

# 一年喝掉23万千升,精酿啤酒咋这么上头?



## 多方“玩家”加入 小众赛道寻求破圈

虽然精酿啤酒市场目前来看有很好的前景,但其仍是个非常垂类的赛道。比起普通工业啤酒消费的大群体,精酿的消费者相对零散,并且相比之下成本和价格明显更高。

据不完全统计,目前中国精酿啤酒生产企业已超5000家。国产老牌稳定输出,进口大牌依然强势,还有不少白酒、葡萄酒大厂想入局分一杯羹,如此多的企业参与,势必引发更激烈的竞争。

“头两年刚进入赛道的那批人是赚到钱的,这两三年则处于竞争很卷的状态,尤其是胖东来以很低的价格杀人这个赛道,利润就很薄了。”窦林毅表示,对胖东来我们不能按照传统啤酒企业来看待,它更多的是一种渠道品牌,“胖东来通过价值树立确立了它所代表的对品质的把控标准,所以在这个渠道品牌之下,所有的产品都获得了顾客的选择偏好。因此目前对于普通小型‘玩家’来说,入局需持审慎态度。”

刘彧则认为,对于啤酒品牌来说讲究的是规模效应,它类似于快消品,单体价格不高,需要形成集中的规模消费,才能够回报它的商业价值,“啤酒的消费场景属性是非常强的,如果我们单一地以啤酒零售来支撑整个业务发展的话,很可能面临着规模效应上不来。精酿未来的市场竞争一定要破圈,地域上的破圈、口感的创新都非常重要。”

当一个小众赛道几年间新增大量“玩家”,精酿如何破圈?有业内人士认为,想让更多人接触精酿,就得做大众接受度更高的产品。目前加了糖、奶等元素的小甜水啤酒也能占精酿市场的一半份额,而且很多精酿厂牌也会盯着瑞幸、喜茶等咖啡和茶饮品牌的新品,只要奶茶有的口味啤酒也一定会有。

“除了产品,精酿还需在渠道营销上破圈。线上、餐饮和便利店渠道都是大部分精酿品牌想突破的。线上的优点是能接触更多消费者,但物流配送是其制约因素;餐饮渠道市场更大,但目前还集中在高线城市;便利店接近年轻人,但渠道费用对小精酿厂牌来说是不小的负担。所以现在很多独立厂牌都在想办法通过更新的营销活动破圈,这也将是一个长久的议题。”某业内人士表示。

乌梅桂花精酿、茉莉花茶精酿、糯香柚子精酿……走进街头小酒馆,货架上各种精酿啤酒琳琅满目。下班后约上三五好友来一场“微醺”,成为时下都市年轻人的快乐源泉。

从胖东来精酿啤酒的持续火爆到信阳毛尖精酿的供不应求,精酿是如何吸引年轻人的?它和普通啤酒到底有啥不一样? □大象新闻记者 王艺枫

## 上头!中国人将喝掉23万千升精酿

“精酿的口感更醇厚,比普通啤酒更上头!”

“普通啤酒喝多了像在喝水,精酿才能有喝酒的快乐!”

打开社交媒体,很多啤酒爱好者在分享精酿带给自己的微醺快乐。

相比于成本低、口味淡的普通工业啤酒,精酿啤酒原料只有麦芽、啤酒花和酵母,发酵时间更长,口感也更加浓烈饱满。

“精酿从名字来看就是个时尚的产物,它对年轻人的吸引是多方面的。”大象财富特约观察员、《新京报》

特约评论员窦林毅说,更优质的口感、更强的社交属性、更精美的设计,使得这两年国内精酿啤酒赛道迎来了百花竞放的快速发展期。

据《2024啤酒产业研究报告》,截至2023年底,中国精酿啤酒市场规模达68亿元。预计到2028年,中国精酿啤酒的渗透率将提升至6.3%,市场规模将达110亿元。从消费量来看,2022年中国精酿啤酒消费量为14.3万千升,预计2028年可达23万千升。精酿啤酒市场呈现出良好的

发展态势,未来仍有较大的发展空间。

“过去大家购买啤酒更多依托于大的工业大厂,这就导致了只有大的玩家才有资格进入啤酒制造和销售市场,霸占着渠道和最顶尖的资源。而现在的市场是由年轻人来引导消费导向,能够满足挑剔味蕾体验的精酿迅速产生一波热浪,这也使非常多初具规模的小厂牌不断入局,再加上花样百出的营销,让这个市场持续火爆。”大象财富特约观察员、上海银边咨询总经理刘彧说。

## 奶茶喝了,茶啤喝过吗?

在传统印象中,酒精总是和“灯红酒绿”联系在一起,而茶叶则是慢节奏养生的代名词。如今,中式茶饮和精酿啤酒组成了跨界CP,河南本土酒企金星啤酒创新推出的“信阳毛尖精酿”引来消费热潮。

“这是一种传统与时尚的结合。首先信阳毛尖是河南的地理性产品,具有非常大的消费人群和先天认知优势;其次茶饮这几年在中国处于一个主流的消费

业态,对年轻人也具有吸引力。一定的文化背景加上消费习惯,使茶叶和精酿的融合度更高。”刘彧分析。

另有业内人士分析,中式茶啤之所以受欢迎,首先是茶叶里含有丹宁,和啤酒花差不多,都是让我们的舌头感到发苦发涩的物质,两个味道相得益彰,而喜欢精酿的酒友正是享受这种细腻浓醇的苦涩味道。

“精酿啤酒的概念本身源于海外,进入国内市场后

本身是一个小众产品。”窦林毅说,酒企们需要不断拿出更新颖的概念、更有创意的口味才能让老顾客买账的同时吸引到更多新的顾客,“精酿的消费者更年轻化、更追求新鲜度,他们对一种风味的需求可能是阶段性的尝鲜。这个赛道竞争到最后一定是不断的细分,不断涌现出更个性的产品出来。比如现在还有各种水果味的精酿,口味贴合年轻人。”