

# 逆势走红,自然酒如何在中国圈粉新一代?

自然酒在中国市场的蹿红,恰恰是洞察到了当代年轻人摆脱束缚、拥抱健康并且追求个性化的消费心理。

本报记者 徐菲远 发自北京

与自然酒的逆势火热形成鲜明对比的,是中国葡萄酒市场整体的“寒风凛冽”。近日,中国海关总署公布的数据显示,2025年全年,中国葡萄酒进口量约为2.07亿升,同比下降26.85%;进口额约为14.18亿美元,同比下降10.90%。国家统计局发布的数据显

示,2025年,国内葡萄酒产量累计仅为9.7万千升,同比下降17.1%。

在整个酿酒产业产量放缓、传统葡萄酒遭遇需求不足的大背景下,自然酒这一小众品类,反而在几近饱和的传统渠道之外,找到了一条逆势增长的独木桥。

## 年轻人的“微醺经济学”撑起新需求

那么,究竟是谁在为这种“开盲盒”式的自然酒买单?答案无疑是伴随互联网成长的年轻群体。

与父辈热衷商务宴请、看重葡萄酒品牌和年份的习惯不同,90后、00后这群年轻人寻找的已不再是“喝大酒”的面子社交,而是取悦自己的微醺时光。他们注重健康、追求真实,反感传统工业化葡萄酒中过度的添加剂。

国际权威酒类研究机构IWSR的追踪数据显示,在2023年3月至2025年3月期间,Z世代法定饮酒人群的饮酒参与率从66%上升至73%,成为酒

类消费最大的增量来源。艺恩数据(Endata)发布的《2025年轻人饮酒洞察报告》也指出,Z世代饮酒参与率已从2023年的66%攀升至73%,葡萄酒是仅次于啤酒的第二大受欢迎品类。

自然酒主打低干预,且多为简单易饮的风格,饮用起来毫无压力,让不常喝酒的年轻人也能没有负担地享受。再加上自然酒简约潮流的酒标设计和充满设计感的瓶身,其凭借高颜值的外表,极其契合年轻人的审美,成为社交媒体上出片率极高的社交货币。



## “酷社群”的文化标签

从某种程度上来说,自然酒之所以如此火爆,不仅仅是因为它在口感上与传统酒类有所区分,更是因为它成功地在年轻人心中构建了一种富有吸引力的文化符号。

在社交媒体尤其是小红书上,各种美食博主和时尚达人热衷于为自然酒单品“种草”,推动了“氛围感+自然酒+美食”这一标准的Bistro(小酒馆)经营模式在国内的流行。

这标志着,年轻人将生活方式深

度融入消费习惯中,喝酒不再是一种“酒桌文化”,而是他们对审美、穿搭、音乐乃至整个生活方式的一种自我表达。

在上海的自然酒盛会Bunch派对上,参与者盛装出席的盛况并非凤毛麟角。

Bunch联合创始人Franklin Chiang在接受行业媒体《The Drinks Business》采访时表示:“人们会盛装出席Bunch——你不会在

Vinexpo或ProWine上看到这种场面,自然酒从来不只是关于产品本身。”

从挑选心仪的酒瓶,到穿梭于live music、DJ打碟等互动环节之间,年轻人在自然酒的场域里构建了一个充满松弛感的精神共同体。夜生活的消费场景逐渐打破“矜持”和“商务”的束缚,年轻人来到这里,更多是为了享受美好的夜生活,满足自我的情绪释放。



## “自然酒文化”的下沉与蔓延

近年来,以上海为首的自然酒馆开始高速蔓延至全国。业内普遍认为,上海自然酒风潮的兴起与2017年开业的Vinism息息相关,这家酒吧被多家本地媒体称为上海自然酒运动的前驱。William(沈思北)曾在Vinism工作,由此接触并爱上了自然酒。之后,他与团队成员一起,于2020年在武定路开设了一家名为SOiF的自然酒酒吧。SOiF也因其独特的酒款和氛围,很快成为自然酒爱好者的又一聚集地。

在大众点评上,以“自然酒”为关键词,在上海能搜索出超过8.3万个结果,而“精酿”则只有2.6万个。这一数

据虽然不能直接反映门店数量,但却从侧面反映了自然酒话题的巨大热度。

这股热潮很快从上海向成都、广州、长沙、青岛、天津等一二线城市外溢。例如,成都的自然酒馆NATURAL INFINITY主理人Panda,正是在上海朋友的引荐下接触到了自然酒。这种充满生命力和个性化的表达,让他找到了延续精酿啤酒初心的新方向,投身自然葡萄酒领域。他的经历并非个例,从北京的五棵松到深圳的后海,年轻的主理人们将“自然无限”与本地的文化体验融入店铺,不断降低自然酒的消费门槛。

## 广阔天地与现实的挑战

随着国产葡萄酒以及意大利、西班牙、法国等自然酒产区的货源不断涌入,中国消费者可选择的产品范围越来越广。

海关数据显示,2025年以出口白葡萄酒为主的新西兰与德国,其对华葡萄酒出口量都取得了显著增长。与此同时,在云南、新疆和宁夏等产区,中国本土酒庄也推出了具有本土风格的自然酒,得益于年轻民族自信心的提升,国产葡萄酒在年轻消费群体

中的地位也在逐步上升。

不过,前景广阔并不意味着自然酒的发展之路就会一帆风顺。自然酒由于打着“无添加”的旗帜,导致酒体的稳定性极差,且难以保存,这使其在强调标准化、高速动销的电商渠道上举步维艰。此外,自然酒高昂的进货成本,叠加其不稳定的风味,也让其在走向下沉市场时遭遇了瓶颈。

然而,所有偶然的背后都有其必然。自然酒在中国市场的蹿红,恰恰

是洞察到了当代年轻人摆脱束缚、拥抱健康并且追求个性化的消费心理。就像Franklin Chiang所坚信的,即使有一天Bunch无人到场,他依然会和朋友在DTE酒吧里享受自然酒的陪伴。这种充满松弛感和真实性的乐观心态,正是自然酒文化在中国得以深入人心、传递延续的内核所在。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。



欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

中国酒业创新  
联盟企业展示

