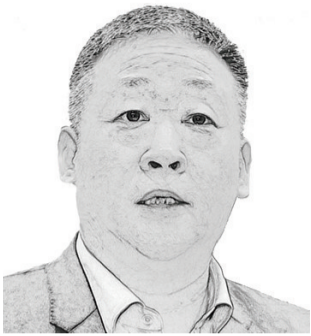


以“三新”为基,擘画酒业未来



宋书玉

中国酒业协会理事长

2025年,中国酿酒产业进入深度结构性调整期,产业整体呈现量价利同步收缩、结构分化显著、新旧动能转换阵痛凸显的特征,存量博弈成为市场主基调,同时,消费迭代、数字化变革推动产业从规模扩张向价值深耕转型。

整体而言,产业利润持续向优势酒种、优势产区、头部企业集中,中小企业主体加速出清,白酒利润整体虽然下滑,但依然占据支柱地位,而啤酒、露酒等成为利润正增长板块,成为产业调整期的重要韧性支撑。此外,工信部将酿酒列为历史经典产业的政策利好,为产业发展逻辑向“支持性”转变奠定基础,成为产业转型的重要政策契机。

短期看,去库存、稳价格仍是首要任务;长期看,唯有在文化表达、产品形态、消费场景上完成系统性价值重构,才能真正跨越周期。随着政策定位升维、消费需求复苏、产业转型落地,酒业将正式从渠道驱动迈入产业提质与消费重构并行的高质量发展新阶段。

2026年,将是中国酒业新旧动能

转换的关键一年。宏观政策指明了提质的方向,市场倒逼行业必须从“向渠道要利润”转向“向消费者要增长”。

对于酒企而言,2026年不再是寻找捷径的一年,而是文化赋能品牌、风味赋能品质、数智夯实底座、品牌重塑人设、深耕用户价值的攻坚之年。谁能在调整期建立起与消费者的情感连接,谁就能在“十五五”的下半场占据先机。

在消费代际转换与生活方式巨变的当下,中国酒业正经历一场深刻的变革。

除旧布新不仅是产业的共识,更是时代赋予的使命。新经典、新酒巷、新场景,共同构成了酒业未来发展的核心逻辑。

全产业需要以长期主义为根,以消费者为本,以创新为魂,在变革中坚定信心,向阳而生。与其在焦虑中等待春天,不如在行动中创造春天。

历史经典产业之所以能穿越周期,在于其灵魂的延续与内核的更新。

真正的经典,不是博物馆里的陈列品,而是活在当下的生命力。2026年,我们对“经典”的定义,不再是固守

传统的静态符号,而是赋予其符合时代特征的动态内涵。让经典焕发新生,需要从思维、模式到规划的系统性重构。

要树立新发展思维。

首先是新发展思维的历史观:要坚定不移地弘扬中华优秀传统文化;其次是新发展思维的文化观:文化是产业的终极灵魂。酒文化不能只停留在“酒桌文化”的浅层表达,而是要升华为“酿造美学”和“生活艺术”的深层体验;最后是新发展思维的科技创新观:经典产业不拒绝创新,传统不是故步自封的理由,而是守正创新的底气,更是新发展思维的新生活观。

历史是根,文化是魂,科技是翼,生活是归。四者兼备,才能成就新时期的新经典。

要构建新发展模式。

构建“以产定贮、以贮定销、年份真实”的良性循环,在产、贮、销之间建立起合理的动态关系。

建立“酿造即贮存、贮存即价值”的消费认知,与时间做朋友,以时间酿造价值的能力,积极推进酒业“智改数转”,实现原料种植、酿造、仓储、流通

全流程智能化管控,践行“双碳”目标,推动绿色低碳发展,以“酒业+文创”“酒业+科技”“酒业+农业”“酒业+旅游”跨界融合,不断拓展产业发展边界。

要制定新发展规划。

中国酒业要真正实现从“大”到“强”的跨越,就必须在产区、产业、企业三个层面同步发力,围绕文化、生态、人才、科技、标准、品牌、市场多维度系统布局,构建起支撑其长远发展的坚实根基。

推动产区从“地理概念”向“价值高地”跃升,推动产业从“单点突破”向“系统重构”跃升,推动企业从“规模扩张”向“价值深耕”跃升。

要坚定国际化战略。

国际化不是一道选择题,而是一道必答题。我们要深入研究国际市场需求、消费习惯,因地制宜制定推广策略。用世界听得懂的语言,讲好中国酒的故事。

酒文化出海已成为产业的自觉意识,要通过国际展会、文化交流活动,传播中国酿酒技艺与酒文化,提升中国酒业国际话语权。

德国酒逆袭,“轻盈”才是硬道理



Morris Cai

Vino Joy News撰稿人

近年来,中国葡萄酒市场持续收缩,但德国葡萄酒却在这一萎缩的市场中走出了一条逆势上扬的曲线。2025年,德国瓶装葡萄酒对华出口量首次突破500万升大关,同比增长约10%,出口额达2650万美元。这一增长与中国葡萄酒进口整体下滑的大背景形成鲜明对比。

中国海关总署发布的数据显示,2025年中国葡萄酒进口总额约为14.18亿美元,同比下降约10.9%。在国际葡萄酒出口国普遍承压的情况下,德国葡萄酒正悄然成为少数赢家之一。

德国葡萄酒的逆势增长,与中国葡萄酒消费的结构性转变紧密相连。行业数据显示,2025年中国白葡萄酒的市场份额已达约30%,较往年显著提升,德国雷司令和长相思共同推动了这一轮增长。在整体进口量从2021年的高位持续下滑的背景下,白葡萄酒品类展现出强劲韧性。2025年5月,德国盖森海姆大学发布的一份报告更预测,到2027年,干白葡萄酒将成为中国市场最受追捧的葡萄酒风格,其行业评价已超越红葡

萄酒。

白葡萄酒品类的崛起并非偶然。2025年3月,德国与新西兰葡萄酒协会在成都春糖上首次联合举办了“雷司令与长相思:德国与新西兰如何引领中国白葡萄酒革命”论坛,两家国家葡萄酒机构史无前例的合作引发了行业广泛关注。这一动作传递出一个清晰的信号:德国葡萄酒正将中国市场视为长期战略要地。

在众多白葡萄酒产国中,德国凭借雷司令这一核心品类占据了独特位置。德国葡萄酒协会中国区总监Juce Huang在2025年成都春糖论坛上透露,雷司令已成为山姆会员店销量第一的白葡萄酒,在奥乐齐也位列白葡萄酒销售榜首,在京东平台上则是夏季搜索量最高的葡萄酒关键词。此外,在小红书平台上,“雷司令”一词累计获得1500万次曝光,“德国雷司令”曝光量达1100万,远超赤霞珠和黑皮诺。

据行业媒体《The Drinks Business》2月报道,德国雷司令在中国年轻消费者中的品牌认知度已超过许多传统法国产区品牌。为系统推动市场扩

张,德国葡萄酒协会确立了以“轻盈愉悦”为核心的战略定位,并在2026年推出“保持轻盈!享受德国酿造葡萄酒”年度主题。该协会董事总经理Melanie Broyé-Engelkes指出:“我们希望在国际上确立德国作为‘轻盈愉悦型葡萄酒’理想原产国的地位”,因为德国凉爽的气候,为酿造酒精度适中、香气浓郁的葡萄酒提供了绝佳基础。

在战略执行层面,德国葡萄酒采取了面向贸易端与消费者的双轨模式。贸易端,德国葡萄酒协会通过全国糖酒会国家展馆、四城巡回路演以及ProWine Shanghai等行业平台持续拓展影响力;消费者端,则围绕“夏日雷司令”等主题活动,通过餐厅合作、电商联动和社交平台内容营销,将德国葡萄酒与日常、轻松的消费场景深度绑定。

ProWine Shanghai项目总监Josh Gu将当前中国市场形容为“哑铃型”格局——高端精品与高性价比日常消费两端需求旺盛,而白葡萄酒和低度酒饮正好契合了这一中间需求。值得注意的是,2025年“双11”期间,德国雷司令在京东葡萄酒品类中的销售额同

比增长超35%,显示出线上渠道的强劲爆发力。

值得关注的是,这种向白葡萄酒倾斜的趋势,在全球范围内同样可见。德国葡萄酒协会发布的数据显示,2025年德国葡萄酒出口总量同比增长3%至约12万升,协会董事总经理Monika Reule将此归因于全球白葡萄酒消费上升的宏观趋势,并指出,德国作为传统白葡萄酒生产国,在这一趋势中处于有利位置。

德国葡萄酒行业刊物《Meininger's Wine Business International》在1月的评论中指出,德国葡萄酒在中国市场的成功并非短期现象,而是长期品类红利与精准定位叠加的结果。

展望未来,2026年德国葡萄酒将继续借助中国白葡萄酒品类扩容的东风深化市场布局。ProWine商业报告已明确预期,德国和新西兰将在进口白葡萄酒市场中持续表现良好。

当中国饮酒文化从面子消费转向个人体验,德国葡萄酒凭借“轻盈易饮”的定位、雷司令这一核心差异化品类以及系统化的市场推广策略,已在中国市场构建起稳固的增长基础。

(本版文章仅代表作者观点,不代表本报立场。您对上述观点有何见解,欢迎通过新浪微博@华夏酒报进行讨论。)

酒类信息及配
套专版

朗脉 Microprocess Expertise for Future
(股票代码:002160) 联系人:任德龙 联系电话:15705381189 地址:上海市闵行区集心路168号6号楼5层

上海朗脉洁净技术股份有限公司,是上市公司常铝股份(股票代码002160)的全资公司,公司注册资本3.4933亿元,主要从事于白酒、黄酒、葡萄酒、调味品、医药等食品级洁净工程总包领域。是洁净级不锈钢酿造设备、不锈钢酒罐、不锈钢管道及智能化调酒系统核心供应商。上海朗脉洁净技术股份有限公司的服务宗旨是用做医药设备的洁净理念来做传统白酒行业服务。

近年服务客户

智能化酿酒设备 自动化调酒系统 洁净级不锈钢酒罐

舍得 五粮液 汾酒 柳林酒 汾酒集团 贵州珍酒 古井贡酒 红星二锅头 金种子

正宇 ZHENG YU 科技与品质铸就未来
卫生级阀门/管件/罐用设备

温州正宇轻工机械有限公司
电话:0577-86822391 86990608 86997528 传真:0577-86810786
地址:温州市龙湾区沙城工业区宏瑞路298号 邮箱:zhengyu@zhengyu-china.com