

老酒到底有何独特魅力?

对于当前和未来的老酒市场，
年份为王、稀缺为王的老酒时代正悄然到来。

刘鹏

2025年的中国酒业市场呈现两极分化。

一边是传统白酒流通渠道、品牌代理和烟酒店受多重因素影响，导致库存压力倍增和烟酒销售滞后；一边是中国老酒市场随着收藏和投资市场的趋稳，和诸如“京东、淘宝、烧酒网”等新兴资本的融入，激发人气爆棚和销售倍增。

近年来，从河南夏邑到江苏泰州，各地不同特色的老酒大会，整体呈现出欣欣向荣或人气爆棚的景象。笔者也参加了各地多场中国老酒大会或老酒大集，从一线到二线酒商，甚至吸引了不少原烟酒流通商或古玩藏家等新晋老酒玩家的大批加入，相对于巨量的新酒库存，各类型老酒的库存基本盘毕竟存量有限。

从老酒品种分析，除了20世纪90年代的茅台、五粮液、郎酒等十七大名酒等头部品牌因存量较大，价格比较稳定，其他包括五十三优质酒的老酒品种，以及各省、市地方国营酒厂的优质酒品种，尤其是价格一直坚挺的贵州、四川、湖南、江西、江苏等省份的陈年老酒，无论是在各老酒大会上，还是在各网络平台上，均是交易活跃，部分稀缺老酒价格甚至屡创新高。

近年来，有不少人担忧：“新一代年轻人正在抛弃中国白酒，白酒正在失去年轻人的市场。”

其实不然，在一个酒桌上，你带的是二锅头，不一定人人都会喝；但是，如果你带的是茅台，即便不能喝酒的人，也会让对方倒一小杯，尝一尝。

作为一个消费品，白酒不可能被市场彻底抛弃。就像黄金，有一段时间，曾经有投资人说，黄金不值得投资。但是现在，黄金被炒到了天际。

再说年轻人这个群体。

很多年轻人都不喜欢喝白酒，但是，有这样一种社会文化，年轻人到中年后，也会慢慢地喜欢上喝酒。那么，中国白酒在年轻一代的市场中，是否已不如洋酒更有吸引力了？

笔者认为不会，会喝酒的人一样还是会喝白酒。

对于需要酒精的人，年纪越大，越需要白酒替代啤酒：第一不胀肚子，第二不凉胃，第三不会激发嘌呤上升。尤其是针对中国人的体质，最具适应性的还是中国白酒。

至于鼓吹喝奶茶代替酒类的人，笔者想问，为什么辣椒吃起来舌头会疼，但是有还这么多人爱吃呢？那是因为辛辣的东西会刺激人们的味蕾。

为什么现在的歌词，依然有大量与酒相关的内容，比如毛不易在《消愁》这首歌中唱道：“你拿起酒杯对自己说，一杯敬朝阳，一杯敬月光……”有些情绪价值，饮料提供不了。应酬为什么要喝酒？以笔者为例，师生聚



餐的时候，如果不喝酒，基本打不开话题，气氛极其尴尬。喝点酒之后，话题就来了。

因此，与古玩、邮票、红木家具等收藏领域日渐趋冷不同，中国民间的老酒收藏与投资方兴未艾，老酒收藏已然从70后、80后等兴趣爱好者，逐渐被90后、00后全盘接受并参与助推，尤其是北京、上海、杭州、深圳、潮汕等发达城市，00后的年轻人对于老酒收藏或建设个人老酒庄，出手一个比一个豪放，各地老酒拍更是“稳准狠”地锁定稀缺。

纵观各地老酒大会或老酒集市，对于老酒市场的发展，笔者有三点看法。

一是各地老酒大会以往热销的“茅台、五粮液、郎酒”等中国名酒大路货或硬通货逐渐滞销，这类老酒藏品民间存量巨大，饮酒消费进入消化疲劳，你有、我有、大家都有，目前已经很难激发各级老酒藏家的收藏冲动或购买欲望；

二是以往因性价比高热销的次新老酒，尤其是2015年至2023年之间的次新酒（俗称“大货”）因为库存较大，交易存量各级老酒商渠道消化能力有限，出现了卖不动的现象；

三是新酒品牌与一度流行的

OEM复古酒，因为酒体品质参差不齐、价格体系混乱、利润偏低及审美疲劳等问题，成为各开发商的高库存产品，亦成为酒商库存的高风险产品，除了头部酒企开发的少数优质品种或限量版本外，不建议藏友尤其是新手藏家大批量存货，且未来升值空间有限，变现困难；

四是建议收藏爱好者还是选择藏家们广泛认同的优质老酒和稀缺品种，其中，尤以湖南、江西、四川、贵州、江苏等省份国营酒厂老酒品种为推荐。除了中国十七大名酒、五十三优，荣获部优省优及进出口品种也是优选。

非常赞同中国老酒收藏第一人、曾品堂老酒博物馆创始人曾宇老师对于老酒收藏的总结：“茅台之上，唯有老酒！”对于中国陈年老酒收藏和投资市场的未来发展，总体来说，是比较乐观的。老酒市场会受到茅台波动及酒类流通市场的一定影响，但也保留了其独特的韧性和个性。

随着中国智造和中国文化随“一带一路”在全球市场的顺利输出，中国白酒市场一定能够超越当下“白兰地、日威、伏特加”等洋酒品种的市场优势，中国老酒收藏亦会迎来大家共同期待的红利和春天。

“周五”的约， 卖的已不是酒了

胡传枫

近来，市场上有个酒类品牌，做了一个“周五知交一下”的局，倒是别致得很。我初次了解时，正在地铁里，看见广告牌上的这几个字，不禁会心一笑。

企业卖的，似乎不是瓶里那透明的浆液，而是瓶外那个叫作“星期五”的金贵光阴。

你想，平日里人们忙忙碌碌的，到了周五的傍晚，心里头那根弦儿，一下子便放松了下来。这时节，最想的，就是寻一两个知心贴己的朋友，说些无关紧要的闲话，将一周的疲乏都泡软在酒里，化在笑声里。

该品牌便是在这个时候，轻轻地走到你身边，它不说是酒，只说“知交一下”。这“知交”二字，用得何其温存！它将那冷冰冰的买卖，化作了一场温暖的邀约。

这让我想起古人的“真率会”“耆英会”，也是约在某个好日子，聚在一起饮酒赋诗。不同的是，古人用的是请柬，今人用的是广告，但那份对知交相聚的渴望，千年来从未改变。

于是，我特意找了个周五，去体会一下“知交”的意境。朋友约在城南的一个小酒馆里，那里正举办品鉴会。出乎意料，没有喧闹的促销，只有柔和的灯光、舒缓的音乐，和每张桌子上燃着的香薰蜡烛。

服务员送来一小瓶酒，配着几句手写的卡片：“愿这杯酒，洗去您一周的风尘。”这话说得贴心，不像买卖人，倒是老朋友。

邻桌坐着一对中年男女，看样子是久别重逢。他们慢慢地斟酒，低声说着话，时而微笑，时而叹息。那酒在他们手中，成了打开记忆的钥匙；另一边是三个年轻人，举着手机自拍，嚷着“纪念我们的周五”，青春的气息扑面而来……

这时我才明白，这已不是在卖一件货物了，它是在为你安排一段好生活，一种好情绪。

于是，它去音乐会上寻你。我上个月参加了一个民谣演唱会，入场时每人收到一个小酒壶，里面装着特调的“知交酒”。当歌手唱起《朋友》时，全场举

起酒壶，那场面，竟有几分古风。

它在戏文里陪你。新上的电视剧里，主人公们周五聚会，桌上摆的便是这酒。不突兀，不广告，就像生活中本该有的样子。

线上线下，闹闹热热的，都是为了成全你这一个晚上的舒坦。这其中的道理，细细想来，竟比那酒本身的滋味，还要绵长些。

我们这代人，活得太匆忙、太孤独。通讯录里有上千个名字，可能说知心话的人，却没有几个。“周五知交一下”，是其看到了这个时代的痛处——我们缺的不是酒，而是那个能一起喝酒的人；缺的不是时间，而是那个能让时间慢下来的理由。

它把“周五”这个普通的日子，变成了一个情感的符号。就像古人的“人日”“花朝”，给平凡的生活一个仪式感的由头。

等你念着这星期五的好，念着那知交的暖，你便会想起它来。这已经不是在做生意了，这是在人们的心中生根发芽——把品牌种在人们最柔软的情感里。

这我想起小时候，母亲总在周五的晚上做红烧肉。那个香啊，飘满整个巷子。后来我才明白，她烧的不只是一道菜，而是一家人的盼头，是对大家辛苦一周后的慰藉。

如今的“周五知交一下”，做的何尝不是同样的事？它把酒变成了当代人的“红烧肉”——未必多么珍贵，但那份温暖和期待，却最是难得。

昨夜路过那家小酒馆，周五的灯光依然温暖。我站在窗外看了一会儿，里面座无虚席。每个人的脸上都带着周五特有的松弛，酒杯里漾着暖黄的光。

忽然觉得，在这个匆忙的时代，有人愿意为你创造一个慢下来的理由，有人记得你需要知交的温暖，这本身，就是一件很美好的事情。

至于喝的是什么酒，反倒不那么重要了。

欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众号。

