



兰陵美酒郁金香，玉碗盛来琥珀光。一杯美酒，传承文化，彰显品质。广东省是全国酒类消费大省，2023年全省酒类流通领域销售收入约614亿元，同比增长4.95%。江门身处其中，也有着庞大的酒类消费市场。据江门市酒类行业协会初步估算，2023年我市酒类销售收入约20亿元。

与此同时，作为粤港澳大湾区的“米袋子”，江门在酒的酿制上也颇有造诣。其中，台山米酒酿制技艺和新会陈皮酒制作技艺均入选市级非物质文化遗产，还培育出粤首宝新会陈皮酒、棠下棋杆石米酒、佰世富陈皮白兰地等具有地方特色的酒品牌。然而，今年江门酒业却遭遇了前所未有的寒冬，“酒卖不出去，价格提不上去”几乎成为所有从业者的心声。但业内人士认为，从古代文人的“曲水流觞”，到现代社交的推杯换盏，酒在中国人的生活中扮演举足轻重的角色，蕴藏着巨大的消费潜力。

今年12月，中央经济工作会议强调，要创新多元化消费场景，扩大服务消费，促进文化旅游业发展。面对风起云涌的行业大变局，江门如何利用自身资源酿出好“酒”？如何在消费端和生产端获得新的增长点？为此，记者采访了业内人士和有关专家，“解码”江门酒业高质量发展之道。

策划/朱卫星 吕胜根
文/图 江门日报记者 陈倩婷
实习生/廖可茵

看侨乡『坛子』如何酿好『酒』

酒类消费发生结构性变化，品酒场景实现『酒、文、旅』深度融合，小微酒企挖掘『小而美』酒故事

酒类消费

高端酒价格走低，大众酒成新宠

岁末年初是酒类消费的旺季。不过，今年的市场一反常态，消费者和企业客户囤货需求下降，酒商们备货热情不高，明显感受到今年“旺季不旺”。

在蓬江区育德社区开酒行的杨先生，早些年被江门的城郊环境吸引后，移居江门，并加盟了国内知名的酒类直销连锁品牌。这些年凭借酒行的生意，杨先生的生活过得有滋有味，但今年他明显感到了压力。杨先生表示：“消费者的观念发生了转变，过去用于商务宴请、礼赠需求的大订单少了，店里销量可以说是断崖式下滑，营业额比去年少了一半。”

店里销量下降，利润也在大幅减少。“消费者对高端酒的需求下降，其中葡萄酒的销量下滑最明显，洋酒和白酒的销量也在减少。不过，200元至300元的白酒比较受欢迎。”杨先生坦言，随着移动互联网和电商的发展，当下市场信息十分透明，酒的溢价空间相当微小，特别是大众化的白酒，一瓶的利润大概在20元至30元之间。

消费需求疲软之下，高端白酒价格走低。记者了解到，今年以来，为了去库存，各大白酒品牌的单品都有不同程度的跌价。比如，一款高端茅台酒在“双十一”期间价格一度低至2056元/瓶，虽然后期价格有所回升，但仍反映出市场的波动。此外，五粮液、国窖、习酒、剑南春等名酒，在“双十一”期间的价格也创出新高，多数跌落“千元价格带”。

高库存与低动销两面夹击，成为酒业最大的困局。江门酒商老蔡在两年前行情好的时候入手了一批白酒，本想着能坐等涨价，却没想到今年白酒价格一跌再跌。眼下年末将近，感受到资金周转压力的老蔡，决定先以每瓶酒亏损30元的价格抛售一部分。

值得关注的是，市场虽然整体缺少活力，但局部红利仍然存在。中国酒业协会发布的《2024中国白酒中期研究报告》指出，今年1-6月白酒市场经销商、零售商的反馈市场动销最好的价格区间分别为300元至500元、100元至300元、100元及以下。

记者采访了一些有酒消费习惯的市民。他们普遍反映，由于自身消费水平的下降，今年买酒的消费额度有所减少，一方面是购买数量少了，另一方面是大众转向购买价格更实惠的酒。有十多年喝酒经历的市民王先生，前些年每年会在酒上花费上万元，今年只在传统节日前买些价格百元一瓶的大众酒，全年酒类消费在6000元左右。

市场冷热背后，折射出消费逻辑的变化。随着商务宴请、送礼等场景大幅萎缩，以及日常小聚、家宴等场景的崛起，酒的意义逐渐回归到饮用本身，性价比、轻负担的大众酒更受市场欢迎。“当下酒类消费市场正在发生结构性的变化。对于消费者而言，这是个充满利好的时代，选择更加多元，而酒企、经销商若能顺势转型，也能站稳脚跟。”江门市酒类行业协会会长郑祖生说。

品酒场景

打造『适度微醺』的潮流品酒环境

与朋友相约小酒馆小酌畅谈，寻一处休闲地把酒言欢……从“不醉不归”到“适度微醺”，年轻人的饮酒习惯正发生转变，其催生的消费场景、消费产品也越来越丰富。

近年来，江门的一些旧厂房被改造为文化园区、网红打卡地，吸引了很多年轻人前来消费。在江门船厂1954文化产业创意园，有一家临江的露天小酒馆，其负责人是潘孝德。每到傍晚时分，潘孝德便开始忙碌起来，一些年轻人相约来到这里，吹着江风，品着各式包装漂亮的小酒，十分惬意。“现在年轻人工作生活压力大，他们不怎么喜欢去吵闹的地方喝酒，更喜欢在安静的地方喝酒聊天。”潘孝德说。

在行业变革中，新生代消费者逐渐成为市场的重要力量，他们对品质、口感有着更高的追求，消费需求呈现多元化、个性化的特点。

早在2021年，江门市青年创业协会会长、小二街便利店连锁品牌创始人赖惠刚，便以啤酒为媒，探索便利店的创新模式，打造了首家小二街啤酒博物馆旗舰店。该店面积约80平方米，酒柜里陈列着百余款啤酒以及各类饮料，价位从3元至20元不等，店外还设有宽敞的露天休闲区。

这是小二街为年轻消费者打造的极具性价比的社交场所，到店的顾客，有的是为其性价比买单，有的是为店铺的颜值买单，还有的则是享受独处带来的快乐。在许女士看来，便利店24小时营业，无最低消费，品种齐全还有位置坐，比酒吧方便不少，比家里也更有气氛。今年中旬，赖惠刚又打造了小二街礼品超市，实施会员制，并在超市内设有茶室、咖啡厅、ktv等多个休闲娱乐空间，为会员打造私域社交空间。产品种类丰富，涵盖酒水、茶叶、陈皮、滋补品等多种品类。凭借亲民的价格，超市吸引了众多顾客前来消费，其中以酒水最为热销。

“传统酒类流通链条的中间环节多、利润模式单一，已难以满足市场的多元化需求。面对市场挑战，小二街礼品超市通过打造‘酒+茶+咖啡’融合的社交空间，为顾客提供社交和情绪价值，提升产品附加值。”赖惠刚说。从单纯卖酒转变为推广酒文化、酒生活，最终实现“酒、文、旅”深度融合，这或许是江门酒业转型发展的最优路径。

近年来，江门市酒类行业协会组织会员单位走进商圈和景区，举办“夏日微醺”户外品酒活动，并在社交媒体发布江门美食与美酒的搭配指南，着力讲好江门“美酒+美食+美景”的故事。

与江门隔江相望的佛山，是岭南酿酒的核心地区之一。目前，佛山不少品牌酒厂积极拥抱市场，探索“跨界”，以文化赋能、场景营造、互动体验带动品牌推广与产品营销，希望俘获年轻人的目光和味蕾，让“佛山品牌”长红。

记者近日到广东石湾酒厂集团采访得知，该集团早在2009年就斥资逾4000万元，打造岭南酒文化博物馆，推动“美酒+文化+旅游”的深度融合发展；2022年，“牵手”旗下“太吉咖啡”品牌，推出“玉冰烧摩卡”“酒心摩卡”“经典玉冰椰拿”等特调新品，探索“美酒+咖啡”的“新表达”。

广东石湾酒厂集团副总经理、岭南酒文化博物馆负责人蔡壮尧说：“每个时代，人们对酒文化的接受状态都不一样。我们要顺应潮流，找出传统与潮流的交汇点，以年轻人喜欢的方式传播酒文化。”

小微酒企发展

有酒有故事，江门酒企酿好『酒』

行业深度调整期也是品牌“弯道超车”的战略机遇期，在竞争激烈、内卷严重的酒类市场上，顺应趋势、战略领先者将突围而出。

“目前行业正向‘优势产区、头部企业、名酒品牌’集中，未来能在市场中站稳脚跟的酒企，要么是‘大而强’的全国名酒，要么就是‘小而美’的地方特色酒。”蔡壮尧表示，全国名酒的市场地位难以撼动，地方酒企不妨尝试探索具有本土特色的发展之路。

新会陈皮是江门的一张亮丽名片。早在20世纪90年代，新会糖厂就开始生产新会陈皮酒。近年来，我市也有不少酒企采用不同的工艺，酿制出新会陈皮白酒、新会陈皮白兰地等产品，进一步丰富了新会陈皮产业链。

广东佰世富东方白兰地股份有限公司(以下简称“佰世富”)以新会柑成熟果肉为原材料酿造白兰地，2019年在新会区三江镇茶湾村建造了占地面积超10万平方米的白兰地生产基地，成为省内首家生产白兰地的企业。“新会柑浑身是宝，柑皮与柑肉是同源同源的物质，所具有的药用价值不分彼此。用去皮去核的新会柑精心酿制的白兰地，不像一般的葡萄酒那样涩味难除，味道更加馥郁芳香、醇香回甘。”佰世富总经理陈奕丰告诉记者，为了更好地推广新会陈皮文化和酒文化，佰世富在新会建设了一个总面积约为1000平方米的东方白兰地窖藏文化体验馆。

口感好、价格亲民，让佰世富新会陈皮白兰地一推出市场，便获得了不错的成绩，今年更是在低迷的市场行情中实现了“逆袭”。“从11月中旬开始，我们就陆续收到了经销商的春节备货订单了，销量比平时上涨了两至三倍，预计今年总销量将超过50吨。”陈奕丰表示。

而在蓬江区棠下镇，热情好客的村民招呼客人，必须让他们“吃饱还得喝好”。棋杆石酒是当地群众的心水之选，因为那里拥有一家50多年历史的棋杆石酒厂。该酒厂生产的棋杆石酒，也就是俗称的“土炮”，是棠下几代人的记忆。

棠下棋杆石酒厂厂长卢柏霖表示：“我们坚持用纯粮食做酒，是棠下人喜欢的口粮酒口感，在本地有很扎实的市场基础，每个月销售8吨至10吨，而且大部分都是卖给镇里的居民。”据悉，棠下的本地居民买棋杆石酒，除了直接喝，还会用它来浸泡山黄皮。“棠下人制作山黄皮果酒，已有上百年历史，其制作技艺还是蓬江区的非物质文化遗产。”卢柏霖看准这一特色，在酒厂开展山黄皮果酒的规模化生产，该酒还入选“棠下名优”产品。

广东粤首宝科技有限公司董事长赵卫国，老家在新会古井。他运用自己家传承下来的新会陈皮酒酿制秘方，创立了粤首宝新会陈皮酒品牌。“我们用15年以上的陈皮、糯米、高粱、大米等103种原料制作酒曲，经过37道工序酿制出新会陈皮酒。”赵卫国介绍，目前粤首宝新会陈皮酒年产量约800万元，主要销往广州、北京、香港等地。

市场行情以及消费群体的新变化，为地方酒企提供了突破壁垒、拓展市场的可能性。江门酒企虽然有规模不大、较为分散的不足，但仍有弯道超车，打造出有影响力的特色酒品牌。江门市酒类行业协会秘书长熊寿兴认为，“差异化”是小微酒企发展的关键，江门酒企要针对不同消费群体推出特定口味的酒品，通过更极致的产品分化来抢占市场份额，积极拓展多元化的销售渠道，增加与年轻消费者的互动和沟通。

江门市乡村振兴和休闲农业促进会秘书长何岩说，随着深中通道的开通，江门文旅再次迎来“大流量”。在这样的背景下，江门特色酒的推出恰逢其时，不仅能丰富江门特产的品类，也为江门文旅消费增添了新亮点。有酒有故事，江门酒企，未来可期！

他山之石

贵州推动酒旅深度融合 以酒促旅 以旅兴酒

作为茅台酒的产地，贵州近年来一直在推动酒旅深度融合，不断丰富贵州旅游的内容和内涵，满足游客对旅游体验的新需求。

近日，贵州省文化和旅游厅组织贵州旅游协会、贵州酒文化研究会推出21个酒旅融合景区和5条精选旅游线路。通过横向整合资源，酒旅融合不仅能够为游客提供丰富的体验，还能创造出巨大的经济和社会价值。

以仁怀产区为例，根据仁怀官方微信公众号发布的信息，今年上半年，仁怀接待游客444.85万人次，同比增长4.71%；实现旅游综合收入51.79亿元，同比增长7.78%。

江门特色酒名录(部分)

佰世富

广东佰世富东方白兰地股份有限公司选用新会柑果肉作为原料，使用先进的FMC设备进行榨汁，让果肉里面的各种营养物质几乎不产生损耗。该公司还独创二次蒸馏法，把发酵原液中各类物质从发酵液中分离出来，得到柑果蒸馏酒，生产出东方白兰地、陈皮酒、柑果蒸馏酒、威士忌、伏特加等特色系列产品。

粤首宝

广东粤首宝科技有限公司新会陈皮酒秘方源自宋代，选用陈化多年的老陈皮，以曲酒蒸馏工艺制酒。这种工艺酿制出来的酒，初入口，口感醇香紧致，层次丰富。稍后咽下，湿润、细腻的花蜜、药香、木香、陈皮醇香味依次在舌尖上舒展，甜美馥郁，充盈不散，满口生津，丝丝甘润。

柑富堂

江门市柑富堂陈皮文化产业有限公司位于新会陈皮核心区天马村，旗下有陈皮酒等产品，主要经营陈皮文化推广，新会柑、食品农产品种植，陈皮普酒、陈皮、茶制品研究、试验发展、技术推广服务等。

邑徽

江门市邑徽酒业有限公司以健康养生为宗旨，产品涵盖中高端市场的各个年龄段，打造具有地域特色和文化内涵的陈皮普香酒品牌，线上线下全面推广，满足消费者对高品质生活和传统文化的追求，体现五邑地区的历史底蕴和独特魅力。

棋杆石

江门市蓬江区棠下棋杆石酒厂的传统白酒创立于1971年，位于棠下镇棋杆石水库旁。53年来，该酒厂坚持使用传统工艺，以真米酿成白酒，绝不添加任何其他酒精。该酒厂的山黄皮酒也非常出名，是棠下镇的一大特产。



价格实惠的“酒类”成了新宠。



佰世富建设东方白兰地窖藏文化体验馆，目的是更好地推广新会陈皮文化和酒文化。