



小酒馆迎来大市场 名酒企抓住新机遇

作者：袁波

电话：13699475795

邮箱：jiuyezhiku@xinhua.org

编辑：薛晓佳

审核：卢德坤

官方网站：www.cnfin.com

客服热线：400-6123115



消费对经济具有持久拉动力，事关稳定经济基本盘。近些年来，在消费升级的带动下，饱含和渗透着“人间烟火气”的小酒馆为地方经济和酒业行业发展注入了新活力。由于经济发展环境的复杂性和疫情多点散发等多重因素叠加，给小酒馆带来的经营压力也不容小觑。

中经社分析师认为，小酒馆经济的健康成长，在满足消费者品质化、多元化和个性化需求的同时，对推动商业模式创新、城市文化塑造等方面产生积极影响，成为促进新兴消费、稳定就业的重要抓手，在体现出市场价值和人文情怀的同时，也为品牌酒企高质量发展提供新机遇。

目录

一、风格各异的小酒馆具有市场价值和人文情怀.....	3
二、始终坚持以消费者为中心 小酒馆市场前途光明但道路曲折.....	4
三、品牌酒企跨界小酒馆 厂商同心促进新消费.....	5

图表目录

图表 1：小酒馆主要业态场景划分.....	3
图表 2：2021 年中国白领群体消费者在小酒馆消费酒的种类.....	6

小酒馆迎来大市场 名酒企抓住新机遇

消费对经济具有持久拉动力，事关稳定经济基本盘。近些年来，在消费升级的带动下，饱和和渗透着“人间烟火气”的小酒馆为地方经济和酒业行业发展注入了新活力。由于经济发展环境的复杂性和疫情多点散发等多重因素叠加，给小酒馆带来的经营压力也不容小觑。

中经社分析师认为，小酒馆经济的健康成长，在满足消费者品质化、多元化和个性化需求的同时，对推动商业模式创新、城市文化塑造等方面产生积极影响，成为促进新兴消费、稳定就业的重要抓手，在体现出市场价值和人文情怀的同时，也为品牌酒企高质量发展提供新机遇。

一、风格各异的小酒馆具有市场价值和人文情怀

小酒馆，顾名思义就是为上班族、大学生、背包客等消费群体提供喝酒、餐饮、娱乐的小型社交场所。据了解，小酒馆收入来源为销售酒饮及小吃，门店面积较小且配置相对简单，约100-500平方米，人均消费为50-300元；夜店另设入场费，人均消费为300-2000元；卡拉OK另设场地租金及最低消费限制，门店面积一般超过2000平方米，需配置点歌设备等。

业内人士认为，相对其他餐饮服务业态，小酒馆在差异化发展过程中需要注意的是，经营服务的卖点是以餐为主还是以酒为主。如果是以餐为主，那就是跑在餐饮的大赛道，竞争更激烈、更复杂。如果是以酒为主，则取决于酒类产品的类型。精酿啤酒、葡萄酒、鸡尾酒、威士忌、调香白酒等都是不同的细分赛道。

图表 1：小酒馆主要业态场景划分

	主要特点	代表企业、品牌
清吧模式	以轻音乐为主、环境安静，适合朋友之间沟通感情，喝酒聊天，为消费者提供高性价比酒饮（啤酒、鸡尾酒及果酒等）和简单小食快餐，以大学生等价格敏感型消费者为主。	海伦司、Perry's、海雾里
“餐+酒”模式	白天为餐吧，晚上为自选酒水清吧，营业时间长，可满足顾客在各个时间段的差异化需求，提升门店坪效，增加品牌矩阵的丰富度。	胡桃里音乐酒馆、贰麻酒馆、COMMUNE 公社、凑凑火锅·小酒馆
“日饮+夜酒”	由餐饮/茶饮企业切入小酒馆赛道，门店提供早餐、午餐、下午茶；晚餐以酒饮为主，全时段经营，原有成熟品牌对酒馆知名度和客流量有助力优势。	星巴克臻选咖啡·酒坊、奈雪酒屋

来源：新华财经

小酒馆本质上是一条出售社交概念的酒饮零售模式，倡导“小酒小菜慢慢聊”的生活方式，具有小而美的特点。小酒馆可以提供“菜肴+果酒”“烧烤+精酿”“菜馆+酒馆”等多种服务，除提供酒饮及小吃，有些酒馆还提供现场驻唱、飞镖、台球等娱乐设施，以满足年轻群体“酒饮+社交+人文”的物质与精神需求，而这种消费方式和文化生活方式伴随着夜间经济、“微醺”经济的兴起以及低度酒市场日趋成熟，商业模式不断推陈出新，迸发出强大的市场价值，表现出深厚的人文情怀。

二、始终坚持以消费者为中心 小酒馆市场前途光明但道路曲折

中经社分析师调研发现，对于直接面对终端消费者的小酒馆来说，经营模式、产品种类、服务方法既相对固定又灵活多变，既“接地气”又讲情怀，始终坚持以消费者为中心，在生存压力中求更好发展。

紧盯性价比，做好店铺选址。调查显示，小酒馆的主力客群最为关注交通便利和高性价比。海伦司以打造“年轻人的线下社交平台，年轻人自在的聚会空间”为定位，其主要卖点是高性价比，店铺选址也主要聚焦大学周边等年轻客群流量集中区域，约60%的海伦司店铺位于大学城商圈范围。

关注“翻台率”，做精主打产品。成都明娅商贸有限公司负责人表示，在成都，像贰麻酒馆、耍酒馆等类型的小酒馆都有一些共性，即主推酒款都是以自调低度果酒为主。酒的容量基本都在10ml到20ml，从调制到上桌整个过程都是标准化的流程，这样做不仅有利于日常的经营管理，还能节省调酒师调酒的时间，提高上酒效率，增加客户体验和“翻台率”。

保持差异化，锁定目标客户。走进胡桃里音乐酒馆，就能体验到“晚餐就开始的夜生活”的文艺生活态度，同时感受餐厅、酒吧、咖啡厅的环境氛围。走进贰麻电视塔339店，春熙路太古里店，可以感受到成都独有的露天茶馆中式风格，通过参加劈酒、斗酒游戏等各式饮酒活动，观赏DJ、乐队live演出，营造出更为浓厚的酒馆氛围感，以提升消费者体验，吸引“打卡消费”的人成为回头客。

加强数字化，提升盈利水平。据介绍，海伦司自主研发的Future BI系统主要用于产品研发、销售情况获取、顾客偏好分析以及员工管理，其以独特的便利性与功能性时刻更新门店状态以及网络热点数据，能较好地兼顾“翻台率”和成本。

小酒馆业态是重资产模式、重视现金流和充分竞争市场，存在经营模式同质化、投资收益回报时间长等问题在所难免。由于新冠肺炎疫情等因素，房屋租金、员工群租住房补贴、贷款、人工成本支出压力，客流量减少导致营业额下降，以及供应链不畅通等问题对小酒馆的影响还在延续。

三、品牌酒企跨界小酒馆 厂商同心促进新消费

据统计，2022年一季度我国最终消费支出对经济增长贡献率达69.4%，消费仍是经济发展第一拉动力。当前，从中央到地方，各级政府陆续出台有关中小微企业、个体工商户和餐饮服务业市场主体的纾困解难政策，促进消费持续恢复，发挥消费对经济循环的牵引带动作用，在巩固传统消费的同时，挖掘新兴消费潜力。

小酒馆具有消费需求刚性、韧性强、潜力足的特点。品牌酒企与小酒馆在关注、发力和巩固消费端方面的经营理念和利益诉求是一致的。

白酒年轻化已经成为品牌酒企的共识，产品研发和酒体设计更加贴近年轻人，力求更新“白酒是给中老年人或者商务人士喝的”这一传统观念。

据介绍，泸州老窖于2020年和貳麻酒馆合作开了个主题店，没有直接售卖品牌白酒，而是通过“游戏+产品”的方式突出泸州老窖的品牌。该主题店内的产品，就是用泸州老窖的产品作为基酒调出来的酒。

业内人士认为，名优酒企的产品市场认可度高，品质相对保障度高，与小酒馆跨界合作对品牌推广、拓展市场有很好的帮助，可以与小酒馆多合作开展品鉴、晚宴、大师班等活动，深入消费群体，扩大市场认知度和忠实度。

据了解，燕京啤酒打造的“燕京酒號”小酒馆，提供现打的鲜啤，有多种口味和包装形式，同时配有简单餐食，还可以通过微信小程序和社区微信群线上订购，配送到家，满足不同消费者特别是年轻人和高收入水平人群的个性化需求。

据艾媒咨询数据显示，2021年中国白领群体消费者在小酒馆消费酒的种类位居前五位的分别是鸡尾酒、起泡酒/香槟、葡萄酒、精酿啤酒和工业啤酒。

图表 2：2021 年中国白领群体消费者在小酒馆消费酒的种类



位于上海新天地商圈，定位葡萄酒零售和酒吧的en vie 相关负责人认为，总体来说，有文化个性的，菜品有特点且品质稳定的，酒款定位精准的小酒馆能累积到粘性很强的忠实客户，会有很强的生存能力。

《白酒工业术语》《饮料酒术语和分类》两项白酒“新国标”将于6月1日正式实施。业内认为，对于行业来讲，“新国标”是一次良性大洗牌，对于白酒企业来说，这是一个重要分水岭，符合纯粮固态发酵酿造工艺、具有亲民价格的产品将更具市场竞争优势。

全兴酒销售公司相关负责人认为，名酒企业在新兴酒馆的年轻消费者培育工作领域，可以有更多的场所与手段。首先，传统名酒企业的果酒、露酒的营销场景的增多，可以在新型含酒精饮料创新型产品的研发销售方面加强合作。其次，名优白酒预调酒和现调酒产品的创新合作，特别是清香型产品是一个极大契机，因为清香型白酒是最适宜作为调配酒的香型。第三，名酒企和酒馆可以通过品牌活动执行场所的形式合作，实现共赢。

调研了解到，截至目前，北京红星股份有限公司旗下大小二系列、蓝瓶系列、纯粮兼香系列等主流光瓶产品均获得了“纯粮固态发酵白酒”标识认证。

中经社分析师认为，白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒、露酒、果酒、进口烈酒等品牌酒企在小酒馆市场中都有发挥的空间，这为名优酒企带来了新机遇。小酒馆与品牌酒企跨界合作带来的品牌溢出效应，也可以正确引导和发挥资本繁荣市场经济、便利人民生活、创造社会财富的作用，助推做强做优小酒馆经济，提升品牌酒企影响力。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。