

超 2/3 酒业创新项目一年内折戟,如何破局?

一个残酷的数字揭示出酒业创新的集体困境:高达 2/3 的投入,可能从第一天起就走在错误的道路上。

本报记者 徐菲远 发自北京

在全球酒饮市场,创新已成为品牌生存与发展的核心驱动力。从风味探索、包装革新到可持续实践,酒业正经历着一场创新浪潮。

国际酒类研究机构 IWSR 的最新研究显示,尽管创新投入持续增加,但超过 2/3 的创新项目在上市第一年就

面临市场表现不佳的困境,这一现象引发了行业对创新本质的深刻反思:创新的价值并非来自推陈出新本身,而在于其能否转化为可持续的市场竞争优势。本文基于 IWSR 的最新行业洞察,深入探讨酒业创新背后的战略逻辑与价值实现路径。

创新不等于价值

创新的首要陷阱在于将“新”等同于“好”。IWSR 研究发现,大部分失败的创新项目都存在“为创新而创新”的问题。不少品牌陷入盲目推新的循环,推出偏离消费者真实需求的产品。例如,一些烈酒品牌过度追求奇特风味组合,导致产品与品类本质产生偏离;华而不实的包装设计反而增加了产品的使用难度;与品牌基因脱节的营销概念虽能引发短期关注,却难以积累长期品牌资产。

这类创新失败的根本原因在于缺乏“价值锚点”。它们既未解决消费痛点,也未提升饮用体验,更无法强化品牌的核心价值。IWSR 分析师指出,成功的创新必须建立在深入的市场洞察基础上。因此,在启动任何创新项目前,企业需进行严格的战略审视:创新针对的目标客群是谁?解决了什么具体消费场景的问题?是否与品牌身份保持一致?唯有经过这一过滤机制,创新才可能避免沦为市场泡沫。

品类差异决定创新路径

不同酒饮品类的创新逻辑存在显著差异。IWSR 数据显示,在金酒、朗姆酒等风味包容性强的品类中,创新表现为高频率、多维度尝试。这些品类每年新产品的数量增长率超过 20%,品牌通过注入植物风味、尝试新工艺,不断拓展边界,以抢占细分市场。这类“广撒网”式的创新策略虽然能够快速试错,但也导致产品平均市场存活率不足 30%。

相比之下,龙舌兰、干邑和高端威士忌等品类的创新更为审慎。这些品类的创新投入更多地集中在提升产品本质价值上:包括对原料产地的精益求精、对陈酿工艺的极致追求,以及通过品牌叙事强化文化底蕴。这类“慢创新”虽然推出频率较低,但成功率却显著更高,其核心在于,通过深度创新巩固品牌的高端定位,构建长期竞争壁垒。



三大趋势驱动创新价值

当前,酒业创新主要围绕三大消费趋势展开。

便利性革命推动即饮饮料(RTD)品类以每年 15% 的速度快速增长,创新已从单纯的风味扩展延伸至包装形式、容量设计和场景适配等多个维度。成功的 RTD 创新能够将专业饮酒体验无缝融入消费者快节奏的生活场景,在保证品质的前提下,为其提供极

致便捷。

健康化趋势带动低酒精与无酒精市场呈现爆发式增长。IWSR 预测,该细分市场在未来 5 年将保持 25% 的年均增长率。领先品牌通过突破性的脱醇技术和风味工艺,为消费者提供不牺牲口感的替代方案。这一创新方向不仅开拓了新的市场空间,更体现了品牌对现代生活方式的深刻理解。

可持续性正从企业责任转变为品牌价值的重要组成部分。调查显示,超过 60% 的消费者愿意为环保包装支付溢价。轻量化玻璃瓶、可再生材料的使用等创新举措,不仅降低环境足迹,更成为品牌与消费者建立情感联结的重要途径。

这些创新正在重新定义品牌价值的构成要素。

构建系统性创新管理

要让创新持续创造价值,企业需要建立系统化的管理机制。首先,创新方向必须与品牌战略保持一致,确保每项创新都能强化品牌承诺,而非稀释品牌资产;其次,创新概念需经过严格的可行性检验,平衡创意与成本、供应链及技术实现的可能性。跨部门协作可以避免创新方案与实际情况脱节。此外,企业应建立多维评估体系,

综合考量短期市场表现与长期品牌健康度指标。除了关注销售额和市场份额等传统指标外,企业还需要关注消费者复购率、口碑传播效果以及品牌价值提升等维度。通过建立“测试-学习-优化”的创新闭环,企业能够持续提升创新项目的成功率。

总而言之,酒业创新的价值不在于新颖程度,而在于其战略相关性与

执行有效性。品牌应从消费者的真实需求出发,结合品类特性和自身定位,推动有的放矢的创新。在日益复杂的市场环境中,唯有将创新建立在坚实的战略基础之上,并配以系统化的管理体系,才能将其转化为可持续的竞争优势。随着行业竞争的加剧,那些能够将创新与价值创造有效衔接的品牌,将在新一轮行业洗牌中赢得先机。

伊力特新增 10 名国家级白酒评委

通讯员 白明新 张佳怡 发自可克达拉

近日,由中国轻工业联合会、中国财贸轻纺烟草工会全国委员会与中国酒业协会联合主办的 2025 年第五届全

国白酒品酒职业技能竞赛决赛,在重庆圆满落下帷幕。新疆伊力特实业股份有限公司表现亮眼,公司徐飞、张瑶瑶、

王海等 10 名员工凭借稳定发挥,斩获佳绩,成功获聘“2025 届国家级白酒评委”,中国酒业协会特致贺信表彰。

作为全国白酒行业技能水平的权威赛事,第五届全国白酒品酒职业技能竞赛决赛于 10 月 27 日至 29 日举办,汇聚了全国白酒领域的技能精英,竞赛结果直接与“国家级白酒评委”资质挂钩,是行业内衡量品酒专业能力的核心标尺。

作为新疆白酒行业的龙头企业,伊力特始终将人才培养与技术创新作为发展核心。此次 10 名员工集中获聘国



家级评酒委员,既是企业长期重视技能人才队伍建设的成果,也为新疆白酒产业的品质提升与品牌升级奠定了人才基础。此次载誉,不仅是对伊力特员工专业能力的认可,更标志着新疆白酒企

业在全国行业技能竞赛中的竞争力进一步提升。随着技能人才队伍的持续壮大,伊力特将继续立足资源,以专业实力助力中国白酒行业多元化、高质量发展。

