

一场论坛拖堂两小时,参会者为何仍抢着发言?

在行业面临下行压力的当下,《华夏酒报》有责任引领思想碰撞,推动战略转型。

本次活动超越了传统的会议框架,高效而直接,不仅实现了观点交锋,更成为酒业在调整期中的一次集体自省。

本报记者 张瑜宸 发自宝鸡



“这不仅是一场论坛,更是一次务实的探讨。发言不必拘束、形式无需设限,畅所欲言,只为推动中国酒业在思辨中找到方向。”11月22日下午,以“破局与赋能:在调整中寻找确定性”为主题的首届“中国酒业华夏论坛”在柳林酒业集团启幕。

《华夏酒报》总编辑吴贤国坦言:“作为权威媒体,我们不仅要有‘发声’的勇气,更要有‘深思’的担当。在行业面临下行压力的当下,《华夏酒报》有责任引领思想碰撞,推动战略转型,而非仅追逐商业价值与回报。”

论坛的每一处细节都暗含深意:40人闭门会议规模、多元背景的嘉宾

洞察趋势:在变革中锚定未来



酒业作为中国消费结构中的重要支柱,始终展现出其特有的韧性和价值。尽管全国酒类产量自2016年以来已大幅收缩,但其在整体消费格局中的分量依然稳固。在即将到来的“十五五”时期,消费结构升级成为核心议题,而酒业作为文化载体与消费纽带,无疑是这一进程中不可或缺的一环。



“‘十五五’期间,如果考虑消费升级与消费升级的问题,没有酒业也是空谈。”中央财经大学绿色金融国际研究院首席经济学家、中国首席经济学家论坛理事刘锋在发表《中国酒业发展前景与“十五五”消费升级——在变革中寻找确定性增长》的主题演讲时指出,酒业始终存在市场需求,真正稀缺的是能够主动适应变化的企业。

他提出,酒企应积极构建“1+N”的产品矩阵,以满足多元消费场景的需求;同时,酒企需借助科技推动产品品质与功能化升级,实现渠道的精细化与数字化融合,并积极开拓国际化路径与可持续发展模式,从而构建面向未来的酒业新生态。

正视现实:从悲观论调中厘清确定性



中寻找新增量也是确定的。



厚朴投资创始人、魅族品牌创始人李书文犀利地指出:即便产量下滑,白酒仍是6000亿元-8000亿元规模的巨大市场,“还有哪个盘子高于这个?”他认为,盲目唱衰本身就是需要治理的噪音。



尽管当前白酒产业供给过剩、库存高企、价格倒挂等不确定性层层叠加,但在论坛的对话环节中,嘉宾们从不同维度厘清了行业未来的确定性。

为压在行业头上的“三座大山”,并抛出核心议题:未来3年-5年,行业哪些变化是真正确定的?

中国酒类流通协会副会长兼秘书长邢春雷指出,国家将白酒明确为“历史经典产业”的定位是确定的,消费动机从“悦人”转向“悦己”的趋势是确定的,产业链必须协同发展,并在国际化

在第一轮对话环节中,对话主持人,北京微酒世纪文化传媒有限公司董事长黄磊,将人口结构变化、老龄化与年轻一代疏离白酒等长期挑战,喻

陕西柳林酒业公司总经理周峰从投资视角指出,白酒在经济周期中具备保值增值的长期属性,是与战略投资逻辑高度契合的行业。“我们既要仰望星空,也要脚踏实地。对于不确定性无需过度焦虑,只要坚定信心、坚持战略投入,这个行业未来依然广阔。”

解决矛盾:数字化转型赋能酒业发展



观需求,这也是企业发展的必由之路。



山东省食品工业协会轮值会长、国井集团总工程师、中国酿酒大师张锋国表示,白酒行业始终在技术和成本的平衡中成长,相比设备与工艺,更关键的是企业对人的投入,“在此领域的任何投资都不为过。”



在探讨了行业长期的“确定性”后,论坛第二轮对话围绕“技术与成本”这一现实矛盾展开。

零碳工厂等新领域。然而,这一切投入究竟是成本,还是成本压力?

贵州大学酿酒与食品工程学院原院长、贵州省人民政府原参事、知名白酒专家、贵州大学教授、博士生导师邱树毅指出,白酒从“人背肩挑”走向智能化、自动化,反映了社会对行业升级的客户需求;国家食品质量检验检测中心副主任程劲松作为主持人提问:中国酒业历来重技术投入,过去以分析仪器保障质量为核心,未来则需转向数字化、

湖南省酒业协会副会长兼黄酒果露会会长姚胜则将新投入的价值具体化:数字化转型正从成本压力转向价值创造;溯源与防伪技术已成为构建消费信任的核心引擎;零碳工厂已从环保责任延伸为长远经济规划。

直面困局:在转型中寻找出路



在探讨了行业长期的“确定性”与“技术投入”的路径之后,论坛的第三轮对话将目光拉回至当下,直面当前酒业最为紧迫的市场困局与出路。

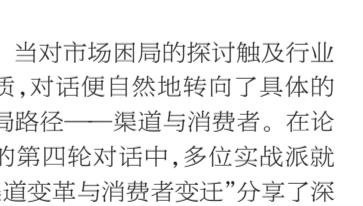


对此,陕西柳林酒业集团有限公司总经理魏洪表示,“困境”一词太过沉重,我们更愿意将其视为任何行业发展中都必然会经历的调整周期。他坚持看好白酒行业,而柳林酒业的应对之策,则聚焦于“四个坚持”:坚持传统并大胆创新,坚持纯粮固态发酵,坚持长期主义发展,以及坚持生产市场真正需要的产品。

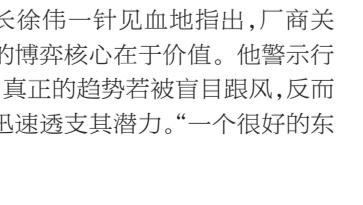


和君咨询副总经理、资深合伙人、酒水事业部总经理李振江作为本场主持人,率先勾勒出市场的复杂图景:尽管2025年前三季度行业数据整体尚可,但企业体感却是“哀鸿遍野”,预计第四季度仍将面临波动,“我们从未经历过如此艰难的几个季度。”他坦言,“因此,如何在酒

业调整与消费者变化中找到平衡点,不仅是重视他们。



青海互助天佑德青稞酒股份有限公司总经理鲁水龙认为,无论营销如何升级,都应把握“县域化、终端化、年轻化、国际化”这四个核心。他特别指出,营销的一大功能在于创造需求,因为“消费者并不知道自己需要什么,有些需求是我们创造出来的。”



对于如何把握趋势,成都酒业商会会长、四川尚好名供应链科技有限公司董事长何建宏认为,应积极拥抱互联网,但不能将全部赌注押在上面,坚实的线下渠道建设依然是根本。关于年轻消费者,他提出,低度酒并非唯一的突破口,关键在于企业要找到有效培育他们的方

回归本质:以文化重构品牌内核



这一关于“转向”的论述,也引发了名品世家酒业连锁股份有限公司总经理陈现的共鸣。他从价值链的终端出发,强调消费者才是商业链条中贡献最大的一方。因此,破局的关键在于转型的视角——企业不应再向市场索取更多,而应思考如何为消费者创造更多价值,通过赋能终端来推动行业的良性循环。



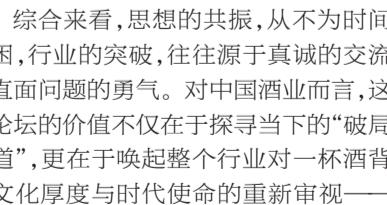
华印文创研究院院长徐诗云进一步指出,当前,酒业所谈的“文化”与真正的文化表达之间,仍有巨大距离。他提出,文化必须找到真正的表达方式,通过“科创+文创”双轮驱动,推动社会从新文化走向新文创,最终创造新文明,“商业必须与时代同轨。”他总结道。



思想的交锋总是让时间显得短暂。最终,这场持续了六个小时、远超原定时间的论坛,在与会者意犹未尽的氛围中圆满收官。与会嘉宾一致认为,首届“中国酒业华夏论坛”的召开恰逢其时,意义远超预期。此类聚焦真问题、激发真思考的交流平台,应当持续举办,长期坚持。



大家清醒地认识到,当前,中国酒业面临的调整是经济发展周期性规律的必然体现。行业存在的问题,本质上是自身发展中的课题,不能简单地归咎于宏观环境的变化或年轻消费者的转向。唯有向内归因,才能向外生长。同时,与会者坚定地认为,中国酒业迈向高质量发展的方向不容置疑,白酒产业绝非夕阳产业,其需要的正是足够的信心与充分的耐心。



综合来看,思想的共振,从不为时间所困,行业的突破,往往源于真诚的交流与直面问题的勇气。对中国酒业而言,这场论坛的价值不仅在于探寻当下的“破局之道”,更在于唤起整个行业对一杯酒背后文化厚度与时代使命的重新审视——在充满变量的环境中坚守本真,在务实思辨中凝练价值,这正是酒业穿越周期、持续生长的根本力量。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众账号。