低度酒赛道激战正酣 白酒头部企业集体“降度”

一场在白酒淡季的角力,已经悄然开始。

近日,五粮液宣布,公司将在9月推出29度五粮液·一见倾心等低度酒产品。此外,洋河股份也告诉记者,将在8、9月集中上市果酒、露酒和低度潮饮。

记者注意到,目前贵州茅台、五粮液、泸州老窖、山西汾酒、洋河股份等头部酒企都在打造低度白酒或者其他露酒产品,通过产品创新、场景创新争夺年轻消费者群体。

白酒行业专家蔡学飞认为,低度酒预计2025年市场规模达740亿元。近年来,年增长率更是达到了20%以上,已经成为瓶子星球及其他许多品牌的重要业绩新增长极。低度酒对于当代消费者的适应性更强、利口性与健康性特征明显,而且场景消费更加灵活。“只要产品研发得当,渠道政策合理,应该说低度酒就会成为中国酒行业最重要的细分增量市场。”

年轻消费者偏好调查

近期,五粮液对年轻消费者进行了一次摸底调查。数据显示,根据对全国1000位20—35岁年轻人群的调研,白酒在喜爱酒饮品类中仅占19%,远低于啤酒(52%)及洋酒、果酒类(29%),白酒年轻化任重道远。

此外,数据显示,年轻人普遍排斥高度白酒的辛辣刺激感,而低度酒偏好占比超过60%。针对这一特点,五粮液全方位推进产品年轻化:度数上降低酒精度数;外观设计融入潮流元素;酒体风味开发低度型产品,比如今年9月将推出29度五粮液·一见倾心之类的契合年轻人口味与审美的新品。

五粮液相关负责人解读说:“我们认为,培育年轻消费群体的关键在于深度理解年轻一代的价值观、生活方式和消费偏好,并用创新的方式重新诠释白酒的价值与体验!”

就此,白酒行业专家、千里智库创始人欧阳千里认为,五粮液的调查数据可以做参考,但不一定准确,毕竟相比于啤酒的铺货量和即饮性,白酒及果酒类则差了很多。所以,调研数据一定程度上会出现啤酒数据偏高的情况。

但是欧阳千里认为,对于白酒行业而言,年轻人是绕不过去的“考场”,尤其是“头部酒企”。考得好,则未来十几年甚至几十年无忧,考不好,则有可能会进入“夕阳序列”。“目前来看,低度是浓香扩容的利器,更容易超越酱香、清香成为新主流品类,拥有着先天的市场优势、认知优势甚至技术优势。”

蔡学飞表示,五粮液的调研数据,其中仅19%的年轻人偏好白酒,深刻揭示了白酒行业面临着年轻消费群体对传统高度酒的排斥,但同时也带来了低度化、健康化创新的机会,这也意味着白酒可以通过口感改良(如低度、果味)和场景创新(如社交化、时尚化)来吸引年轻消费群体,从而开辟新的增长空间。

洋河股份也充分认识到年轻消费者的消费偏好。“开发之初,低度酒微分子主要考虑的是迎合商务人群在饮酒舒适度方面的需求。”洋河股份旗下微分子酒负责人表示,当前的酒类市场,主体消费者代际更替,年轻消费者的需求和喜好与以往大有不同,低度化、健康化、利口化是未来趋势,微分子的酒体特征刚好顺应了这个发展方向,所以洋河股份将微分子的定位重新调整,将作为年轻化新酒饮的主导品牌。

消费新场景的渠道之战

为了抢占低度酒市场,五粮液如今已经铆足了劲。

“积极开拓新型营销渠道,打造多元消费场景。”其相关负责人表示,公司目前已在宜宾开设“五粮·炙造”新潮体验店;在上海打造面向年轻群体的“捷美颂”酒饮融合饮吧;于成都宽窄巷子、无锡南长街落地酒旅融合的新型五粮液体验店,多维度触达年轻客群。

洋河股份表示,公司现有的渠道可以赋能年轻新酒饮的布局,目前年轻化产品尚未上市,计划在洋河品牌销量较好的华东区域以及年轻群体消费活跃的一、二线城市开始布局。其举例说,比如在6月中旬,微分子品牌亮相2第0届上海酒节,通过高频、高互动的线下场景,“场景抢夺+人群破圈”将白酒从“饭桌文化”延伸到“生活文化”。此外,公司还打造了年轻人小酒馆,并推出了多款新潮饮预调酒。

山西汾酒则推出低度青花汾(如30—45度系列)和果味清香型白酒(如桂花汾酒),降低饮用门槛。今年3月,一场名为“汾·动24H”的快闪活动在成都玉林路的潮咖酒吧引爆。汾酒期望,通过日咖夜酒的模式精准捕捉年轻人“早C晚A”的生活方式,以“汾 Sour”“汾 Fashioned”特调鸡尾酒为卖点,俘获年轻人的“芳心”。

蔡学飞认为,五粮液“五粮·炙造”体验店通过“餐酒融合+文化IP”吸引年轻人,半年销售额达8000万元,模式可复制性高,话题性强。“实体店兼具品牌传播、用户互动与销售等多重功能,在有效平衡单店投入与长期客流转化前提下拓宽了消费体验,应该说拥有很好的市场推广前景。”

低度酒市场挑战仍存

洋河股份解释,其微分子酒是一种以小分子水溶性呈香呈味物质为主体风味成分,并以分子量较低的糖醇、低大分子酯、多风味物质为特征的一种低酒精度、高口感的健康型白酒。

在蔡学飞看来,对于微分子这样的创新产品来说,需要进一步完善健康概念的数据支撑,针对精准消费人群,与传统白酒做场景区隔,提升消费意愿,同时在团购之外积极拓展电商、商超等新渠道,维护自身产品形象,从而加快产品的全国招商与渗透。

就此,中研普华产业研究院认为:“尽管低度酒市场发展迅速,但其行业仍面临诸多挑战。”根据发布的《2024—2029年中国低度酒行业深度调研及投资机会分析报告》,首先,低度酒的货架期稳定性问题突出,酯水解反应导致酒体浑浊、风味下降;其次,标准化程度不足,不同品牌的产品在质量、成分上存在较大差异;此外,部分产品过度依赖果味或气泡感,可能削弱其作为传统白酒的文化属性。

尤其是在区域市场差异方面,中研普华产业研究院认为,低度酒市场在不同区域的发展速度存在差异。广东、江苏等经济发达地区,低度酒的消费增速显著高于全国平均水平,主要得益于年轻消费群体的聚集。而在苏南地区,低度酒已占酒类消费总额的65%以上,成为主流消费趋势。相比之下,部分传统白酒消费区域仍以高度酒为主,低度酒的渗透率较低。

“低度酒的推广,并非仅仅是拥抱年轻人,一定程度上也会解放‘酒经饭局’的中年人。”欧阳千里认为,于年轻人而言,需要更多的是情绪价值,如成图率,他们会将美好的体验上传至社交媒体,包括小红书、抖音甚至视频号等,从而引发热议,形成消费新风潮。另外,中年人在商务宴请时,也会选择低度白酒,用来缓解身心,从而为低度白酒的热销夯实基础。“我个人认为,如果低度白酒率先在海外火起来,然后一定能够从国内火起来。”

“白酒年轻化是一场触及产品内核、品牌灵魂、传播模式、渠道生态和文化根基的深度变革。”五粮液相关负责人表示,它不仅需要在产品层面打破传统框架,更要在文化共鸣上与年轻群体达成价值共振。因此,在坚守白酒文化底蕴的同时,还需要大胆创新表达形式与消费场景,用年轻人听得懂、愿意参与的方式,重新定义白酒在当代生活中的角色与意义。

据《中国经营报》 作者:党鹏

汽车业探索出海新模式

当前,全球汽车产业变革加速,国际贸易关系日趋复杂,给汽车产业链供应链格局带来诸多不确定性,而中国新能源汽车产业正以开放创新的姿态参与全球合作。如何强化我国汽车产业与世界的连接,推动供应链协同,对于全球汽车产业绿色转型与创新发展至关重要。

加强本土化运营

在电动化和智能化驱动下,全球汽车产业区域格局发生深刻变化。我国新能源汽车产业崛起,并建立起较为完善的产业链体系。最新数据显示,今年1月份至5月份,我国汽车整车出口249万辆,同比增长7.9%;新能源汽车出口85.5万辆,同比增长64.6%。

在近日举办的2025全球新能源汽车合作发展(上海)论坛上,中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示,我国汽车产业需要根据新的汽车全球化形势来探索新发展路径。

传统全球化合作模式面临瓶颈。一方面,整车销售的壁垒不断增加,并向供应链延伸;另一方面,新能源汽车供应链高度复杂,可能受到地缘政治、技术壁垒和跨行业融合的影响,面临潜在风险。

“在此背景下,沿用以前的‘品牌出海+整车投资’模式难以奏效,必须重构合作逻辑与路径。”张永伟建议,推动中国整车企业和供应链与世界汽车市场深度连接。依托我国丰富车型和较为完备的以新能源智能化为主的增量供应链,赋能全球汽车产业发展,帮助其他国家发展本土汽车工业,甚至打造本地品牌,实现产业互补、资源共赢。同时,输出数字化、智能化、标准化的服务体系,加快融入全球市场。

品牌全球化和运营本土化逐渐成为我国汽车企业在全球拓展合作的新模式。

广东小鹏汽车科技集团有限公司国际业务中心总经理唐志坤介绍,小鹏在欧洲探索出直营代理、代理制、“子公司+经销商”和总代理4种市场模式,基本实现对欧洲市场全覆盖。在品牌建设方面,尝试跨界营销,帮助品牌深入本土社区和文化。例如,挪威的消费者偏爱户外运动,小鹏汽车连续3年赞助当地自行车赛事,加深消费者对品牌的认可度。

根据岚图汽车最新计划,到2026年岚图汽车覆盖主流新能源汽车市场,到2030年进入60个国家市场,布局500家以上门店。岚图汽车科技有限公司海外事业高级总监高源说:“岚图知音全球版针对海外市场进行适应性开发,同时整合本地服务资源与金融供应链,实现用当地资源服务当地用户的共赢。”

协同布局全链生态

随着我国新能源整车企业走向国际,电池出海成为产业链协同发展的重要一环。

“全球化发展要坚持长期主义,以技术带动产业发展。”国轩高科战略运营副总裁熊永华介绍,公司乘用车产品线已发展到第四代电芯,在全球建立了8个研发中心、20个生产基地,申请全球专利技术超1万项。

欧美及东南亚多国出台了电池本地化生产、碳足迹等相关政策,对企业提出更高要求。例如,欧盟出台的《新电池法》要求电池生产者承担延伸责任,包括电池的收集、处理、回收和处置等环节。“我们计划通过自建回收供应链、与海外战略合作伙伴共建回收体系两种模式,在今年搭建99个回收网点。”熊永华表示,公司已经构建起从电池原料的矿产开采、材料生产、电池制造、产品应用到电池回收利用的垂直一体化产业链。

传统汽车产业的供应链包括车企、零部件、服务商,而新能源汽车产业则需要硬件制造商、能源服务商和数据服务商共筑整个价值网络。瑞浦兰钧能源股份有限公司欧洲子公司副总经理程丹丹认为,中国正通过电池、智驾、电控等新能源核心技术的创新,打破技术垄断,实现从“代工制造”向“规则制定”的战略转变。

新能源汽车实现真正的绿色出海,离不开完善的充换电基础设施,以及车、桩、网、储全链路协同布局。“在电动化渗透率超40%的当下,供应链正从成本驱动转向生态驱动。”湖南京能新能源科技有限公司副董事长孙茂建认为,全球协同的新需求,倒逼整个供应链破界重构。

“中国企业要成功进入欧洲等市场,需要关注的不只是产品竞争力,还包括对当地市场、法规、文化和用户习惯的深刻理解与适应。”艾尔多集团董事、执行副总裁卢卡·福特表示,在欧洲建立充电基础设施面临城市土地紧张、政策复杂等多重障碍,这就要求中国供应链企业加强与本地政府、企业的合作,打造适合当地的基础设施解决方案。

搭建出海服务体系

中国已经成为全球最大的汽车出口国,历经从卖产品到提供服务,再到深耕本土市场的转型。从“走出去”到“融进去”,这对本地运营和创新能力提出更高要求,需要多方携手共同搭建汽车产业出海综合服务体系。

数字化转型出海时代,汽车企业面临新的挑战。“安全合规是出海计划的第一步,不能冲出去、卖产品,卖失败了再退回。”亚马逊云科技(中国)行业集群总经理沈涛分析,汽车产业除了有地域性合规要求,还要满足包括生成式AI应用、数据隐私保护等在内的新要求。

联通智网科技解决方案与交付部总经理白桦建议,参照德国和日本车企国际化的经验,中国车企在建立海外分公司时,应设计一个风险可识别、流程可管控、责任可追溯的全球合规管理平台,保证与本地企业、本地法律法规的对接。

“中国汽车出海不仅是一个产品的出海,也是产业链在全球化布局的整体突破。”白桦认为,这需要与本地的文化、市场还有产业链相结合,做到“一国一策”。

在智能化和全球化的双轮驱动下,汽车产业从“电动化出海”向“智能化出海”转变,推动中国汽车国际竞争力的持续提升。阿里云智能集团AI汽车行业副总经理兴頔介绍,阿里云通义大模型具备全尺寸、全模态、广开源能力,大模型的上车应用,将进一步改善智能辅助驾驶和智能座舱的体验。阿里云将持续投入,加速打造全球云计算一张网,在全球每个节点部署全栈AI能力,服务出海企业。

汽车产业链条长、使用周期长,随着全球新能源汽车保有量增加,相关企业在海外的价值要从研发生产销售端向使用和服务环节不断延伸。开思时代科技(深圳)有限公司创始人兼CEO江永兴指出,新能源车型的迭代速度快、零部件多、技术支持也非常复杂,海外车主在使用过程中可能面临附近缺少授权维修厂、操作系统生态不同等问题。

江永兴建议,在新能源汽车出海的后装市场,供应商共建数字化网络,打通主机授权、配件维修、质保溯源等信息,给全球的车厂和车主提供更好的服务。

据《经济日报》 作者:吉亚矫

司法拍卖公告

受青岛市市南区人民法院法院委托对以下标的依法按现状在青岛市中级人民法院司法拍卖厅以互联网电子竞价方式进行公开变卖,公告如下:

一、变卖标的:1.一批首饰、玩具、箱包、香水、服饰等实际资产共计1194件(套),变卖价:208892.8元。保证金:20889元。2.青岛市莱西市泰光路23号A3栋3单元402户房产。产权证书号为鲁(2020)莱西市不动产权第0001673号,建筑面积51.62平方米,变卖价:93535元。保证金:9353元。(注:设定保证金用于变卖成交后,买受人悔拍的,从所交纳变卖全款中扣留本次变卖标的保证金。)

二、变卖流程:变卖时间:2025年7月18日10时至2025年9月15日10时止(变卖期为60天)(延时的除外)。1.网络司法变卖期为60天,如有竞买人在60天内变卖期中的任一时间出价,则变卖自动进入到24小时竞价倒计时;24小时竞价周期内,其他取得变卖资格的竞买人可加价参与竞买,竞价结束后,进入5分钟限时竞价,若有人出价则系统自动向后延时5分钟(循环往复至最后5分钟内无人出价)。2.竞买人需要先报名缴纳等同于标的物变卖价全款后,才能取得变卖参与资格;设有保留价的增价变卖方式,至少一人报名且出价不低于变卖价,方可成交。

三、受理咨询、报名时间:2025年7月1日至2025年9月15日9:30—11:30;13:30—16:30(节假日除外)。自本公告发布之日起自行看样。

四、变卖登记手续办理:1.竞买人应在报名时间内携保证金凭证及有效证件到青岛产权交易所或通过网站注册办理竞买登记手续方可取得竞买资格,逾期不予办理。2.与拍卖财产有关的担保物权人、优先购买权人或者其他优先权人应及时办理竞买手续,逾期未办理视为放弃优先购买权。特别说明:标的物以实物现状为准,法院不承担变卖标的瑕疵保证。3.特别提醒,有意者请亲自到相关部门详细咨询过户等相关政策,过户风险自行承担。未咨询的竞买人视为对本标的现状的认可,责任自负。所有涉及的税费及办理权证所需费用按法律规定办理,房屋相关欠费(包括但不限于水费、电费、煤气费、取暖费、物业费)由买受人自行向相关单位咨询并负担。4.相关首饰、玩具、箱包、香水、服饰等作为一般性物品处理,对其品牌及使用期限不做保证,竞买人参与竞买即表示知晓并认可标的物存在的瑕疵。法院只负责交付标的物,后续过户等手续由竞买人自行办理。标的物不予邮寄,需要买受人到资产停放地自取。其中4件(套)为过期化妆护肤品;对其仅列示不评估不处置,其他具体财产信息详见评估报告。标的详情可向委托方咨询。

五、收款账户:收款单位:青岛产权交易所有限公司,开户行:招商银行股份有限公司青岛分行营业部;账号:详见www.qdcq.net网站。

六、地址及联系方式:地址:青岛市崂山区深圳路156号(国金中心15层);竞买咨询电话:0532-66718932、0532-66718926;法院电话:0532-80880902、0532-80880715;标的咨询电话:0532-80880902、15689118836。

青岛产权交易所有限公司
2025年7月1日

公告

青岛艺丰达建筑装饰工程有限公司:

本委已受理王本亮与你公司劳动争议一案(青黄劳人仲案字〔2025〕第22451号)。因向你单位直接、邮寄送达相关文书不成,故依法向你单位公告送达《应诉、开庭通知书》《申请书副本》等法律文书,自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2025年8月27日14时0分开庭审理此案,地址为青岛西海岸新区双珠路1688号隐珠街道便民中心南门306-1室青岛西海岸新区劳动人事争议仲裁院。请准时到庭参加庭审,否则本委将依法缺席裁决。

特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2025年7月1日

公告

青岛聚盛通达企业管理有限公司:

本委受理的邓立峰与你单位劳动报酬争议一案(青黄劳人仲案字〔2025〕第3185号),因向你单位直接、邮寄送达相关文书不成,故依法向你单位公告送达《应诉、开庭通知书》《申请书副本》等法律文书,自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2025年9月3日9时30分开庭审理此案,地址为青岛市黄岛区朝阳山路阳光大厦裙楼公共法律服务中心3楼劳动维权二室。请准时到庭参加庭审,否则本委将依法缺席裁决。

特此公告

青岛西海岸新区劳动人事争议仲裁委员会
2025年7月1日

公告

青岛鲁木森建筑工程有限公司:

本委已受理于德成与你公司劳动争议一案(青黄劳人仲案字〔2025〕第22485号)。因向你单位直接、邮寄送达相关文书不成,故依法向你单位公告送达《应诉、开庭通知书》《申请书副本》等法律文书,自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2025年8月28日14时0分开庭审理此案,地址为青岛西海岸新区双珠路1688号隐珠街道便民中心南门306-1室青岛西海岸新区劳动人事争议仲裁院。请准时到庭参加庭审,否则本委将依法缺席裁决。

特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2025年7月1日

美好时光 “纸”传祝福
新婚祝福 | 爱情祝福 | 升学祝福 | 生日祝福
纪念日祝福 | 节日祝福

刊登价格	999元/期(7.2*10cm)
299元/期(7.2*3cm)	1314元/期(14.6*6cm)
520元/期(7.2*5cm)	1999元/期(14.6*10cm)

祝福启事 咨询热线 0532-83861285

公告

青岛奈尔斯新材料有限公司:

本委受理的王飞龙与你单位劳动争议一案已审理终结。现依法向你单位公告送达青黄劳人仲案字〔2024〕第8984号仲裁裁决书,请自本公告发布之日起30日内到本委(地址:青岛市黄岛区朝阳山路阳光大厦公共法律服务中心3层劳动维权二室)领取仲裁裁决书,逾期不领取,即视为送达。

特此公告

青岛西海岸新区劳动人事争议仲裁委员会
2025年7月1日

公告

青岛优特美装饰工程有限公司:

本委依法受理张兵与你单位劳动争议一案(青黄劳人仲案字〔2025〕第22483号)。因向你单位直接、邮寄送达不成,现依法向你单位公告《应诉、开庭通知书》《申请书》等法律文书,自公告之日起经过30日即视为送达。本委定于2025年9月12日9时0分在本委仲裁庭(地址:青岛市黄岛区双珠路1688号209-1室)开庭审理此案,请准时到庭参加庭审,届时不到庭,本委将依法缺席审理。

特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2025年7月1日