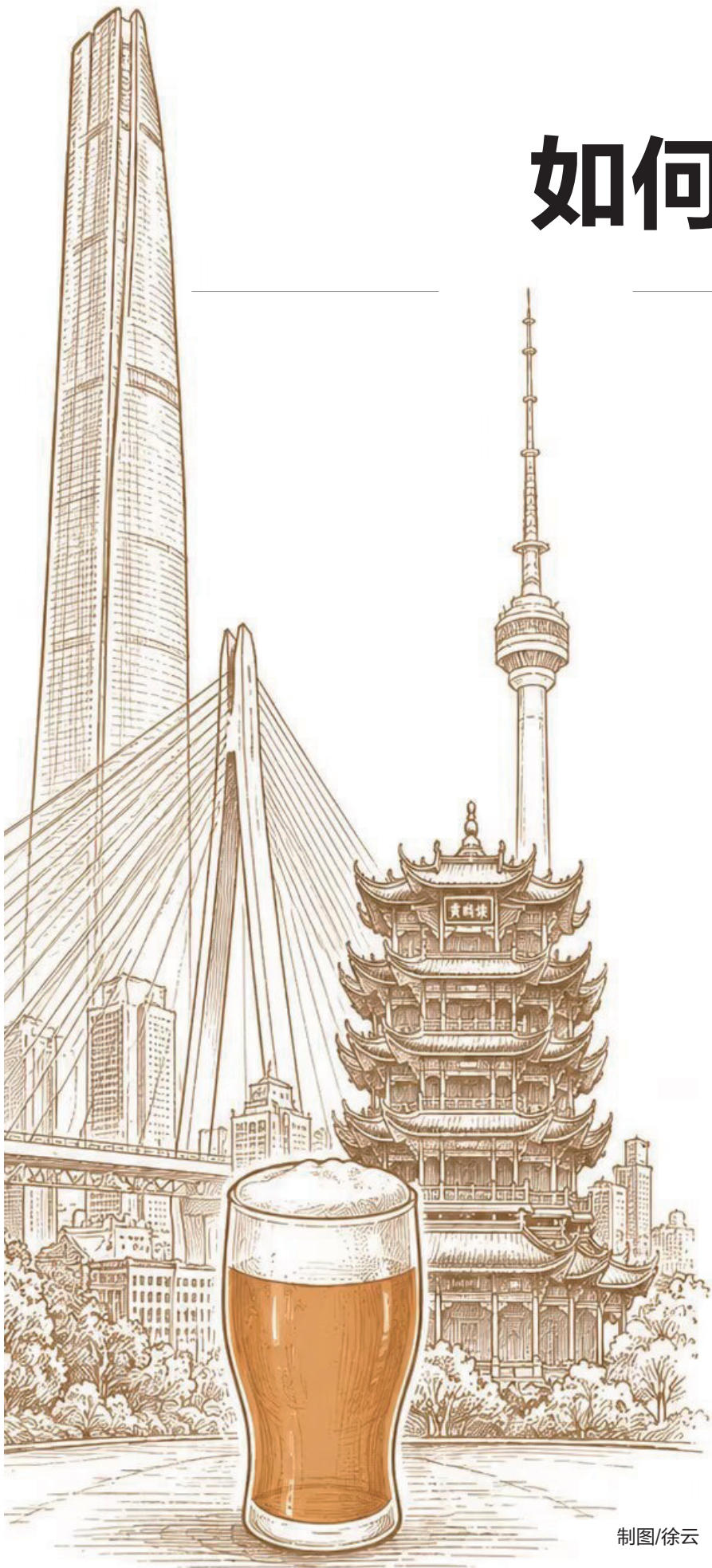
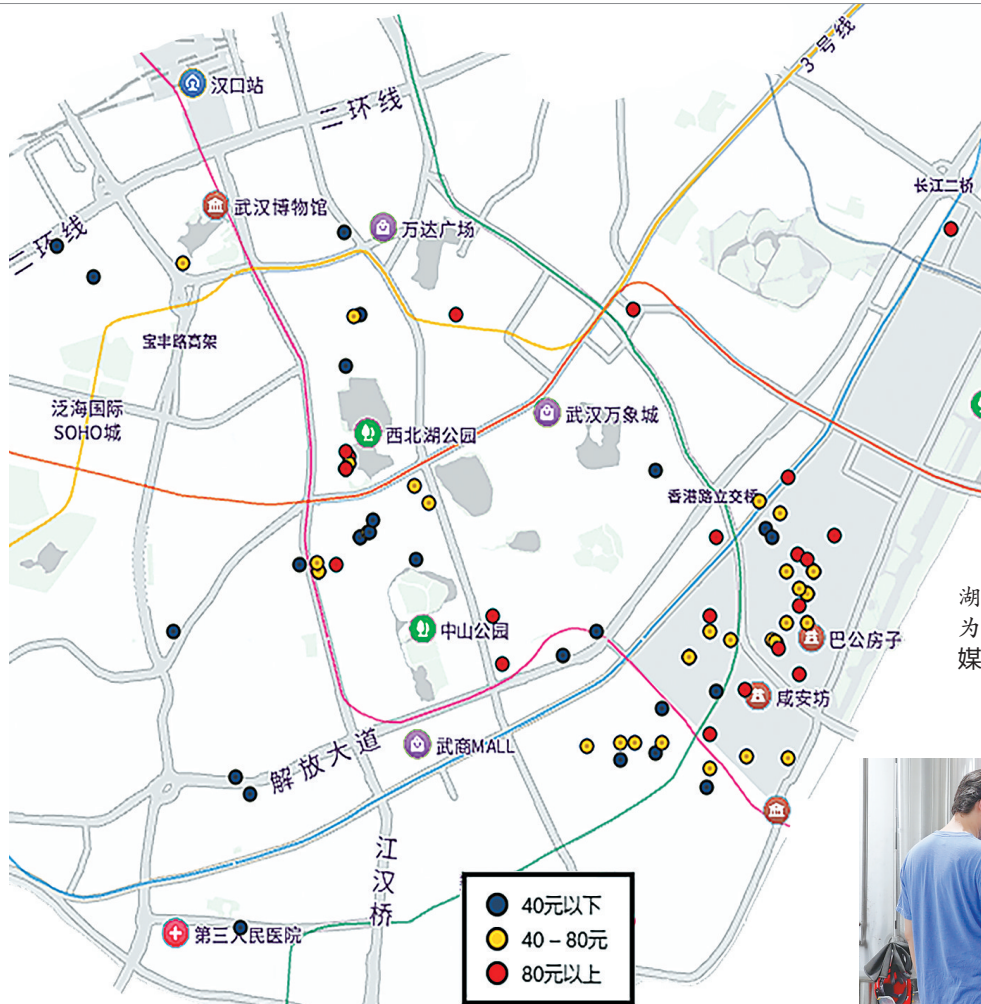


全国精酿啤酒市场直冲1600亿元

9000年前的醴 如何斟满这届年轻人的酒杯



制图/徐云



汉口历史风貌区、西北湖周边,是武汉精酿酒馆最为集中的区域。(湖北日报全媒记者 马文俊 制图)



位于徐东的Lanpub Block是不少周边年轻人的心头好。(图片由受访者提供)



蔓延酿造酒厂中,美国酿酒师Joel在调整酿造设备参数。(湖北日报全媒记者 杨干帆 摄)

湖北日报全媒记者 马文俊

今年端午节假期,武汉精酿啤酒节行至第四届。4天的活动中,全国40余家精酿厂牌亮相咸安坊,尖货齐聚,专业度“拉满”,南来北往的年轻人把老房子塞得水泄不通。

精酿啤酒的热潮,可能是近十年中国酒饮市场最意外的变量。从2010年左右精酿啤酒概念被引入国内,到如今市场规模突破1300亿元,并在今年直冲1600亿元,在产量年年下滑的传统啤酒行业中,成为一抹难得的亮色。

然而从圈子文化走向大众消费,资本追逐的沉浮中,精酿啤酒也经历着一轮转身危机。当精酿不再“精”,什么才真正值得去品味和消费?十多年过去,作为全国精酿啤酒重镇的武汉,成为观察这场变局的绝佳样本之一。

255家精酿酒馆酿满情绪价值

6月29日晚9点,黄鹤楼下一家精酿酒吧的露台坐满了人,25岁的新媒体小编小鹿,正端着一杯海盐古斯来到栏杆边。

“比奶茶解压一万倍!”小鹿说,“你能想象啤酒喝出果汁、巧克力、椰子,甚至是藤椒味吗?好喝到颠覆认知,而且它第一口就能告诉你,‘酒居然可以这么新鲜’。”

小鹿身边的陈姐则是精酿圈的“老玩家”。“这些年来,真正让它破圈的,还有情绪价值。你看这些95后、00后,谁真缺那口酒?我们要的是‘今天方案改了八版,我值得这一杯’的情绪释放。”

她捏着杯壁划了个圈:“武汉这两年‘微醺地图’打卡、精酿巴士巡游等活动层出不穷,喝杯酒顺便把城市逛了,发的朋友圈都比以前有质感。精酿火,是因为它懂我们既要嘴巴爽,又要心里舒坦。”

事实上,精酿啤酒的风潮已席卷全国。数据显示,2025年中国精酿啤酒消费量从2022年的14.3万千升激增至23万千升,复合增长率达17%。

浪潮之下,全国精酿重镇武汉表现如何?湖北日报全媒记者统计梳理了一份涵盖全市255家精酿门店的详细数据,从地理分布、消费水平、类型特征等维度,还原武汉精酿啤酒的“微醺江湖”。

从行政区划看,江岸区以56家门店高居榜首,洪山区、武昌区、江汉区分别以44家、37家、36家紧随其后,四区合计占据全市七成份额。武汉市文化和旅游局曾统计,从合作路到一元路,800多米长的胜利街上,14家精酿酒馆扎堆,87个酒头连轴转,一个月能消化掉5吨啤酒。

精酿酒吧的密度,与商圈热力、夜生活活跃度紧密咬合。汉口历史风貌区、西北湖周边,无啤不欢、Lanpub等精酿酒吧扎堆,步行范围内可达十余家门店,堪称武汉“精酿浓度最高”的区域。

根据统计,最亲民的门店人均消费仅12元,而最高的人均消费达150元,两者相差超过10倍。大多数店铺价格集中在40元至80元区间,与一顿商务餐价格相当。普遍而言,有丰富佐餐选择的门店,人均消费比无佐餐门店高出至少20元。

全国性品牌与独立酒馆两种力量,共同撑起武汉精酿的骨架。优布劳已铺设超50家门店,武汉三镇几乎全面覆盖,蜜雪冰城旗下的鲜啤福鹿家在武汉也拥有26家门店。通过多年深耕,本土厂牌代表18号酒馆、小恶魔精酿则在汉口、武昌多点开花,在区域内聚集起大量回头客。

四大原料如何玩出两百种风味

啤酒酿造的历史几乎和人类文明一样长。

公元前6000年,美索不达米亚的苏美尔人已掌握谷物酿造啤酒技术,古埃及人直接用啤酒给建造金字塔的工人发工资。在浙江义乌桥头遗址,出土了早期啤酒的残留物,古人称之为醴,距今约9000年。

不过啤酒的“啤”字,直至20世纪初随着现代工业啤酒的传入,才被创造出来。

1900年,俄商商人在哈尔滨开办中国第一家啤酒厂。1903年,英德商人在青岛创办青岛啤酒的前身。而到了1988年,全国已建成813家啤酒厂。工业啤酒基因,与现代城市生活方式紧密相联。

精酿啤酒的魅力,则藏在反工业的基因里。上世纪70年代,从美国肇始的精酿啤酒革命,让水、麦芽、啤酒花、酵母4种原料,在全球酿酒师手中变幻出200多种风味——IPA的苦、古斯的酸、世涛的醇厚、柏林酸小麦的清爽,还能加上水果、茶叶、香料甚至热干面的增味。

相比清淡、标准而成熟的工业啤酒,精酿啤酒丰富而复杂的风味谱系,成为它圈住老饕和新客的根本,更逐渐形成独特的精酿文化。

2023年成立于蔡甸区的蔓延酿造,凭借极致的出品,每月超50吨啤酒稳定直供长三角、珠三角等多地酒吧。厂牌创始人马丁说,光酵母一项,酒厂的菌种库就储备了约25种,常用的七八种酵母,都有对应的酿造风格。

其旗舰产品内陆西海岸IPA,使用了西姆科、西楚等4种啤酒花,香气浓郁、口味清爽;短相思香檳啤酒,则创新应用自有硫醇酵母,让啤酒有了葡萄酒般的体验。

“酿酒本身就是件挺自我的事,就跟学音乐一样,图的是个精神快乐。”小恶魔精酿啤酒的联合创始人May毕业于武汉音乐学院,2016年品牌从光谷起步,至今已在武汉开设6家门店,并在东西湖自建酿酒厂。

小恶魔精酿的产品研发天马行空。比如龙的激情,使用大量红心火龙果和百香果酿造,酒体仿佛红宝石,口感清爽;般若波罗蜜,则是在啤酒中加入了菠萝和菠萝蜜,带来极强的热带水果酸甜感……如今,近20款自酿鲜啤在其门店稳定供应,这在武汉精酿啤酒圈内少见,助其构建起稳定的核心客群。

酒杯里的利润水位线

近年来精酿啤酒行业的狂飙突进,底层驱动力藏在利润里。

普通工业啤酒是典型的走量赚钱,而精酿啤酒,凭借小批量、精品化特点,则有更高的溢价空间。举例而言,一杯常见的500毫升精酿啤酒,纯物料成本可控制在10元左右,而门店售价40元以上,毛利率70%至80%。“开一家火一家”成为行业常态。

高毛利意味着高吸引力,这些年来不仅精酿啤酒的消费者群体愈发膨胀,跨界玩家和创业者也纷纷涌入。企查查数据显示,2025年全年,我国累计注册2165家精酿啤酒相关企业,创近十年历史峰值;截至今年5月21日,我国现存7821家精酿啤酒相关企业。

44岁的金星啤酒,凭借2024年推出的信阳毛尖中式精酿逆天改命。这家河南老牌酒企2023年营收仅3.56亿元,净利润1220万元,而2025年前三季度,其营收和净利润分别跃至11.09亿元、3.05亿元,净利润猛增约25倍,净利率超越龙头百威亚太和燕京啤酒。今年1月,企业已向港交所递交,直指“中式精酿第一股”。

同时贡献了精酿啤酒65%销售额的“Z世代”,更愿意为风味、产地和故事买单,这也为精酿创业者提供了更广阔的商业落地空间。

北京是中国精酿的发源地与消费重镇,2018年精酿啤酒的消费量已超东京,京A、北平机器、牛啤堂等精酿品牌早已成为行业标杆;上海精酿起步早、商业化程度高,莱宝、拳击猫、明日酿造是本土代表,各类精酿啤酒节几乎贯穿全年。

武汉早在2013年就由拾捌精酿代表出圈,从一款“跳东湖IPA”、寥寥数十个粉丝出发,它眼下已成为国内精酿啤酒第一梯队的代表,在全国开出约十家门店,无啤不欢、小麻木酒家等旗下品牌屡屡跨界,造出不小声浪。

千亿赛道上的“围城”

精酿啤酒的火烧得太旺,挑战也随之而来。

首先是同质化,茉莉花茶、冰糖葫芦等讨巧风味首发后,均被快速复刻,包装“撞脸”严重;其次是价格内卷,优布劳、鲜啤30公里、鲜啤福鹿家等龙头凭借供应链与配送渠道优势强势入局,大量中小精酿品牌面临生存挤压;品牌带来的溢价光环也在消散,拳击猫、鹅岛等国内外精酿头部企业近年在进入武汉不久后,就因各种原因退出了本地市场。

在精酿啤酒的“围城”里,武汉的品牌们则活出了各自的精彩。

小恶魔精酿在2018年开设泛海CBD分店时,即率先引入美国定制的熏肉设备,主打地道美式烤肉配酒,随后又在多家新门店持续升级餐品,推出意式披萨、墨西哥小吃等佐餐搭配。“啤酒不是孤立的饮品,把酒做好只是第一步,把餐配好才是让客人反复走进来的理由。”May说。

SJ CREW、Beer Game选择将酒本身的优势磨得更尖。Beer Game开在胜利街上,是整条街精酿风气的带动者。店里一年上新500多款精酿,最多时一个月就上新60多款,多数是外国知名厂牌。SJ CREW同样走尖货路线,从光谷开到胜利街,人均消费过百是常态。它们不靠走量、不卷价格,靠的是选品的稀缺性。

Lanpub则走出了更为平价、无门槛的社区店路径。品牌负责人振霖介绍,2021年Lanpub从汉街起步,专注武汉本地和长江沿线城市的各色精酿厂牌。“通过上游酒厂和供应链的长期深度合作,让客单价降至现在的30元左右。如今每月三家门店合计售出近2万杯、10吨精酿啤酒。”

而让振霖最有满足感的,是每逢长假最后一晚,不少本地熟客回汉第一站就是来到Lanpub,“先到这里喝一杯,聊聊天再回家休息,这里仿佛是他们社交和休闲的主场,就像在欧洲、美国的酒馆一样。”

如今,全国精酿啤酒的市场规模还在扩大,竞争也在持续加剧,但用马丁的话来说:“真正能留在市场里的,还是那些能让人反复回味的产品。”

精酿的泡沫终会消散,但好酒会留下来。

小贴士

什么才算精酿啤酒

如果工业啤酒是流水线上的标准明星脸,那精酿就是人群中难得的“有趣灵魂”,它产量小、不妥协和敢整活。

在精酿啤酒浪潮的发源地,美国酿酒师协会有三条硬杠杠:小(年产量≤600万桶)、独立(非精酿资本控股≤25%)、传统(酒精主要来自传统啤酒原料)。

2025年底,我国国家标准化管理委员会发布了GB/T 4927—2025《啤酒质量要求》,将于2027年1月1日正式实施。新国标首次引入了对“工坊啤酒”(即精酿啤酒的官方中文名)的定义,即由小型啤酒生产线生产,且在酿造过程中不添加与调整风味无关的物质,风味特点突出的啤酒,并明确麦芽投料比例不得小于50%。

精酿啤酒品类繁多,多达200种,并仍在持续增加,不过以下这些主流“门派”,风味一品即懂:IPA(印度淡色艾尔),苦得纯粹,回甘却是满满的热带水果香,是精酿圈的“冰美式”;小麦啤自带香蕉和丁香味,泡沫细腻得像奶盖,新手首选;酸啤则会酸得让你五官打架,但爱它的人就好这口回魂的清爽。



近20款自酿鲜啤在小恶魔精酿各门店稳定供应。(图片由受访者提供)

第四届武汉精酿啤酒节吸引全国40余家精酿厂牌齐聚咸安坊。(图片由受访者提供)