

低度白酒,迎来了最好的时代?

低度白酒更易适应海外消费者的口感,同时,低度白酒的发展也迎合了国际化市场的发展需要,降低了不同地区税收及销售限制的门槛,有利于白酒走出国门。

本报特约撰稿人 邹文武 发自北京

2025年,白酒行业处于深度调整期,行业面临缩量竞争、价盘向下、库存压力加大等问题,各种行业新的增量机会被挖掘出来,其中,低度白酒成为热度话题——随着“Z世代”的崛起并成为消费主流,低度白酒成为追求轻松饮酒人群的首选,因此,在主流人群、新消费人群和众多低度白酒发展

迅猛的推动下,低度白酒迎来了最好的时代。

但事实真得如此吗?低度白酒真得成为缩量新周期下,未来中国白酒增量的重要入口吗?带着对低度白酒的发展思考,以及对白酒行业穿越周期的路径探讨,我们来全面了解一下低度白酒。

低度白酒的发展历程

低度白酒是指酒精度数通常在40度以下的白酒,其历史发展与中国酿酒工艺的进步、消费需求的变化及政策导向密切相关。

缘起:新中国成立初期粮食短缺,1955年《关于限制生产高度酒的决定》要求“白酒酒精度逐步降至60度以下”,1972年轻工部试点“55度白酒工艺”,核心目标是为了节约粮食。

规范:1989年国家出台标准GB/T10781系列标准,明确白酒分为高度酒(≥54度)、降度酒(40度-54度)、低度酒(<40度),推动行业规范化。国家真正开始规范低度酒市场发展,并且长期有了低度白酒。

滞涨:2000年以后,随着健康意识提升,42度-53度酒成为市场主流,40度以下的低度酒发展停滞,白酒忠实的消费者更偏爱42度以上的白酒,其中,酱香、清香以53度为好,浓香以52度为好。

突破:2010年以后,白酒行业将酒精度从“能降”向“降好”升级,科研机构及企业通过技术创新,也不断突破白酒降度极限,使得低度白酒发展成为行业创新的热点。2015年,江南大学通过“微胶囊包埋技术”,使30度白酒风味保留率提升至85%,茅台、五粮液则开始引入AI勾调平台,设计低度白酒。

低度白酒产品发展历程

企业	突破时间	量产时间	关键技术	代表产品	行业影响
张弓	1973年	1975年	低温冷冻过滤技术	38度张弓大曲	开创低度白酒先河
景芝	1975年	1975年	冷冻过滤、吸附除杂等方法	39度景芝干白	较早解决降度浑浊问题
五粮液	1978年	1986年	优选法+冷冻过滤	39度五粮液	推动低度酒规模化生产
双沟	1979年	1979年	双轮底发酵+分子筛净化	39度双沟特液	低度白酒首次获国家金奖
泸州老窖	1983年	1987年	低度调味酒勾调技术	38度泸州老窖特曲	低度高端化标杆
剑南春	1986年	1986年	酒体风味设计学	38度剑南春	全国率先提出酒体设计理论
茅台	1997年	2003年	多轮次基酒配比技术	43度飞天茅台	打破酱酒高度化传统
洋河	2014年	2014年	现代微分子技术	33.8度微分子酒	开创微分子酒先河
郎酒	2018年	2018年	采用活性炭吸附法和其他吸附法	39度顺品郎	低度酱香探索者
泸州老窖	2023年	2023年	通过16轮勾调实验	29.5度光瓶酒	解决低度白酒“水感”问题

低度白酒未来市场发展思考

低度白酒市场虽然近几年占比快速增长,也符合当前白酒消费周期年轻群体的喜好,以及中国白酒国际化进程的需要,是白酒行业创新和迭代的新一轮动力,也是企业追求更高毛利的发展方向。但是,还不能完全用当前数据来定义低度白酒市场即将到来最好的时代。

首先,虽然低度白酒短期迎合了“Z世代”主流人群的当前饮酒需要,但是随着人群饮酒次数和频率的增多,高度白酒必然会成为最终收割白酒主流人群的利器。这既是当前高度白酒一直是主流人群饮酒选择的原因,也是20世纪70、80年代以举国之力普及低度白酒以降低粮耗,最终低度白酒没有成为白酒主流的原因。

其次,白酒是时间的增值品,低度白酒无法实现升值、升质。当前,白酒行业已经形成了普遍的认知——高度白酒更适合保存,而且保存时间越长,品质越高、升值越大。因此,在这种认

知教育下,低度白酒削弱了白酒的时间藏品属性,虽然短期有利于教育入门级消费者,但是从长期来看,则放弃了白酒的宝藏价值。

再者,白酒是主流品类,低度白酒让其陷入替代风险。白酒作为中国酒类首选产品,进行年轻消费者的低度化教育,短期看,培养了年轻消费人群;但长期看,则有把中国白酒推向被洋酒、葡萄酒、啤酒、果酒等中低度酒替代的风险,不利于白酒品类建立市场壁垒。

最后,白酒库存产量居高不下,低度白酒无法缓解产能压力。虽然低度白酒的毛利更好、更高,适合白酒企业逐利需要,但是当前超万亿的白酒市场库存,发展低度白酒不利于行业去库存,也不利于行业激活高峰期2016年已经形成的1358.36万吨行业产能。

此外,新中国成立后追求的低度化,主要是从国家粮食安全战略角度

推动白酒低度化发展,当前,中国白酒行业的粮食消耗和来源充足,短期对于国家粮食安全的冲击比较小,同时也并不占用中国主粮的耕地面积。

总的来说,当前低度白酒虽然增长比较迅猛,但是,真正为白酒提供长久行业动力的,还是需要依靠高度白酒来完成。

同时,要警惕低度白酒发展过热为其他中低度酒,如洋酒、果露酒等品类替代白酒培养消费的温床,尤其是以威士忌、白兰地、伏特加、朗姆酒等为主的中低度烈酒。

中国低度白酒的发展,如果一定要作为当前白酒突破行业周期的必选项,那么,行业协会及企业应该尽量将低度白酒产品主战场放到国外市场,这样可以为高度白酒进入国际市场培养口味基础。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

低度白酒的市场表现

近年来,低度白酒的市场占比呈现快速攀升态势,尤其在2020年后进入加速增长阶段。

市场增长迅猛:低度白酒的市场规模从2020年的约200亿元增长至2024年的570亿元,预计2025年将突破742亿元,年复合增长率高达30%。

这一增速远超白酒行业整体水平,反映出消费需求的结构性转变。

销售份额攀升:2022年,低度白酒产量占比约15%,2024年已升至25%以上,部分酒企的低度产品(如38度国窖1573)在区域市场占比甚至超过50%。

场景渗透激增:在华东、华北等传统低度酒消费市场,低度白酒占比已达70%-80%,并逐渐渗透至高端宴席

和商务场景。

市场偏好提高:低度白酒打开年轻消费市场,宏观数据显示,目前国内潜在年轻酒饮人群高达4.9亿,年轻人酒饮市场规模高达4000亿。另有平台数据显示,低度酒消费者40岁以下人群占比高达76.4%,其中,18岁-26岁人群占41%。

政策利好增加:四川2023年发布《低度白酒产业发展规划》,对掌握核心降度技术的企业给予每吨500元补贴,推动低度白酒占比从35%提升至50%。

国际销售助力:低度白酒更易适应海外消费者的口感,同时,低度白酒的发展也迎合了国际化市场的发展需要,降低了不同地区税收及销售限制的门槛,有利于白酒走出国门。

中国酒业创新
联盟企业展示

