

# 消失的宴席

未来,在大多数传统宴席上,白酒很难再维持过去那种不可撼动的“绝对主角”地位。它不会消失,但会从“唯一标配”转变为“重要选项之一”,与低度酒、无酒精饮品等共享宴席餐桌。

本报记者 张瑜宸 发自北京

近日,《华夏酒报》刊登的题为《白酒消费最差的时候过去了?》的文章,引发广泛关注。文中,一位行业专家直言不讳地指出,许多曾经支撑白酒销量的传统消费场景正在萎缩——从

婚宴、生日宴到未来的升学宴。

有读者在文章下留言感叹:“最好的时候永远不会再回来了。现在年轻人有多少喝白酒的?在酒桌上拼酒的时代,对他们来说是无法理解的,奶

茶、果酒、咖啡反而是他们的文化。”

这些声音促使《华夏酒报》记者不得不深思:那些曾经被视为理所当然的酒桌宴饮,为何正在悄然退场?



## 变局背后的多重推手

如果仔细观察就不难发现,这些场景的集体退潮并非偶然,而是多重深层力量共同作用的结果。

最根本的变化来自代际价值观的断裂。95后、00后成长于个体意识觉醒的时代,他们追求平等、自主、健康的社交方式,对传统酒桌上“敬酒—回敬—劝酒”的权力表演天然抵触。

更深层的变化还在于社交形态本身的演变。如今的社交越来越碎片化、即时化。美团、京东等平台的数据显示,酒类消费增长最快的是“一人食配酒”“露营小酌”“闺蜜微醺”等轻场景。人们不再需要围坐大桌、整瓶开饮,而是追求灵活、轻松、低负担的饮用体验。传统依赖多人参与、仪式感强的宴席模式,已难以适配这种快节奏、小规模的新社交生态。

此外,在当前的大环境下,“面子酒”让位于“性价比酒”。企业不再为一场饭局豪掷万元购酒,家庭也不愿为一场宴席透支预算。

遗憾的是,面对趋势的结构性转变,白酒行业的反应显得复杂而缓

慢。一方面,主流酒企的营销重心仍停留在传统的渠道压货与宴席促销,针对新兴消费场景的产品创新与传播方式严重不足;另一方面,整个行业的文化叙事依然沉浸在历史、工艺与身份符号中,与年轻一代的情感联结日益薄弱。

需要提醒的是,结合当前的人口结构和消费趋势为看,未来,在绝大多数传统宴席上,白酒很难再维持过去那种不可撼动的“绝对主角”地位。它不会消失,但会从“唯一标配”转变为“重要选项之一”,与低度酒、无酒精饮品等共享宴席餐桌。

归根结底,白酒不是突然“没人喝了”,而是它所依附的那一整套社会仪式、人情规则和消费逻辑,正被时代悄然解构。当婚宴可以无酒、生日无需敬杯、商务饭局以茶代酒,白酒若仍固守“老场景”的幻觉,终将失去餐桌上的中心位置。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。



## 从必备到可省

以婚宴为例。

曾几何时,婚宴是白酒销售的坚实高地。一瓶体面的白酒,不仅是款待宾客的礼仪象征,更承载着家庭的门面与人情往来的厚重。然而如今,越来越多新人选择举办“无酒婚礼”,或是以洋酒、葡萄酒、果酒等替代传统白酒。据《华夏酒报》记者从多方了解,婚宴中白酒的使用率已明显下滑。

这一变化背后,折射出多重原因:随着年轻一代主导婚礼决策,他们普遍反感强硬的劝酒文化,转而更注重婚礼的体验感与个性化表达;同时,婚宴整体成本居高不下,白酒逐渐被归入可被削减的“非必要支出”。再加上健康意识的提升与现代生活节奏的加快,也在改变着人们的饮酒习惯——午宴因需驾车或下午返工而普遍限酒,即便晚宴饮酒氛围相对浓厚,但整

体酒精消费也趋于克制。

采访中,有喜主向《华夏酒报》记者反映,在家乡的婚宴上,白酒虽是必备品,但实际开瓶率并不高。如今,越来越多的宾客更倾向于选择低度酒或无酒精饮品,导致不少白酒在宴后都被退回。可以说,白酒在婚宴中的“标配”地位正逐渐松动。

此外,行业侧的变化也不容忽视。一方面,有酒商反映,自2024年以来,酒厂对婚宴市场的支持力度有所减弱;另一方面,许多酒店为提升宴席套餐的性价比,会主动赠送葡萄酒或饮料,这也在一定程度上分流了白酒的消费场景。

事实上,不止婚宴,家庭聚会中的白酒也在减少。过去,老人过寿、孩子满月、亲友团聚,总少不了摆上几桌。但如今,这类聚会趋向小型化、私密

化,甚至转为家庭火锅或外出简餐。独生子女甚至丁克家庭结构使得聚会人数减少,敬酒环节自然弱化;而“喝酒伤身”“开车不能喝”等观念深入人心,茶饮、果汁逐渐取代了白酒的位置。

“在广东的传统宴席上,白酒、红酒、啤酒一般都会有。像粤东地区,洋酒也比较多见,大家基本上是按自己的喜好来选择产品。”中国食品产业分析师朱丹蓬向《华夏酒报》记者表示,“但从整体来看,白酒的开瓶率并不高。相对来说,白酒饮用最多的场景可能是在农村,因为那里没有喝红酒的习惯,宴席上主要还是白酒和啤酒。”

尽管一地一省的饮用习惯不能代表全国,但综合从东北、山东、河南、江苏、广东等多地采访的反馈来看,在传统宴席场景中,白酒的消费势头确实有所减弱。

以信为砣  
诚实守信



中宣部宣教局 中国文明网