

## 瞄准年轻人 白酒企业抢发低度酒新品

2025年09月18日 13:50 来源：广州日报



中秋、国庆双节将至，近日，白酒企业在积极备战双节营销的同时，敏锐捕捉低度酒引领的新消费动向，纷纷抢发低度酒新品。今年，低度化热潮席卷白酒全行业，一场以低度白酒为抓手，以年轻消费者为目标的“争夺大战”即将点燃。

### 白酒巨头扎堆布局低度化赛道

在近日举办的泸州老窖 2025 半年报业绩说明会上，董事长刘淼称年轻消费群体更倾向于个性化、低度化、利口化、悦己化的酒类消费，以及“轻社交”场景。

今年以来，主流白酒企业在低度酒市场动作频频：五粮液推出 29 度“五粮液·一见倾心”，古井贡酒上市 26 度的“轻度古 20”，泸州老窖宣布研发完成“28 度国窖 1573”，舍得酒业发布 29 度“舍得自在”……中国酒业协会数据显示，2025 年低度酒市场规模将突破 740 亿元，年复合增长率达 25%，这一增速远超白酒行业整体水平。

低度白酒为何火起来？五粮液今年针对全国 1000 名 20 岁至 35 岁年轻人群进行调研，结果显示，年轻人普遍排斥白酒的辛辣刺激感，偏好低度产品的消费者占比超过 60%。

### 低度化要打开市场空间需突破两大关键

新消费人群、新场景、多元化和个性化需求变化，这些都不断推动白酒行业朝着年轻化、大众化、低度化的方向发展，成为白酒行业转型升级的重要信号。

不过有不少行业人士认为，目前低度白酒仍处于发展的初始阶段。在近日举行的中国国际酒业博览会新闻发布会上，中国酒业协会理事长宋书玉强调，虽然部分企业开始探索白酒潮饮、高度低饮等新消费方式和场景以吸引年轻人，但整个行业对年轻群体饮酒方式与行为的系统性研究仍显不足。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪告诉记者，短期来看，低度白酒凭借适口性强、饮用场景丰富等特点，能快速吸引年轻消费者，尤其是初次饮酒者，为酒企开辟新营收增长点。长期而言，低度化要真正打开市场空间，需突破两大关

键：技术上，要攻克降度后风味流失、口感寡淡的难题，保证品质稳定。这就需要企业投入科技力量来驱动低度白酒的发展，从风味调控、酒体净化处理到饮后舒适度的优化、智能化生产的全面升级。在市场培育上，需打破传统认知，通过场景创新(如轻社交、休闲微醺)，让低度白酒成为年轻群体的日常选择。酒企可通过跨界联名、数字化营销等手段，强化品牌年轻化形象，同时优化产品线，形成从入门到高端的低度产品矩阵，以巩固市场地位。

单词：	bèizhàn 备战	mǐnrùi 敏锐	xíjuǎn 席卷	zhēngduó 争夺
	jíjiāng 即将	qīngxiàng 倾向	diàoyán 调研	páichì 排斥
	xīnlà 辛辣	kāipì 开辟	guǎdàn 寡淡	kuàjiè 跨界

- 讨论：1. 你对低度酒有什么看法？你觉得低度酒适合年轻人吗？为什么？
2. 在日本，你观察到人们在哪些场合通常会喝酒？你觉得这些场合喝酒有什么特别的意义吗？

源新闻：<https://www.chinanews.com.cn/sh/2025/09-18/10484550.shtml>

音声 URL：<http://ttn.co.jp/sound/text/files202509191758249793.mp3>