茅台效应影响?

## 山西省酒业商会 引领山西酒业 迈向"十四五"新征程

商会领导班子成员一行对太原酒厂进行调 研。他强调,要深入学习贯彻楼阳生书记在省 属国企深化改革转型发展推进会上重要讲话 精神, 山西省酒业商会切实担当起推动山西 经济高质量转型发展的使命,从而推动山西

山西省酒业商会第二届理事会第二次工 作会议同期召开,会上对修改后的商会"十四 五"规划、2021年度计划等工作进行了讨论

"十四五"时期是我国全面建设社会主义 百年未有之大变局的加速演进期、全球新冠 标、规划好方向。同时,在总体思路、方向、目 标三大方针指引下,张春生会长明确提出山 西省酒业商会六大职能,即创建一个平台、提 供一个服务、当好政府一个助手、拥有一种发 展格局、进一步加大宣传力度、建立一个组织

张春生会长详细解读道, 山西省酒业商 会要创建一个让山西省酒类企业、酒类流通 台;提供好服务,帮助大家定战略、强引领、核 绕中央政策,尤其是中央1号文件精神,对相 的高度制定各项规划;拥有新时代的新发展 商进行调研,深入挖掘文化、工艺、质量、功效 等多方面素材,让宣传接地气;建立健全组织 机制,一切以问题、结果为导向,将工作落到

王酒业有限责任公司董事长王再武肯定了商 会"十四五"规划,"商会第二届理事会战斗力 场充满信心!"王再武表示,汾阳王高管团队 也在做"十四五"规划,从产量、销量上都坚定 不移地确立目标, 适度地在互联网电商平台 增加市场份额。争取在十四五期间取得更大

山西省酒业商会常务副会长、太原酒厂 厂长、党委书记张跃军提到,"我们应抱团出 海,在汾酒这艘航母的引领下,找准自己的定 位。"他指出,山西省酒业商会发挥商会职能 可以起到桥梁纽带作用,为政府提供信息,为 经销商和流通企业提供好服务。

山西省酒业商会常务副会长、汾酒股份 明确;商会要增进人才计划、重视技术的推广 应用、技术人才的引进;商会要有使命感、要

山西省酒业商会秘书长、汾酒销售公司 副总经理乔宇星主持会议并倡导我省有规模 的酒企、酒商各家做好自己的十四五规划,在 总体指导思想、主要目标、发展思路、规划内 容方面都应设计好;同时商会也会提供更多 的机会和活动,让酒企、酒商得以成长,争取 为山西酒类行业的高质量发展,为清香品类 的复兴作出新的贡献!

清香天下,晋酒崛起,离不开抱团发展和 汾酒的"龙头"引领。2020年,汾酒在连续四 年实现高速增长后"汾老大"王者正在归来。 同时,其他山西酒类企业如汾阳王、晋泉、汾 杏、神泉、晋善晋美等也呈现蓬勃发展的态

2021年是"十四五"规划的开局之年,面 对国内外环境波诡云谲之形势,作为"清香航 母"的掌舵者——汾酒党委书记、董事长李秋 喜在2月19日召开的党委中心组(扩大)学 习会上提出,必须保持"船到中流浪更急、人 到半山路更陡"的清醒认识。

对于山西省酒业商会未来发展, 山西省 酒业商会专职副会长王琦建言道:"我们商会 应把'技术营销'提上日程,争取在未来五年 内打造几个清香型领袖人物。同时,考虑到清 香型白酒酿造技术的卓越和科普不成正比, 应把商会的专家顾问团有机制地利用起

另外,商会的使命艰巨,尤其是与政府层 面的积极沟通交流, 让政府重视和关注到我 们这个产业来,让优秀的酒企和酒商得到政 策的扶持,还望领导们能多费些心力。

本次会议还特别邀请到四家副会长单 位,山西酒业大商刘宝和同城酒库、集贤酒 堡、酒乐乐等山西连锁品牌负责人参会,广开 言路,为山西省酒业高质量发展积极献计献

山西酒类市场在全国都较为特殊,清香 占绝对主导品类,随着汾酒品牌的全国化布 局快速推进, 带动着整个清香型白酒加速发 展。同时我们也坚定信念,在社会各界的关切 中,商会新确立的"十四五"规划指引下,山西 省酒类产业在这个崭新的春天里将会迈向新

(山西商会)

# 川酒集团渐入佳境 夯实"中国最大原酒生产供应商"地位



### 一年一大步 跨越式推动四川酒业发展

泸州老窖等名酒企差异化的发展道路。 全国最大的原酒生产商和供应商,实现

全年集团营收258亿元,利税达6亿元, 其中酒业营收40亿元,形成了"六朵金 花+川酒集团"的"6+1"川酒发展新格局。

#### 川酒原酒联盟 成全国最大原酒生产供应商

发展方向,提出 了成为"中国最 大的原酒生产 供应商、中国

斗目标进军的第一个五年。川酒集 团回望过往、擘画"十四五"新篇章:在 继续夯实"中国最大的原酒生产商和供 应商"地位的基础上,做强做优做大川 酒集团全产业链各大板块,2021年 目标实现营收300亿元,争取用 5到10年时间迈入中国酒

达成全产业链战略合作,形成"浓酱清"三 昏齐放新格局,满足多元化的市场需求, 原酒金字招牌,推动川酒出川,为全国原 不断提高四川原酒议价能力和影响力。

粮原酒的产能、储酒和产值达全省一半 牌对接 '全国最大原酒生产商和供应商"。

在川酒集团的全产业链布局中,原 银花","十朵小金花"中的三溪、古川、仙 酒板块已发展成为优势长板。川酒集团 潭、玉蝉开展品牌合作,与拉萨、甘孜、内

目前,川酒集团国优品牌矩阵已囊括16 个品牌。川酒集团同时还成立川酒酒业 销售公司、川兴定制酒公司, 开展以 OEM、品牌授权、联营等多种机制的品牌

在酒类经销方面,川酒集团创新搭 建白酒营销体系,以互联网思维,凭借大 数据引擎驱动营销新平台,采取"线上+ 线下"双向并行模式,拓宽销售渠道。-方面积极开拓线上销售渠道,在天猫、京 东、拼多多等电商门户开设直营店铺,线 上下单,一键到家,保真保质,方便快捷。 另一方面线下在成都、泸州等城市开设 "酒仓"实体店,将全球好酒网罗其中,以 酒类新零售模式让消费者享受到升级的 消费体验,真正以最实惠的价格喝上品 质好酒。这也正应了"酿老百姓喝得起的 纯粮好酒"之初心

### 擘画新未来

成立川酒研究院

与四川轻化工

校以及四川

省食品发酵

委员会;还于 2021 年 1 月

酒行业发展指出一条新方向。

搭建国优品牌矩阵

职场健康项目落地

自然香、礼传等品牌的基础上,与"六朵

由于医疗资源不均,"挂号难、看病

2021 年进击 300 亿

了一份喜人答卷。一切过往皆为序章,如 何在"十四五"新一轮机遇与挑战中乘风 破浪、实现新突破,如何布局产业推动经 网等专业研究机 济新发展,是川酒集团未来谋划的重点 构达成战略合作;组 篇章。

做好准备;实施"川酒地产品牌计划",打 造全中国最有文化特色、历史底蕴和酒

"十四五"已来,川酒集团朝着"致力

## 金六福:健康理念守护幸福

中华上下五千年,酒文化一直交织 华致酒行、以及累计投资额逾百亿的金 利体系之中。 其中,源远流长,占据着重要地位。酒自 东投资。 古就有"久""寿"的寓意,无论是喜庆筵 多元化发展,打造福酒定位,推出"一 席、亲朋往来,还是逢年过节、日常家宴, 坛好酒"等创新品牌的金六福,不止拥有 人们都要举杯畅饮,增添喜庆气氛。每个 酒企特有的厚重感,同时蕴含着持续创新 首先希望解决的就是员工的就医问题。 吉庆时刻,都离不开"福酒"的助兴。金六的活力。 福酒作为中国福酒的优秀代表, 吉庆的 "福"形象深入人心,是阖家畅饮,庆贺喜 在每一个幸福时刻,在每一个期盼幸福 护,挂号还可能选错科室白跑一趟。基于

代商品,能上升到文化的高度,具有极高 爱市场、爱品牌 。企业和员工都扎扎实 医生或电话医生先行问诊,三甲医院在 的流通及收藏价值,而且还给人们的生 实地做实践着自己的承诺,尽管公司在 职专科医生,通过与员工交流,进行病情 活增添了丰富的色彩。老百姓餐桌上的 薪酬水平上并没有选择领先型策略,但 的初步判断,并给出进一步的就诊专业 "酒",在数千年历史中,既是劳动与智慧 是一以贯之的企业文化所创造的归属与 指导,挂什么科室,去哪家医院更好等,

幸福时刻喝福酒,金六福酒作为欢 常高,公司成立20余年,司龄超过10 续的就诊更高效。 聚时刻,开怀畅饮的重要组成,多年来一年,甚至20年的员工都大有人在,无论 直秉承着"用心做好酒、做纯粹的酒"的 年龄与司龄高低,大家对公司愿景的理 难、住院难"困扰着广大员工。员工通过 信条,并始终致力于将"健康饮酒、饮健 解与文化的认同让每位员工开展工作时 "就医绿色通道"服务,就能利用职场健 康酒"的现代理念融入到产品之中,在产 习惯从战略角度思考,行动目标高度一 康的服务网络,及时就诊,避免延误病 品品质上精益求精,在饮酒理念上,我们 致。 坚持向消费者普及理性饮酒的相关知

品质不懈的追求确保产品的高品质,工 满关怀的柔性管理制度和人性化福利体 活方式。 匠精神已经融入每一位金六福人的血液 系,保证员工为企业发展贡献力量的同 易才的职场健康福利,在健康管理

#### 金六福的文化与福利

的华泽酒业集团、"酒类流通第一股"的的生活方式,将"职场健康"引入企业的福

作为一家致力于"让每一个消费者, 大问题。就医要预约,就诊要做好层层防 的时刻,喝上幸福的美酒"的民营企业,对员工职场健康方面的注重,2020年金 金六福的工作氛围也充满家的温暖与 六福引入了易才的"职场健康福利",为 爱。在金六福的企业主张中,倡导"六爱" 员工打造全方位的就医新体验。 酒,既是一种传统饮品,也是一种现 精神:爱企业、爱伙伴、爱产品、爱营销、 认同感, 让员工的满意度和敬业度都非 都能获得专业医师的精准建议, 使得后

在人才发展理念上,金六福遵循:企 在就诊中,员工还能享受全程陪诊 识,鼓励和引导消费者理性、适量、健康 业发展靠人才,企业的竞争主要是人才 服务,从诊前迎候开始,由专人全程陪同 的竞争。2020年,全行业受疫情影响的情就诊,并在过程中提供专业的心里疏导, 在生产过程中,金六福精选优质原 况下,金六福仍然逆势增长,并在当前的 帮助员工放平心态,安心就诊。 料,传承古法酿酒的同时大胆创新,将 经济趋势下,坚持广纳人才,加强员工队 "事后治疗"不如"未病防治",金六 邛崃千年酿酒技艺与现代蒸馏技术结 伍的招聘和培养。吸引人才,金六福有自 福的健康福利计划,除了优化员工的就 合。严苛的酿酒生产过程管理及对酿酒 己独特的打法,通过坚实的后勤保障、充 医体验,更希望帮助员工养成健康的生

时,也能够平衡好工作和生活,享受快乐 理念上,与金六福的需求不谋而合。除了 能提供丰富的医疗服务,更能够根据员 金六福一直将诚信作为企业价值主 工的身体情况和健康诉求,提供针对性 广为人知的金六福,是金东集团的 张的第一条,认为"诚信是我们企业的生 的健康改善计划,通过定制化的健康任 前身。金东集团历经二十余年发展,已形 命"。在向市场传递健康饮酒理念的同时, 务,帮助员工持续改善健康状况,远离疾 成"实业+投资"的商业模式,拥有3大业 也非常关注内部员工的身体健康。除了每 病困扰,实现幸福时刻喝福酒,幸福工作 务板块:涵盖金六福在内,13家大型酒企 年进行健康体检外,也倡导员工拥抱健康 就在金六福。

#### 战略投资 展望未来

作为一家实打实地做产品, 踏踏实 实树品牌的企业,无论是做产品还是做 金六福在引入"职场健康"方案时, 福利,都讲求品质出众与持续创新。引入 职场健康福利是金六福的整体健康福利 受疫情影响,就医成了困扰员工的 计划中的第一步。在数字化时代,通过对 健康数据和员工常健康行为分析,不断 优化公司的福利方案和健康改善方案, 设计更贴合员工需求的福利体系, 也是 未来共同的目标。 员工身体不适,可以通过线上家庭

而易才集团作为金六福的人力资源 服务伙伴,也通过战略投资,持续打造境 内境外、线上线下一体化无缝衔接的人 力资源服务,为更多像金六福这样的中 国企业出海,提供坚实的人力资源服务

有实力者,专注未来,金六福与易才 作为中国本土成长出来的企业, 也将持 续携手在各自领域有更好的发展,为消 费者提供更有价值的服务产品。

金东投资集团有限公司创立于 1996 年,前身为"金六福企业""华泽集团", 2016年10月更名为"金东集团"。历经二 十余年发展,企业已形成"实业+投资"的 商业模式。目前,金东集团拥有15000名 员工,总资产逾300亿元;金东集团下设 3个板块:华泽酒业集团、华致酒行、金东

易才集团成立于2003年,总部位于 北京。截至2020年,易才服务网络覆盖 全国已超500座城市,服务企业超2万 家,服务雇员总数超200万,拥有出众的 全国网点覆盖数量与百万级落地服务能 力。2020年10月完成了对必博的战略投 资,旨在借助双方本土以及海外市场落 地服务的优势叠加效应,通过资源互补, 打造境内境外、线上线下一体化无缝衔 接的人力资源服务,构建整体薪酬业务 的全球化服务版图。 (据酒业新闻网)

#### 心的内容就是打造优质产业竞争新优 这份"纲要"提出:一要做强做优白 酒产业,二要稳步扩大酱香型白酒产能。

酒业十四五规划着重产区建设

五"规划,一些酒业发达的省份和地方政

府,更是将酒业作为"十四五"规划的重

点而单列出来。这其中,四川、贵州、山西

第四次会议通过的《贵州省国民经济和

社会发展第十四个五年规划和二O三五

年远景目标纲要》,其中,关于酒业最核

进入2021年,各省逐次推动"十四

今年1月29日,贵州省十三届人大

政府力推

"纲要"明确表示,要做大做强茅台 集团, 力争把茅台集团打造成为贵州省 内首家"世界 500 强"企业、万亿级世界 一流企业。"纲要"还进一步表示,要以 "百亿产值、千亿市值"为目标,培植提升 习酒、国台、金沙、珍酒、董酒等一批在全 国具有较强影响力骨干企业, 加快推动 企业上市,培育一批国家级、区域级知名

今年2月24日,四川省经济与信息 从十二个方面提出加快四川省白酒 式。

这份意见,提出了加快技术改造升 应的政策以及资源会向上述白酒产业集 启动一期储酒基金2亿元。 群区域进行倾斜。

作为清香型白酒的主产地, 山西吕 梁市 2021 年政府工作报告中明确提出 要打造"清香型白酒生产基地和酒文化 白酒产能50万吨、产量50万千升、销售

从贵州、四川、山西吕梁三地政府相 关规划可以看出,除了着重扶持名优企 业外,打造产区整体势能也成为重点,这 无疑是"产区概念"不断深入影响的结

## 茅台效应影响地方政府决策?

力推,与对地方经济的长远规划有关,也 的目标:到 2035 年,全市白酒行业营业收 与部分优质酒企所体现出来的"输血"能 入达到 2500 亿元,利润实现 500 亿元。

(600519)发布公告,根据贵州省国资委 级白酒企业集群、打造世界级优质白酒

资本公司)。 州国有资本公司已套现约700亿元,按 集团要进入世界500强,宜宾将建成"中 照这一次划转的规模和当前的股价,预 国白酒第一城"。加固浓香产区的绝对优 界融合发展。谋划深入挖掘川酒文化内 计若贵州国有资本公司继续套现的话, 势,扛起传承坚守浓香工艺,引领带动消 还将有几百亿到千亿的收益。

茅台的案例无疑大大刺激到一些产 李强强调,作为我国跨千亿的白酒 区所在地政府,而另一方面,部分地方经 产区,宜宾市委、市政府历来高度重视白 济对酒业的倚重,也让政府对扶持酒业、 酒产业发展,坚持把白酒产业列为经济 整合酒企产生了极大动力。

区,酒业经济在地方经济中占比极大,往 67,67万千升产量,提升到120万千升。 酱酒板块,还优化提出了要发展啤酒、葡 情况下,发展酒业自然在地方经济发展 加关注研究白酒的产业链发展。

动,而整合资源、扩大规模又成为主要形 酒产量计划达到60万千升,白酒产业产 值计划达到 2500 亿元。

总产能扩张 + 优质酒集中

一方面,地方政府在打造产区的过

程中,把扩大产区内企业的产能和规模

作为重要目标加以推进,另一方面,却要

面对着行业越来越分化,消费向少数企

推进泸州老窖酿酒工程技改项目、郎酒

二郎酱酒基地系列技改及配套工程项目

正在不断扩大产能规模。总投资 120 亿

元的泸州老窖酿酒工程技改项目,已建

成窖池2万口,建成年产优质固态纯粮

白酒 10 万吨、酒曲 10 万吨和储酒 38 万

郎酒方面, 预计现在推进的技改与

此外, 泸州围绕白酒全产业链上下

贵州方面,茅台201厂3万吨酱香

游、左右端启动招商引擎。目前,一个个

百亿级项目正在落地生根发展;一批50

亿级、20亿级、10亿级的酒类项目已成

系列酒技改工程及配套设施、习酒 1.9 万

吨技改、国台酒庄1万吨优质酱香型白

酒技改、鸭溪酒业年产5万吨白酒技改、

岩博酒业1万吨人民小酒扩建及配套设

施建设、联美集团安酒2万吨酱香型白

酒技改、董酒 4 万吨产能扩建、珍酒扩建

工程(二期)、金沙酒业1万吨酱香型白

酒扩建、步长集团洞酿洞藏酒业 5000 吨

酱香型白酒技改、小糊涂仙酒业 3000 吨

浓香型白酒及配套、金沙古酒1万吨技

改二期、劲牌酒业新增 1.5 万吨酱香型白

酒技改、平坝酒厂6000吨基酒生产扩

能、无忧酒业年产 2000 吨技改、青酒二

期技改、都匀匀酒年产1万吨迁建等项

业界认为,产区所在地方政府大力

目建设都已列入了"十四五"相关规划。

扩能,是站在"酒业消费持续向好"的角

度出发,实际上,酒业目前分化严重,即

便一些老牌名优酒类也产生了分化,这

些预期中的扩能,能否为未来的市场所

影响因素。

投资意向,正准备落户泸州。

泸州产区,以泸州老窖为首的酒企

等6个100亿级项目建设。

年产能。

除了在政策上支持和引导外,一些

业的过程中,多注入政策力量来进行推

企业依托产区的形式来实现。

三大香型白酒千亿级产区加速建设

大香型白酒的主产区所在地方政府,不约而

之下,三大产区的产能急剧扩张,产业模式向着综合

疑将在日益分化的时代圈定全行业大部分的营收和利

润。这种产区化建设的一个影响,即竞争主体可能会以

仍不可忽视。庞大的产能与营收目标之下,

需要有更为庞大且不断上升的消

费市场来支撑。

●动辄 1000 亿元、2000 亿元以上的发展目标,无

●除政府意志、政策推动之外,市场化的因素

条件的园区创建国家级经济开发区,对 国最大的清香型白酒产业核心区, 吕梁 50万吨、产量50万千升、销售收入500 业界认为,优质白酒企业的盈利能 在具体的举措上,这份"意见稿"除 力、对地方经济的带动能力,为地方政府

被放大,产区的目标被放大——动辄千

四川方面, 宜宾和泸州两大产区在 十四五末的目标,加起来超过4000亿

营业收入突破1500亿元、酒业园区实现 这些产区所在地方政府对于酒业的 营业收入 1500 亿元,甚至已描绘出更远

2020年12月23日晚间,贵州茅台 造世界一流的白酒产业园区、打造世界 制力。 划转方式将持有的公司 5024 万股(占贵 区、打造世界级白酒绿色发展示范区, 州茅台总股本的 4.00%), 划转至贵州省 抢占未来白酒产业发展制高点。

此前,通过茅台方面的无偿划转,贵 白酒产业规模要突破2500亿元,五粮液 种和示范推广。 费的大旗。

支柱产业打造。"十四五"期间,根据规划

沙、珍酒、董酒等一批在全国具有较强影 划将对中国酒业的未来产生巨大影响 山西吕梁方面,2021年政府工作报

专项资金也注入支持。例如,围绕建设全 告中制定了"争取五年内实现白酒产能 亿元"的目标。 川黔并行

#### 浓、酱两大产区将成焦点 为引人注目的是川、黔两地,这两个地域

接壤的产区,其十四五发展目标均超过 千亿,而一水同源的赤水河,又把遵义、 泸州两个子产品紧密相连。 四川产区的"十四五"规划目标,加

上贵州产区的十四五目标,两者相加将 达到 7000 亿元以上,意味着将占据中国

泸州方面, 计划到 2025 年, 全市白酒 的举措来看, 未来会对以郎酒为代表的 赤水河产区内酱酒企业做政策倾斜,利 好酱香酒发展。

例如,在香型建设上,四川提出除了 巩固浓香型白酒优势地位以外, 要做大 具体项目打造上,泸州将以郎酒二 酱香型白酒产能。在培育壮大川酒品牌 表现最为突出的是茅台,通过无偿 郎酱酒基地系列技改及配套工程项目等 上,除了"六朵金花"以及"十朵小金花", 划转股权形式,地方政府借此套现可达 "6个100亿"项目为抓手,实现"六个 意见稿中还提出打造原酒龙头企业和优 打造":打造世界一流的白酒产区、打 质品牌,提升原酒市场话语权和资源控

在原料基地建设方面,提出推广"企 的相关通知要求,茅台集团拟通过无偿 原产地、打造世界级优质白酒品牌集聚 业+基地+农户"的经营模式,扩大本地有 机红粮、小麦生产规模,提高基地产业化 经营水平。推动名优酒企、高校、科研院 国有资本运营有限责任公司(贵州国有 宜宾方面,该市工业和军民融合局 所等开放合作,加强酿酒高粱、水稻、小 副局长李强表示,在"十四五"末,宜宾的 麦、玉米等酿酒专用粮新品种的选育、引 此外,四川的规划中还提出促进跨

> 涵外延,推动川酒+川菜、川茶、川景等跨 贵州提出"发挥贵州茅台领航优势, 打造贵州酱酒品牌梯队"将成为今年贵

值得关注的是,为打造优质产业竞 仁怀、宜宾、泸州等中国白酒重要产 以宜宾酒的产能优势,将由 2019 年的 争新优势,贵州的发展规划不仅关注了 往让地方政府倚为支柱产业。在这样的 尤其从品牌和质量上高度重视,未来更 萄酒等饮料酒产业,并且对提升环境治 消化?这将是决定产区建设效果的重要 理、构建和谐营商关系等都有所涉及。

低度潮饮酒 新酒精生活方式

生活中扮演着不可或缺的角色。无论是婚丧 嫁娶、交际礼仪,还是大大小小的节日都少

进入到 2021 年,随着初代 00 后都已成 年,酒水消费的新趋势也愈发年轻化、潮流 化和低度化。相关报告显示,低度潮饮酒正 在成为年轻人可以自主掌握的新酒精生活

#### 低度潮饮酒来袭

根据《中国年轻人低度潮饮酒品类文化 白皮书》(以下简称《白皮书》)显示,低度潮 饮酒,即为酒精度15度以下、甜味突出的低 度酒,以及部分无糖苏打酒,一般含有水果

通俗地说,小甜水、果啤、果酒、预调双 尾酒基本都在这个范畴内。"这类酒没什么 酒精感,比果汁有意思和复杂。可以让考虑 健康又想喝酒的消费者过过小瘾,并尝试不 -样的新鲜口味和潮流。"国际葡萄酒之声 联合创始人李燕萍告诉记者,低度潮饮酒在 全球已形成趋势,可以预见,其在中国市场 也将很有潜力。 目前,低度潮饮酒在中国的万亿酒水市

场份额中仅占据 0.3%,但其增速却远超自 酒、啤酒和葡萄酒,在整体酒类市场中呈现 出良好的品类增长势头 另据大数据显示,85 后、90 后和 95 都 是酒水消费的代际增量来源,同时 95 后具

有显著的消费占比提升趋势。关键人群有增

饮——冰爆、青梅果酒等;茅台在 2017 年推 出低度鸡尾酒"悠蜜"(UMMET),两年后又 推出了"悠蜜"蓝莓酒;随后,泸州老窖也成 立了果酒公司。在 2019 年推出了"青语""存 间酌""拾光"三款酒之后,泸州老窖又刊 2020年,联名汉服国风文创品牌推出了"信 女图鉴青梅果酒"。

众品类中,不得不说的还有白酒低度潮 饮的流行教主——江小白。2019年,江小白 旗下江记酒庄推出主打低度青梅酒的新 品——梅见,甫一上市,就获得了不菲的战 绩。2020年,梅见更是频繁亮相各大主播的 直播间,据统计,天猫 2020 年"618"和"双

11"果酒类榜单中,梅见销量均是第一。 值得关注的是,低度潮饮的愈发流行也

吸引了资本市场的强关注。 2020年5月,低度酒饮品牌"利口白"获 得真格基金数百万美元融资;8月,成立不至 1年的"贝瑞甜心"宣布获得由经纬中国独家 月,德迅投资独家为"走岂清酿"完成千万元

在销量激增、资本频频入局的趋势下, 低度潮饮正以大浪席卷之势滚滚而来,并成 为年轻消费者心中区隔于白酒、啤酒的重要 酒精选择。

#### 年轻人钟爱低度潮饮

"低度潮饮,是年轻人的消费潮流及社 交需要的产品,之前 RIO 的成功带动了各种 低度果酒类产品的开发及上市,年轻人追求 潮流及小众化的品牌,以彰显自己的个性和 品位。"北京圣雄品牌策划有限公司创始人

邹文武在接受记者采访时说道。 "低度潮饮的崛起,还有一个重要的影 响力就是年轻女性的自我觉醒,带动了低度 潮饮酒的更好发展,年轻女性敢喝酒,愿意 微醺。"邹文武进一步指出,随着越来越多的 名酒企业开始低度潮饮的开发和品牌建设,

对此,柳河山庄有限公司总经理兼酿酒 师胡首芳也表达了相同的观点。作为女性酿 酒师,自2018年从国外学成归国后,她就不 断在自家酒庄中小批量试验低度易饮香气 浓的果酒,一方面是自己喜欢,另一方面,也

未来的市场规模将到达300元~500亿规模。

是紧跟市场潮流趋势。 不容忽视的是,低度潮饮的崛起也折射 出年轻消费者新的观念和生活方式。据《白 皮书》研究发现,年轻消费者希望在工作中 能"像个人一样"享受生活,渴望"纯净社 交",没有人设压力、不被社交礼仪束缚;同 时希望保持日常快乐和自在的机制,主动激

另外,生活高压下选择独居、宅居的年 轻人也希望通过独自饮酒完成私人治愈。

活身体与情绪保持快乐能量。

"我们的饮酒年龄还在不断地往后推 进,现在00后已经开始逐渐进入饮酒的主 要潮流了,他们越来越潮,越来越有新意,新 潮的酒类消费场景一定也会越来越流行。' 饮鉴创始人钟宇辰指出, 赏心悦目的设计 新鲜多元的饮品体验,加上丰富口感带来的 立体感官体验,让低度潮饮在中国市场崭露 头角,未来,定会有越来越多的新老品牌积 极创新,拥抱这一酒类消费的细分领域。

