



“她消费”酒杯中不一样的变化

如何来对比不同人群的购买力？
有这么一个段子：女人>小孩>老人>狗>男人。

在中国，女性掌握着一个家庭 70%的消费话语权。电商界有一句至理名言——得妇者得天下！马云也曾透露自己的成功秘诀：阿里巴巴的成功因素之一是女人。你的钱怎么花？“她”说了算；“她”自己的钱怎么花？当然还是“她”说了算。

“她经济”是教育部 2007 年 8 月公布的 171 个汉语新词之一，“她经济”是指随着女性经济和社会地位提高，围绕着女性理财、消费而形成了特有的经济圈和经济现象。消费社会已经迎来“她时代”，而在酒类消费市场中，人们对“她”的喜好，却依旧处于摸索阶段。

“她们”比男人更重感情

有数据显示，中国女性消费市场已经超过了 10 万亿。庞大的女性消费市场为酒行业带来了无限的机遇，同时也带来了很大的挑战。

男性与女性天生的不同导致会有不同的选择，男性方面更注重理性需求，女性消费者则更看中情感需求。随着女经济地位和社会话语权的提升，女性在选择产品时，不单纯以产品的质量以及实用性为唯一指标，而更加重视情感上的愉悦与满足。

所以对于酒行业而言，了解女性消费者的想法，注重女性消费者的情感诉求很重要，想把酒卖给“她”，品牌营销的核心之道是做一个“懂女人心的品牌”。

以江小白为例，在目前所有的白酒品牌中，最懂女人的是江小白，其女性用户占比最高。值得注意的是，大多数女性消费者饮酒的功利性不强，且其嗜好性消费的行为也远远少于男性，其消费场景多为怡情小酌或朋友相聚，因此，女性的饮酒行为多是一种服务于自我的自发性表达或者宣泄。

如今，不少酒企已经渐渐明白，想要在女性消费市场上占据有利地位，就必须改变传统的市场定位策略，应该针对当代女性的独立性与自主性进行全新的市场定位。

“她们”喜欢“美好”、“甜蜜”的事物

《2020 年年轻人群酒水消费洞察报告》数据显示，2020 考拉海购女性果味酒消费规模较 2019 年提升近 100%，果味酒品类随着消费规模的增加而扩张，青梅酒成为最受新潮尝鲜族喜爱的果酒口味，蜜桃、柚子和覆盆子味的果酒消费人数增长显著。

据胡润研究院发布的《新零售时代的新需求—2019 中国酒类消费行为白皮书》显示，女性消费者在各酒种的选购上对包装外观以及度数的重视程度均高于男性。

“看脸时代”下，高颜值外观是女性消费者饮酒的助推器，女性消费者比男性消费者更在意酒的颜值。为颜值“一掷千金”的现象在女性消费者中不少见。

饮酒观念在消费升级的影响下，人们对饮酒体验的诉求已经从“大醉”转变为“微醺”。女性更偏爱于带来微醺感觉的低度酒，关于这一点，预调酒与甜白葡萄酒不断增长的消费规模足以证明低度酒的受欢迎程度。此外，香甜口感更容易俘获女性消费者的芳心。数据显示 2020 甜口酒消费规模和增速比 2019 年有大的提升，新锐白领更是甜口酒的忠实消费者，不少女性消费者这在购买酒水时都会询问甜度的相关问题。

年轻的“她们”更爱喝酒

随着女性酒消费规模的增加，消费者规模也增加明显，精致妈妈、资深中产、新锐白领成为女性酒消费的主力人群。在此基础上，年轻女性正在成为酒水购买的“中坚力量”，甚至在 90 后群体当中女性酒类消费人数和增速皆超过男性。

一些电商平台所发布的数据也显示出了女性酒类消费的主力正在向 80 后、90 后转移；女性用户年龄中 80 后、90 后占比最大，这两大年龄人群对酒类消费表现出极大的热情，成为不可忽视的实力“金主”。相比之下，60 后、70 后女性用户仍然保持着对酒类产品的喜爱，有着相对固定的支出。00 后女性用户占比较小，但从长远来看，她们是酒类消费市场未来的潜力军。

值得注意的是，以 90 后女性为代表的“打工人”，她们正在适应单身狗、老阿姨、打工人等称号。新时代下繁杂的工作事务和爆炸式的信息传播量，让她们对生活的理解发生了改变，她们追求个性的同时也开始对自己这一代人进行重新的审视。她们对酒的理解更加理性客观，在她们的理解中，酒水的社交价值正在慢慢褪去，取而代之的是一种自我的宣泄与表达。酒的本质是一种有浪漫附加值的饮料，她们寻求的是身体健康与心理健康的一种平衡，而这种平衡也是酒类消费“她经济”的核心。

(据中国酒业杂志)



■ 朱仲祥

古朴而民俗，温馨而实在，这是我依恋小酒馆的理由。

行走在城市高楼大厦的峡谷间，徜徉在饭店酒楼折射的五光十色里，感觉自己是一粒微不足道的灰尘，无所依傍。只有钻进僻街陋巷里的小酒馆，才找到自己存在的空间。

是的，这些吸引我驻足的酒馆，大多置身在老城的古旧小巷，大有遗世独立大隐于市的名士风范。走进这样的酒馆小酌，夏天可听见清清凉凉的蝉鸣，冬天可观赏白雪堆积在树枝上又一点一点地融化。而那些繁华与喧嚣，仿佛远隔千里之外，与酒馆无关。

流年似水 岁月如歌 微醺不醉正好

酒馆一般不会很大，几十平方米到一百多平方米，占着一个或两个开间的店铺。门面是老旧的，用数十年甚至上百年的松木或杉木做成，门窗廊柱的雕花呈现出斑驳而沧桑的痕迹，只有半掩的青花窗帘是经常换洗的，透出一种民俗的雅致清爽。供客人喝酒聊天的厅堂也不大，放着几张雕花的八仙桌，或原木制成的小条桌，配上一些宽条凳。两三不大的窗户对着老街，分别挂着青花帘子，和屋檐下的树叶一起，滤进一些清幽的光来。如果是晚上，格子窗还会透进宫灯的鲜红色彩，给酒馆增添一份红火喜气，这应该就是小酒馆能

够提供的雅间了。置身这样的阁楼饮酒，自有一番别样的人生况味。

酒馆的柜台，布置在厅堂靠后正中，一排货架和一个曲尺型的柜台，隔出一个仅能容身的小空间来。本地酿造的白酒，装在一只陶制的大酒缸里，摆在厅堂的柜台侧面，上面贴的一个“酒”字，衬着鲜艳的红纸，分外引人注目。而供客人品尝的酒，分装在五六只玻璃酒罐里，一溜摆在柜台上，酒里分别泡了枸杞、桑葚、枇杷、鹿茸、藏红花等滋补品，分别呈现出酡红、橙黄、暗紫、淡绿的琥珀色，诱惑着你品尝甚至痛饮的欲望。而酒馆的操作间，大多是当街筑台垒灶，架上两口锅，放上一只鼎，厨师站在锅碗瓢盆之间，在来往顾客的睽睽众目之下，娴熟地操作着，常常听到“吡啦”一声，随之窜起旗帜似的火苗，飘出一阵诱人的香味，几铲之后，装盘上桌，色香味都有了。不过，更多是预先烹制好了的菜肴，卤猪头、老腊肉、粉蒸肉、香酥花生米、凉拌时鲜蔬菜之类，皆是不错的下酒菜，放在纱窗里面，供酒客们选用。

走进小酒馆的顾客，常见是旧城的街坊邻居。邀约上三五位聚在这里，点上三五个凉菜热菜，叫上一斤半斤的白酒，然后拥酒而坐，不紧不慢地喝着。也没见有谁跟谁敬酒，谁跟谁客气，一切都平和自然，随和、随缘、随心。老板不时过去参与摆几句龙门阵，聊几句家常。待到一两个小时过去，彼此都有了几分醉意，才结束酒局起身告别。结账时常常是你争我夺，各自举着纸币争相开钱。老板自然观察得清楚，该收谁的不该收谁的都有讲究。

酿酒的火候，有多重要

■ 杏花轩

“火必得其缓”是汾酒酿造十大秘诀之一，“缓”也是汾酒酿造技艺的核心和精髓。

“两小一大，两干一湿，缓火蒸馏，大气追质”，也是汾酒酿造的一道口诀，这里面提及的“缓火”即蒸馏的时候所需掌握的火候。

酿酒工人经常说：“一要把酒做出来，二要把酒拿出来”，要“拿酒”就是要重视蒸馏提取。

蒸馏之前需要将发酵好的材料进行“装甑”，这个环节讲究的是“轻、松、薄、匀、准、平”。

在汾酒，培养一个成熟操作工需要一年半到两年；培养一个合格的装甑工则需要至少 5 年，才能达到手、腰、腿、胳膊等操作姿势的完全正确和操作技艺上的圆融娴熟。

而培养成一个真正“用心酿造”的带班班长，至少需要 10 年的时间，才能很好地掌握各种感官指标、理化指标。

每一个酿酒人，都要从“小学徒”开始的。比如装甑中的“推”与“扑”，就是装甑的两个主要动作。二者都需要腰、腹、背同时发力，双



手将簸箕端平，呈 35 度，依靠地心引力发力，做到收放自如；其区别主要是“推”比“扑”的动作幅度更大一些。

值得一提的是，在机械化逐渐普及的今天，汾酒仍然坚持采用人工装甑，工作量极大，酒甑要一簸箕一簸箕均匀地，一层一层地铺洒到蒸锅里，大概需要 600—800 簸箕才能装满。

汾酒的发酵遵循的是“前缓、中挺、后缓落”的规律，其中重要的技巧环节也是“缓”。入地缸后 3—7 天，缸内的温度要缓慢上升，每天升高 1—2℃，升至 34℃，保持 3—5 天，然后

也有不少远道而来的游客，风尘仆仆地莅临古城小酒馆。他们在游览了古城名胜之后，穿过霓虹闪烁、五光十色的酒楼饭店，专门走进古老街巷，走进城市的民间，体验一把真实的市井生活，感受一番有温度的古城慢时光。他们点菜总是先问招牌菜是什么，然后在老板的推荐下点上一二，叫上半斤滋补酒，坐下来慢慢享用。也有三五成群走进来的，把酒馆的菜品都点齐了，再挑选一斤白酒，其乐融融地围坐一起，推杯换盏地喝开去。

阳光微淡 岁月静好 轻咽下喉快哉

这样的小酒馆，一般都藏身在老城区。但近年也有人慧眼识珠，在新开发的高档社区，在新拓展的时尚街道，甚至在大型商业综合体，开起了一个个古朴小巧的酒馆。这些酒馆也是占地不大，几十平方米到上百平方米。但门面装饰绝对民间古朴，临街格子花窗，迎面对开木门，头上瓦当屋檐，门口石鼓相对，再高挑一面酒旗招展在风中，一望之间顿感时光倒回。跨过高高的门槛，里面摆着十来张木质桌凳，桌上铺着青花台布，墙上装饰着斗笠蓑衣，甚至麦穗辣椒，彰显回归自然或怀旧的格调。

连端上桌的酒杯酒碗也是陶制的，釉色微暗，手感粗糙。吧台依旧布置在厅堂居中，曲尺柜台围出一块小空间，柜台上放着一溜滋补白酒供客人挑选，旁边放置一大酒瓮烘托气氛。只是不再当街垒灶炒菜，而是把操作

间隐藏在在了厅堂之后，吧台的货架上也主动适应消费需求，增加了啤酒、葡萄酒、清酒等新潮时尚的品种。我认识的一位此中从业者，一口气在新区开了十家大同小异的本地民俗小酒馆，并分别取名为“1 号酒馆”“2 号酒馆”“3 号酒馆”……他说不是没有资本去开辟高档酒楼，他看中的就是这种酒馆的市民气息、市井文化。

走进这样的酒馆，如同走进了城市的过往。城里打拼的人们喜欢来这里，放下满身的疲惫，忘记生活的艰辛，点上几样喜欢的小菜，叫上一杯本地土酒，一身轻松地品味开来，酒足饭饱之后，一身轻松地告别酒馆，迅速隐没于茫茫人海之中。

而那些自视颇高的文人雅士也是酒馆的常客。他们喜欢的是这份古朴怀旧、宽松自在的风格。他们无须假装斯文、彬彬有礼，无须字斟句酌、瞻前顾后，只需做回真实的自己。他们举起粗糙的酒盏，指点江山激扬文字，品评诗文纵论古今，酒醉时一副‘天下舍我其谁’的样子，大有古代江湖侠客或山野名士之风。附近小区的业主们也少不了光顾小酒馆，带着一家人来调节一下生活；或带着惯熟的客人来办个简单实惠的小招待，却也不失礼仪，宾主尽欢。

无论旧城还是新区的小酒馆，都是展示市井生活的舞台。从这些看似不起眼的酒馆，我们能感受到城市的冷暖，触摸到城市的心跳。它们跨越了古城的昨天和今天，在日益现代化的都市里，自成一道路风景。



懂喝酒的人才是一个有情趣会生活的人

一个真正懂得喝酒的人，也是一个有情趣的人，一个懂得生活的人。

世间喜欢酒的人很多，但真正懂得酒的人却不多，每每酒后胡言乱语有之，借酒滋事者有之，烂醉如泥者有之，喝酒误事者有之，甚至打架斗殴，作姦犯科都要或多或少和它沾上点关系。

其实酒是无辜的，酒确实是个好东西，依我看，要怪只能怪自己，不晓得怎样驾驭它，享受它，利用它，反而却让酒驾驭了自己，实在可悲可叹。

就说金钱，它生之初只是作为一般等价的符号而已，用来方便人的交换，但是人却把贪婪、腐败，邪恶联系在一起，称之为铜臭。钱如能言，也要为自己的清白鸣冤叫屈，这一点，金钱与酒可真是一对难兄难弟啊。

然而，一个真正懂得酒的人都知道，酒不过只是一种媒介，一种方式，甚至是一种心情，把酒临风，酒乘四溢，喝到嘴里的是酒，流淌的却是心情。

闲来无事，独斟自饮，喝的是一种惬意的舒畅，怡然自得的心情。有朋自远方来，略备薄酒，喝的是一种热情洋溢，逸兴逸飞的心情。托人办事，以酒答谢，喝的是一种互帮互助，亲密无间的人情。

烦恼苦闷，心结难消，喝的是一种愁绪满腹，以酒解忧的心情。人逢喜事，志得意满，喝的是一种情投意合，相见恨晚的心情。离别辞行，以酒相送，喝的是一种深情绵绵，依依不舍的心情……

真正懂得酒的人，能够真正领略酒的内涵，充分享受酒的妙处，他们追求的是一种精神上的意境，他们才是酒的主宰，而永远不会沦为酒的奴隶。

一个真正懂得喝酒的人，也必是一个有情趣的人，一个懂得生活的人。(据壶中岁月)

江山专栏

Jiangshan column

《与梅对视》《五十年》牵头编写《印象嘉陵》一书。席在各级各类媒体发表各类文章多篇，出版有诗集市网络作家协会名誉主席，南充市嘉陵区作家协会主席，省作家协会会员，四川网络作家协会副秘书长，南充江山，本名蒋川龙，中国科普作家协会会员，四川跃州/摄影

四川省作家协会

院内院外

静静的角落
安放不息的灵魂
天马行空处
阅尽人间春色

心中的灯塔
照亮前行的路
就如繁星
闪耀银河

院外车水马龙
红尘喧嚣
春夏秋冬
一掠而过

院内院外
水乳交融
进出皆明了
诗与生活