

2026.10.20

编辑:闫秀梅 读者热线:0535-6631047

Attention 聚焦 A3

首届华夏健康酒产业大会金陵论道 健康酒,凭什么赢下一个十年?

在健康中国与理性消费的交汇处,大会直面一个根本命题:健康酒如何告别概念喧嚣,回归价值本真?如何穿越流量周期,走向长久赛道?

本报记者 刘雪霞 发自南京

10月14日,首届华夏健康酒产业大会在南京召开。这场由华夏酒报社、中国酒业新闻网主办,烟台中亚至宝药业有限公司承办,宁夏红枸杞产业有限公司、安徽宣酒集团协办的行业盛会,直指产业深水区的暗礁与顽疾。协会领导、名酒掌门与老字号药企齐聚一堂,围绕标准筑基、品质突围、信任重建与国际化拓展展开巅峰对话。这是一次为健康酒正本、为行业立信的思想交锋,更是一场直面产业根本命题的追问:在风口与乱象并存、机遇与风险交织的当下,健康酒如何告别概念喧嚣、回归价值本真?如何穿越流量周期、走向长久赛道?如何以标准立信、以品质赢心?

信任赤字,谁为健康酒买单?

当下,健康酒产业正迎来政策导向、消费升级与老龄化需求叠加的风口,市场从2020年约300亿元增至2025年800亿元,年复合增长率超20%,露酒销量同比增长40%。市场热度持续攀升,入局者众、资本关注度高。但繁荣表象之下,产业的深层问题同样突出:品类边界模糊、标准体系缺位、品质参差不齐,正在持续透支消费者信任。健康酒由谁定义、边界何在、信任何存,已成为制约产业高质量发展的核心命题。

首届华夏健康酒产业大会,正是要直面这一产业之问。

华夏酒报社社长、中国酒业新闻网总编辑吴贤国在大会致辞中表示,健康酒不是简单的酒类品类,而是消费者可以真切感知的价值概念,是产业与消费者之间的信任契约。行业须厘清边界,以“增益减害”为核心——让伤害物质最小化、有益物质最大化,警惕概念擦边与认知模糊。酒兼具物质与精神属性,情绪价值、社交价值与文化价值同样不可忽视,脱离剂量与场景谈伤害并不科学。健康酒的发展,不能靠炒作概念,而要靠科学表达与标准支撑。

正是基于这一判断,作为中国酒类行业唯一具有新闻媒体资质的行业媒体,《华夏酒报》有责任搭建起公共平台,不唱高调、不回避矛盾,聚焦品类定义、标准建设与消费认知,用中国标准、中国表达为产业立言立信,推动健康酒从概念热走向标准立、品质强、认知清。

中国酒业协会副秘书长杜小威在《让酒在健康时代健康发展》主旨演讲中,系统审视了行业“热度高、体量散、标准乱、品质杂”的现实图景。

他指出,当前制约产业高质量发展的四大痛点是:品类认知混淆、同质化内卷、短视频直播违规宣传频发、科研基础薄弱。药酒、保健酒、露酒法定属性不同却常被混同,超范围、夸大宣传

成为主要风险点,若把握不当,将削弱企业信誉与市场信任。

对此,他提出四条建议:第一,坚持产品为王,跳出概念内卷,把好喝、好受放在首位,以差异化风味和品质赢得消费者复购;第二,严守食品定位,落实宣传合规,牢记露酒是普通食品,杜绝保健、疗效类话术,建立内部审核机制;第三,强化全链条安全管控,严格遵循药食同源目录,做好溯源管理,落实贴牌代工企业主体责任;第四,推动行业协同科普,向消费者普及露酒、保健酒、药酒的区别,共同维护品类口碑。

价值混战,谁为健康酒定标?

健康酒的价值,究竟由谁定义?是标准,是品质,还是市场?当概念热潮退去,当产业从野蛮生长走向规范发展,这个根本命题,正摆在每一个健康酒从业者的面前。

中国中药协会药酒专业委员会专家委员、烟台中亚至宝药业有限公司培训总监倪晓忠在《健康酒品类的标准化、品质化、国际化实践》主题分享中,从产业高度系统阐述了健康酒从流量赛道走向价值赛道的发展路径。

中亚至宝以标准化为根基,厘清药酒、保健酒、露酒三套监管体系边界,提出“金字塔式”的产品布局,实现三层定位清晰、互不越位;同时,搭建行业平台、感官品评中心,以标准建设破解认知乱象。以品质化为内核,坚持传统古方与现代科研并重,将药品级管控贯穿企业生产全流程,实现可检测、可复现、可追溯,用科学数据筑牢消费信任。以国际化为方向,中亚至宝提出尊重当地法规标准、跨文化沟通与产品形态三道门槛,用海外市场听得懂的科学语言传递中国健康酒的价值。

倪晓忠的分享,为健康酒产业规范化、品质化、国际化发展提供了可借鉴的样本,也展现了老字号药企的行业担当与战略格局。

“一杯好酒的最高境界,不仅是味蕾的狂欢,更是身体的无负担。”安徽宣酒集团董事长李健在《坚守价值根本共创健康未来》主题分享中,以此回应了白酒为何让人“既爱又怕”、“上头元凶”到底是谁的行业谜题。

他提出,企业存在的根本在于为消费者创造价值。为此,宣酒锁定杂醇油为白酒上头的“罪魁祸首”,历经十五年科研攻关,从原料到工艺全链条降杂,将杂醇油含量降至行业最低,并领衔起草《低杂醇白酒团体标准》,推动白酒从单一口感导向迈向“口感+体感”的双维时代。李健的分享传递出一个清晰的信号:健康化不是概念包装,而是直击真实痛点的硬核科技。



宁夏红枸杞产业有限公司副总经理、营销中心总经理梁钰桥站在营销角度,作了题为《何为中国酒》的演讲。

他指出,传统酒与健康酒并非替代关系,而是需求分层、各擅胜场,共同做大市场总量;区域走向全国,重在体系复制,品类创新则需以文化遗产为根基。宁夏红以“轻养又好喝”为切入点,扎根枸杞产区,深耕根据地市场,坚持厂商一体、共建共享,以消费者为中心重塑品类价值,为健康酒产业提供了一条尊重需求、回归价值的实践路径。

三家企业,三种路径,指向同一个答案:健康酒的价值,是标准、品质、技术与市场的四重合力。标准划定品类边界,品质筑牢信任根基,技术驱动品质升级,市场检验真实价值。唯有四者协同,健康酒才能真正从概念走向价值,从风口走向长久。

秩序失范,谁为健康酒立信?

本次大会的两轮高峰对话,直击产业现实,展开了一场关于协同与品质、标准与信任的深度思辨。

第一轮高峰对话由黑格咨询集团董事长徐伟主持,对话嘉宾共同探讨《健康酒产业协同发展路径》。

“健康酒不是单一品类,而是金字塔式生态:塔尖药酒、塔身保健酒、塔基露酒,分层定位、互不越位。”中国中药协会药酒专业委员会主任委员、中国中药协会药食同源物质评价与利用专业委员会副主任委员、烟台中亚至宝药业有限公司董事长冷斌率先发言。

他表示,药酒、保健酒、露酒并非彼此割裂,而是相辅相成、各司其职,共同服务于大健康产业。企业要以长期主义做质量,用检测数据与消费者口碑说话,坚持“慢也是快”,行稳致远,协同做大健康酒产业。

江苏汤沟两相和酒业有限公司党委书记、董事长朱耀汇表示,传统白酒同样可做健康酒。以中医“温通”之道,借科技降杂醇、养酶助衡;微醺即健康,酒企应做低而不淡的好酒,让白酒从应

酬回归健康精神消费。

东阿阿胶股份有限公司副总裁陈龙健强调:“信任比流量更重要,流量可以买、可以租,但信任的资产是要一点点滴攒出来的。”品牌延伸只是信任起点,品质表达才是长期挑战。做养生酒拒绝贴牌,坚持原料道地溯源、药企级质控、合规表达、场景聚焦,把合规变成信任资产。

京华荟(北京)文化发展有限公司、北京广济堂健康科技有限公司董事长赵建斌表示,中医药必须走标准化,才能走向世界。企业要做正确理念与价值的传递者,以合规引导消费者,让东方温补调理智慧回归真实价值。

南京同仁堂酒业有限公司总经理徐焱表示,药企背景不是约束,而是信任护城河。南京同仁堂以制药级质控、饮片级原料和古方配伍赢得用户,坚持长期主义,不碰夸大功效红线。

第二轮高峰对话由西北农林科技大学客座教授、酒业观察家吴勇主持,对话嘉宾围绕《健康酒产业品质化发展路径》展开激烈交锋。

山西杏花汾酒业股份有限公司董事长魏晓东表示,健康酒的根本在于回归本真——零添加,无香精香料,无有害添加,让酒回归传统健康属性。零添加不仅是鉴定酒好坏的基本标准,更应成为行业坚守的品质底线与价值共识,以本真立信,以健康立身。

黑龙江省不老源酒业有限责任公司董事长、非遗传承人关丽霞表示,白酒创新应立足品质与文化,以“即时新酒饮”切入碎片化消费场景;坚持出口产品与国内产品同品质、不双标,参与制定进出口标准以填补国标空白;同时以零糖轻负和闭环体验,卡位年轻赛道。

苏州金源野生物医药科技有限公司董事长苏保洲表示,中药健康酒须回归中医本源,尊重性味归经,以优质基酒为载体,从消费者的真实需求出发,在功效、风味与体感间找到平衡,产品方有品质与生命力。

新认知营销研究者、赣风传媒首席运营唐锦华表示,酒业消费日趋多元,健康酒、露酒、新酒饮皆有机会,但关键

在动销。

中晟国丰(烟台)农业发展有限公司总经理陈磊表示,中晟国丰苹果酒品质根基在原料与品种。公司扎根烟台,依托150余年的种植历史,与农科院合作选育2款-3款酿酒专用品种,以地道原料保障产品品质。

千亿蓝海,谁与健康酒共赴未来?

千亿蓝图,从来不是单点突围的独角戏,而是一场产业共同体的集体奔赴。健康酒要走向规范与壮大,必须告别各自为战,迈向协同共生。大会尾声,举办了一场隆重的授牌仪式。这场仪式授予荣誉,也宣告产业协同,标志着健康酒产业从野蛮生长走向生态共赢。

烟台中亚至宝药业有限公司荣膺华夏健康酒产业大会主席单位;宁夏红枸杞产业有限公司、安徽宣酒集团荣膺副主席单位;东阿阿胶股份有限公司、北京广济堂健康科技有限公司、南京同仁堂酒业有限公司、山西杏花汾酒业股份有限公司、黑龙江省不老源酒业有限责任公司、中晟国丰(烟台)农业发展有限公司成为联合发起单位。从药企到酒企,从老字号到新锐品牌,一个覆盖原料、生产、流通的产业共同体初具雏形。

大会最后,原广东省食品检验所所长、原广东省药监局事务中心主任朱思旭进行总结发言。他指出,酒有三性——水性、酒性、药性,本质是阴阳平衡的载体。健康酒产业要回归文化本源,以适量为道,以养生为用,推动酒从应酬消费走向健康精神消费,让东方养生智慧真正惠及大众。

首届华夏健康酒产业大会虽已落幕,但它所开启的是一场关乎产业未来的大考。从野蛮生长走向规范发展,从概念狂欢走向信任重建,这不仅是一次产业秩序的调整,更是一场涉及产业根基、消费信任与价值逻辑的深刻变革。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

