



特别关注·2018 FCDC

# 文化赋能 酒业消费升级新热点



10月22日,由中国酒业协会、中国酒类流通协会、中国商业文化研究会、中国经济传媒协会指导,北京商报社和西街传媒主办,北京商报《中国酒业周刊》承办的“2018中国酒业文化论坛”在湖南长沙举办。本届论坛以“中国酒业的文化突围”为主题,以年轻化、国际化为切入点,与会酒企高管、行业专家、商业领袖从行业出发,立足企业,全方位解析了解酒文化与品牌之间的联系,探索与寻求2018年中国酒业的文化变革和消费升级。

## 主旨演讲

### 中国酒类流通协会专职副会长 刘员 文化助力中国酒业再发展

当前,中国酒业进入了深度调整时期,对中国酒业而言,不仅要把实业搞起来,还要反映在中国文化的强盛上。中国酒业的发展既要有经济资源的整合开拓,又要有文化资源的挖掘利用,通过技术革新、资源整合、资本运作、文化提升,让中国酒业拥有坚实的品质保证和广泛影响的品牌力量。

随着中国日益走进世界舞台中央以及“一带一路”倡议的推进,以文化为媒、加速推进白酒国际化,是中国白酒“走出去”的重要契机。目前我国白酒在国际市场份额不到8%,且主要消费群体集中在海外的华人华侨,因此更需要白酒行业重新全面审视与调整,加速适应新的消费需求,打造高端个性产品。

同时,也必须看到当前酒业文化建设还存在明显短板,最突出的就是酒业文化水平与公众认知并不对等。虽然酒业的文化传统和文化建设都具有很高水平,但消费者对酒文化的认识还比较浅显,多局限于名酒品牌、饮酒风俗等,而对于酒的历史源头、酿造工艺,以及民族传统中的饮酒方式、品鉴方式、健康饮酒的科学标准等知之甚少。

另一方面,随着新中产消费群体的不断崛起,“90后”和“95后”年轻消费者正逐渐成长为酒水消费的主要驱动力,并呈现出多元化、个性化等特征。为了迎合新一代消费者的口感喜好,酒企更需要立足于传统精髓,通过合理运用时尚元素,在突出体现民族特色的同时,树立专属于中国酒文化的时尚经典。



### 北京商报社长助理、西街传媒副总裁 王海岩 讲好故事决定酒企品牌附加值

随着白酒黄金十年的终结,文化作为酒行业的软实力,在行业发展中的作用愈发重要。

本届论坛的主题是“中国酒业的文化突围”,那么何为“文化突围”?又该怎样实现文化突围?

第一,文化突围是文化层面的变革,这是一个过程,很难从单个酒企的改变中看出来。整个酒行业在经历着变化,年轻化、国际化是最明显的趋势。

第二,文化突围不止是文化层面,还体现在消费领域。近年来,几乎所有消费领域都在争相拥抱年轻人,酒业也不例外。但是酒企将目光看向更远的地方,这也就催生了众多白酒企业出走海外的局面。

第三,文化突围是一种改变,更是一种传承、一种发展。经历深度调整后,白酒行业逐渐回暖,迎来新的复苏期。在消费升级背景下,白酒近几年也在包装、价格、口感和营销上适应年轻人口味,争夺未来年轻人市场。

放眼年轻市场,只解读为企业逐利未免有失公允,更愿意把这当作一种文化传承的过程。在构建企业发展战略的同时,关注到需求人群的变化,并取其精华去其糟粕,未尝不是一种创新。在这个信息爆炸的时代,企业如何挖掘好自身的文化价值、如何讲好文化故事,是酒企增加品牌附加值的重要课题。

当企业开始思变如何才能打通与新型消费者的沟通时,中国酒业也将迎来再一次行业变革和颠覆。北京商报记者 刘一博 许伟

