品图片



产品图片



产品图片



产品图片

正宇
ZHENG YU

科技与品质铸就未来

卫生级阀门/管件/罐用设备



温州正宇轻工机械有限公司
电话:0577-86822391 86990608 86997528
地址:温州市龙湾区沙城工业区宏瑞路298号
传真:0577-86810786
邮箱:zhengyu@zhengyu-china.com