

# 伊力粮仓酒以高质价比破局白酒缩量周期 致敬理性消费时代

通讯员 张佳怡 发自乌鲁木齐

近日,新疆乌鲁木齐吐哈大酒店星光熠熠,新疆伊力特实业股份有限公司在此隆重举行“伊力粮仓酒全国上市发布会”。

在白酒行业深度调整、消费理性回归的关键时期,这款定位大众口粮酒的光瓶酒新品,凭借价格稳定、品质硬核、渠道创新等差异化优势,为行业逆势突围提供了全新样本。

## 行业承压下的破局之道, 光瓶酒赛道的黄金机遇

当前,白酒行业正经历“过剩竞争的缩量周期”,消费总量缩减、价格体系倒挂、社会库存高企三重压力叠加,政务场景饮酒规范政策落地与民众消费意愿低迷,更让行业雪上加霜。然而,危机中孕育着新机——光瓶酒赛道正以爆发式增长成为行业亮点。数据显示,2024 年光瓶酒市场规模已突破 1500 亿元,预计 2025 年将跨越 2000 亿元大关。

伊力特敏锐捕捉到“三理性消费时代”浪潮:消费者饮酒量更理性、价格选择更理性、风格喜好更理性,但对“花更少的钱买到更好的产品”的需求愈发强烈。伊力粮仓酒应运而生,以“高质价比口粮酒”为价值主张,重新定义光瓶酒市场价值基准线。

## 五大差异化优势, 构建光瓶酒价值护城河

**稀缺顺价优势:价格体系稳如磐石**  
在行业普遍价格倒挂的背景下,伊力特是极少数能保持价格体系稳定的品牌。通过刚性管控价格红线、落地控盘分利机制,确保经销商、分销商、终端商共享利润空间,从根本上避免价格战对品牌价值的侵蚀。

## 双赋能品质根基:自然馈赠+匠人巧思

产自新疆伊犁河谷的伊力粮仓酒,依托帕米尔高原的冰川雪水与温带大陆性气候的“风味共振”,精选高粱、大



米、小麦、玉米、豌豆五粮原料,融合现代科技与传统工艺,历经上百道检测关卡,形成“香气浓郁、入口柔和顺滑、落口爽净绵长”的独特风格。

## 黄金价格带卡位:精准锚定大众需求

推出 500ml42 度 28 元、500ml50 度 35 元两款核心产品,切入光瓶酒“金字塔塔基”价格带,避开高端市场红海竞争,精准满足大众消费者日常口粮酒需求。

**轻奢简约设计:颜值与实用的平衡**  
采用多棱形立体瓶身,线条流畅,以“简约而不简单”的设计语言褪去繁杂包装,聚焦酒液本身,带来兼具质感与轻奢感的视觉体验,契合新消费群体的审美偏好。

## 兵团品牌背书:70 年深耕的情感联结

作为兵团全资控股的上市酒企,伊

力特自 1955 年酿制第一锅酒以来,在新疆 2622 万人口市场中始终占据较大份额。品牌与新疆人民的情感联结已深植于心,成为全国化布局的坚实基础。

## 六大运营策略, 共建光瓶酒生态新秩序

为推动行业生态升级,伊力特创新提出六大运营策略:

**利润保障机制,坚守价格红线,**确保各层级渠道商利润空间;全渠道融合,线上平台、线下终端、社区渠道深度协同,开放个性化定制服务;场景边界拓展,重点推广“微醺社交”“即时饮酒”“轻商务宴请”等新兴消费场景;精准营销组合,以开瓶动销为核心,结合节点营销打造高效传播矩阵;数字化终端运营,通过生动化陈列、餐饮品鉴与数据

洞察,强化消费者互动;科技管控体系,瓶盖二维码技术实现真伪溯源与窜货管控,保障市场秩序。

## 以粮仓之名,致敬平凡英雄

“以粮仓之名,致敬平凡生活的英雄本色!”正如公司副总经理李长春所说,伊力粮仓酒不仅是对理性消费时代的真诚回应,更是伊力特“以新疆山河为窖池,以兵团匠心为酵母”的品质承诺。

在白酒行业回归本质的进程中,伊力特正以高质价比产品为笔,以创新运营为墨,与合作伙伴共同书写光瓶酒赛道的价值革命新篇章。未来,随着全国化战略的深入推进,这款承载着兵团精神与新疆风情的口粮酒,有望成为更多消费者的“日常犒赏”。



森 林 木 ?

再没有资源容你浪费 ...