

“醉翁之意不在酒，在乎山水之间也。山水之乐，得之心而寓之酒也。”自古以来，不少文人墨客都将饮酒之乐与游山玩水之乐融合在一起。在现代化产业体系下，“酒+旅”（白酒+旅游）的深度融合，也正成为上市酒企撬动C端经济的重要突破口。

从旅游市场来看，据文化和旅游部数据中心测算，2024年“五一”假期，全国国内旅游出游合计2.95亿人次，同比增长7.6%，按可比口径较2019年同期增长28.2%。旅游业的蓬勃发展，促使白酒企业积极拥抱亿级流量。进入5月份以来，衡水老白干酒、水井坊等多家白酒企业宣布推进“酒+旅”的相关布局。

《中国酒业“十四五”发展指导意见》描绘了酒旅融合发展的蓝图。在“十四五”期间，全面提升酒业的产旅融合发展，以酒旅合一等九大理念为指引，使酒旅融合真正成为酒业高质量发展的重要推手，为行业未来发展指明了方向。

中国酒业协会理事长宋书玉表示，酒旅融合可以推进酒业从营销时代向体验时代转变，酒庄正成为撬动新质生产力的重要支点。

01 酒企加码“酒旅”投资

旅游业的繁荣，加速了白酒企业布局“酒+旅”业务的步伐。

5月中旬，衡水老白干酒推出了以“探厂+互动+演出”的模式，让消费者在游览衡水老白干景区的时候对产品进行了解。

无独有偶，水井坊也发布了首条酒旅融合路线。在成都市文旅局的推动下，水井坊联合成都旅游景区协会共同推出了成都首条酒旅融合路线《春饮一壶酒，古今穿越600余年》；汾酒集团在杏花节期间推出三条赏花主题路线；五粮液、泸州老窖、洋河股份、舍得酒业、西凤酒、郎酒等多家头部白酒企业均对酒旅融合项目有所布局。

行业资深旅游专家杜山川表示：“随着消费者多元化需求逐步释放，叠加酒企不断加码投资酒旅融合业务，其市场规模有望持续增长。白酒企业

应抓住机遇，积极布局酒旅业务，拓展市场空间。”

洋河股份董事长张联东表示，公司将紧盯酒文化旅游资源的独特优势，立足酒文融合、酒旅融合，进一步探索新模式、新路径，推出将“白酒生产+文旅产业”融合起来的新商业模式，使得白酒产业发展成为一二三产业高度融合的产业。

五粮液方面表示，“酒+旅”的联动，正是行业破局的新机遇，既为白酒相关文化建设提供体验式的途径，同时也可使产品在愈发内卷的市场中博得更多机会。

白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞向笔者表示，随着各大酒企纷纷布局，“酒+旅”正成为白酒产业集群发展、产区升值道路上的新发展趋势。

02 或成为酒企新盈利点

如果说酒旅融合是酒企基于“市场需求、历史文化、美好生活”的创新，对其加码布局的背后，则是白酒行业传统业务发展面临挑战，上市酒企试图寻找第二增长曲线的急迫表现。

近年来，随着终端市场动销不畅，导致部分酒企面临终端压货、渠道库存高企等问题。Choice数据显示，截至2023年末，20家白酒上市企业的存货为1490.95亿元，同比增长12.24%。

“积极布局旅游项目，有助于酒企塑造品牌差异化竞争力，从而在存量市场开辟新的增量空间。”蔡学飞表示，酒旅融合也可以促进酒企从渠道与价格竞争，向文化与品质竞争的高质量发展转型升级。

“在白酒市场终端动销不畅、渠道库存高企，价格倒挂等现象频出的市场环境下，酒旅融合的新兴赛道，是众多酒企谋求利润第二增长点的重要途径。”深耕白酒产业20余年的贵州经销商王强说。

西凤酒方面表示，酒旅融合项目的开展，吸引了不少游客前来参观，可以促进公司白酒产品的销售，市场前景非常广阔。

杜山川表示，白酒企业布局酒旅业务是一种多元化的战略，不仅可以提高品牌知名度和影响力，还可以增加企业的收入来源，提高企业的经济效益。

事实上，率先抢占这一细分赛道的部分酒企，乃至部分酒产区的区域经济，已在该业务领域取得突破性进展。

据茅台文旅消息，企业2023年整体实现营收32.28亿元，完成计划的181.2%，同比增长高达211.89%。从整体产区来看，仁怀酒旅融合项目直接拉动旅游消费1.57亿元。

不难看出，“酒旅融合”模式，是上市酒企转型发展的新锚点。但挑战也是巨大的，如何从传统的B端逐渐转向C端，依然是酒旅融合细分赛道得以长久发展的关键。

多家白酒企业推进「酒旅融合」

03 不是简单的“酒+旅游”

“酒企开拓的酒旅融合产品，大部分是为了自身酒产品形象展示、品牌塑造，其模型并未完全市场化。”某不愿具名分析师向笔者坦言。

该人士表示，目前市场上运营的酒旅融合项目，主要服务于经销商、企业用户团体，甚至多为政商之间的参观交流。

贵州某白酒企业经销商向笔者表示：“大部分酒业文旅的体验性、互动性、趣味性和自主性有所欠缺。酒企通过酒旅融合模式，真正着力点应该是培育更多直接面向消费者的‘C端’市场，并加深与他们的关系黏性。”

有游客表示，只是单纯参观车间以及学习酒的酿造过程，会觉得很无趣，如果结合白酒企业所在地区的旅游特点，将两者相

容，或许可以吸引消费者。

贵州酒文化研究会副会长肖进春表示，“酒旅融合”不是简单的“酒+旅游”。酒企需要通过酒旅融合形式，找到销售产品的方案。同时，要通过旅游和酒业相融合的方式，打造出新业态。

对此，蔡学飞表示，酒企要做酒旅融合，就要摆脱厂家生产思维，以为消费者服务为核心逻辑，真正从酒的文化理念、品质创新与旅游新方式等方面结合开拓新产品线，才能释放商业价值。

鉴于此，白酒企业也在积极的认识问题并给出相应的规划。其中，在茅台集团的规划中，酒旅项目要围绕“茅台+”，建成并投运酒文化城项目，积极推进茅台天街、茅酒之源等沉浸式体验旅游项目建设。

04 将成酒产区经济新动能

现如今，上市酒企对酒旅融合的重视及投入，已经对酒产区的区域经济发展起到拉动作用。相应地，多地酒产区也对打造酒旅融合IP给予了很大的政策支持。

2024年开年，贵州省发展改革委发布《关于大力推进2024年2000个重点民间投资项目的通知（黔发改投资〔2024〕45号）》，向社会公布2024年2000个重点民间投资项目。其中，有107个项目涉及酒业，酒旅融合项目达12个。

以茅台镇为例，通过创新“酒旅融合”模式，茅台镇走出了一条独具特色的高质量发展之路。官方数据显示，“五一”期间茅台镇接待游客28.17万人次，旅游综合收入超1.64亿元。而仁怀市“五一”期间全市累计接待游客59.93万人次，实现旅游综合收入3.77亿元。

四川省文化和旅游厅联合相关省级部门，正在积极推进包括中国白酒博物馆、中国酒城·长江生态旅游带在内的12个酒旅融合项目，计划总投资452.5亿元。

截至目前，全国多个酒类产区的酒旅融合建设正蓬勃推进。据不完全统计，包括仁怀产区、习水产区、吕梁产区、成都产区等全国超十个酒类产区正在积极推进酒旅融合项目建设，总计投资超1000亿元。

浙大城市学院文化创意研究所秘书长林先平表示：“酒旅融合既可以互相拓展产区内的发展空间，也可以进行资源的互相借力与整合，有助于酒企找到业绩增长新的突破口。”

中国酒业协会常务副理事长王琦表示，酒文化旅游是酒企与消费者进行沟通的最佳方式，也是产业需求及推动产业转型的抓手。

（李静）