

新式打酒铺，生意好做吗

酒，正以另一种方式走进生活日常。过去买酒，大多整瓶买，或者去农贸市场打散酒；如今，冒出不少新式打酒铺：酒头一字排开，精酿啤酒、起泡酒、白酒、黄酒、洋酒都能按量买，100毫升起售。

这门看似不起眼的生意，正吸引酒企、连锁品牌和跨界巨头等争相入局。高流量下，打酒铺的生意好做吗？

玩家争相入局

记者走访社区门店看到，打酒铺大多面积不大，酒头整齐排列，支持试饮。不少门店晚间客流集中，顾客打上几两酒，顺路再捎点烧烤、家常菜回家，消费更加轻量化。

盒马把酒铺开进了商超，老牌酒企接连落子，区域品牌则在社区里快速复制门店。当传统酒业还在为卖得慢发愁时，打酒铺赛道已经悄悄挤满了玩家。中国酒类流通协会副会长兼秘书长邢春雷表示，我国散酒市场规模在 2025 年已达 800 亿元，增速超过 15%。如果增速保持，意味着 2026 年有望突破千亿元。

增长的动力，很大程度上来自消费端的结构性变化。中国酒业独立评论人、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青分析，瓶装酒增长遭遇瓶颈，部分自饮需求正从高溢价瓶装酒向散酒回流。打酒铺精准承接了“重酒体、轻包装”的自饮需求，这不是短期炒作，而是消费观念的长期变化。它降低消费门槛，一两或二两起打，破解年轻人“一瓶喝不完、怕踩坑”的痛点；同时主打自饮与好友小聚，匹配年轻人悦己微醺的真实场景。新式打酒铺还告别老式脏乱酒坊，转向明亮的社区体验空间，实现场景体验重构。

赛道热度持续走高，吸引 3 类主体陆续入局。老牌酒企是第一梯队，古井贡酒于 2025 年底推出“古井轻养社·打酒铺”，首店落地安徽亳州，采用子品牌隔离模式，避免核心高端品牌被稀释，门店主打前店后坊、现打现卖，产品覆盖浓香、清香、果酒等多个品类。截至 2026 年 4 月，古井贡酒已在皖、豫、鄂、浙等省份落地 47 家门店。此外，安徽口子酒业股份有限公司推出“口子酒坊”，安徽迎驾贡酒股份有限公司专门推出散酒业务，已完成业态布局。

第二类是以唐三两、斑马侠为代表的区域新品牌，正以标准化供应链和统一门店形象在全国范围内快速复制门店，主打社区熟客运营。

跨界巨头是第三类主体。2025 年 9 月，蜜雪冰城股份有限公司斥资 2.97 亿元控股福鹿家（郑州）企业管理有限公司，正式切入现打酒水赛道，依托成熟供应链与加盟管理经验快速铺店。目前，品牌门店数量突破 3000 家。2026 年 5 月，阿里巴巴集团控股有限公司旗下新零售平台盒马在江苏开出盒马酒铺，以商超店中店形式试水现打散酒业务。新茶饮企业古茗控股有限公司于 9 月入局，在杭州一家门店低调上新两款啤酒饮品，单杯价格在 15 元左右。优布劳、琥珀酒铺等主打新鲜潮饮的线下商家，也大量入驻美团团购等即时零售平台。

业内人士表示，新式打酒铺的核心逻辑就是砍掉包装成本，以小份售卖降低消费门槛，把酒水消费嵌入日常生活场景。

单店盈利承压

千亿元市场的宏大数字，容易让创业者产生“遍地红利”的错觉。但落到单店经营层面，打酒铺的盈利难题逐步显现。记者调研了解到，行业普遍测算，社区打酒铺月销

据中国酒业协会，2025年——

我国酿酒总产量

▼同比下降1.4%

其中

饮料酒总产量

▼同比下降1.8%

发酵酒精产量

▲同比增长0.7%

酿酒产业完成销售收入

▼同比下降5.8%

售额达到 4 万元，才能基本跨过盈亏平衡线，大量门店难以稳定达到这一营收水平。这意味着，虽然赛道总量在增长，但单店能否存活仍是另一回事。

问题的根源，首先藏在客单价与成本结构里。这类门店客单价普遍维持在 30 元至 50 元，单品毛利看似可观，扣除房租、人工、酒水损耗、设备维护等成本后，净利润空间有限。有从业者给记者算了一笔账：一家社区店每月房租动辄数千元，加上至少一名店员的工资，再算上酒头设备折旧、冷链储存电费等等，固定成本就已经吃掉大半毛利。散酒按量起售，单笔金额低，靠的是高频复购撑起营收，一旦复购跟不上，门店很容易陷入“不赚钱”的尴尬。

消费时段不均衡的短板同样突出。打酒铺客流高度集中在晚间，白天门店客流稀少，场地和人力资源大部分时段处于闲置状态。这种经营节奏，让门店的坪效和人效难以做高。有店主说，白天开门更多是为了维持社区存在感，真正贡献营收的只有傍晚到夜间那几个小时。

酒水损耗是另一项不可忽视的成本。鲜啤、低度米酒保质期短，管路维护、酒体储存条件等都会影响产品质量。如果部分酒款动销偏弱，极易出现酒体过期损耗。有门店店主告诉记者，瓶装酒卖不掉还能存放，散酒卖不掉就只能直接倒掉。低度现打酒的损耗，是门店经营里一笔不可控的支出。

“赛道热度高，加盟招商宣传往往放大收益，却弱化经营门槛。”中国酒文化品牌研究院智库专家蔡学飞表示，打酒铺看着门槛低，本质是一门高度依赖熟客复购的社区生意，选址、邻里信任、稳定供应链缺一不可，并不是简单购置设备就能稳定盈利。

记者在走访中发现，部分街区出现多家打酒铺近距离扎堆开店的现象，门店之间直接陷入价格比拼。同款酒，各家门店定价差异不大，为抢夺客源，不少门店频繁推出试饮、折扣活动，进一步压缩利润空间。有门店负责人说，现在打酒铺越来越多，产品大同小异，消费者比价成本极低，你不打折，隔壁打折，价格比拼到最后，大家都没利润。

一位打酒铺加盟商对记者提到，当初良好的市场前景吸引加盟开店，开业之后才发现，社区的稳定饮酒人群总量有限，新店开业短期能靠活动引流，优惠结束后客流回落，复购培育周期远比想象更长。社区饮酒人群的盘子就那么大，新店和老店争的是同一批熟客，很难出现新的增量。



图为在浙江温州科技广场举办的“温享盛夏”2026暑期消费季暨百威世界杯F1-FALAND·啤酒嘉年华现场。刘吉利摄（中经视觉）

据《2026中国白酒市场中期研究报告》——

2026年一季度

20家A股上市白酒企业
合计实现营业收入

1326.33亿元

▼同比微降0.7%

归母净利润合计

520.19亿元

▼同比下滑1.75%

行业有待规范

单店盈利难，只是打酒铺热潮暴露出的第一层问题。随着门店数量快速增长，散酒行业原有“小、散、弱”的弊病逐步显现。

散装酒水在分装、储存、计量环节，特别要注意品控溯源、卫生管理等。市场上部分门店存在标识不清、酒体溯源链条断裂等问题，使得消费者对散酒品质有所顾虑，制约了行业进一步扩容。

消费者王女士对记者表示，同样是“现打白酒”，有的门店能说清产地和年份，有的连基本配料表都看不到。“喝进嘴里的东西到底从哪儿来，心里没底。”王女士说。

这种信任缺口，恰恰是散酒行业背负“廉价”“低端”刻板印象的根源，也是新式打酒铺想要真正站稳社区必须跨过的一道门槛。9月2日，中国酒类流通协会提出的《散装酒经营场所流通管理规范》团体标准对外公开征求意见，该标准规定了散装酒零售终端在经营过程中的基本经营、经营场地与设施设备、采购与进货、储存与养护等全流程管理要求，推动行业向标准化、合规化、品牌化、健康化方向迭代升级。

多位受访企业负责人提到，短期赛道比

拼开店速度，长期竞争的核心是稳定供应链与品控能力。老牌酒企入局的优势在于自有基酒产能，酒体溯源体系完善；跨界巨头依托集采、仓储、数字化系统，在成本与履约上占优势；新兴连锁品牌则需要持续投入搭建上游供应链，避免单纯依靠外购散酒带来的品质波动。

消费端的变化，也在倒逼品牌跳出单纯卖酒的思维。不少门店增加酒具、佐酒小食、调酒原料配套售卖，打造社区微醺场景，不再只依靠酒水单品赚取差价。这种从“卖酒”到“卖场景”的转变，正在成为打酒铺探索差异化的一条路径。

“新式打酒铺的最大价值，是拆掉行业高高的门槛，让更多年轻人能尝试到更多酒。但门店只是桥梁，能不能留住人，最终还是要看酒体品质、性价比与持续的消费者运营带来的良好消费体验。”肖竹青说。

业内人士判断，赛道的洗牌周期已经开启。大量缺乏供应链支撑、品控薄弱的门店会逐步出清，行业竞争将从价格战转向供应链、品牌信任、精细化运营的综合比拼。千亿元市场是行业的总量空间，但能否吃到红利，考验每一个入局玩家的长期运营能力。打酒铺能否从一时的风口沉淀为一门可持续的生意，有待市场检验。

不久前，在上海举办的第48届世界技能大赛上，各行各业技能人才围绕 64 个竞赛项目同台比拼，娴熟、精准、流畅的操作令人叹服。赛场外，一个问题引人深思：在人工智能飞速发展，重复性、标准化岗位正被智能设备与算法程序替代的今天，我们为何还需要这些“手搓”出来的技能？答案，恰恰藏在“手搓”二字的分量里。

人工智能无疑是一位“超级助手”。不少设计公司引入 AI 辅助设计，能让设计效率提升几十倍乃至上百倍。但 AI 始终存在清晰边界，人的价值永远无法被简单替代。从最初的灵感构思，到敲定产品细节、把控品质，主导一头一尾两个关键环节的，仍是设计师本人。世赛赛场也同样证明：智能工具可以提供辅助，但精细塑形、火候把控、细节打磨，终究离不开匠人亲手落地。就像木工项目和古籍修复中，激光雕刻能提升精度，但创意构思、材料搭配的美感、手工打磨的温润，无可替代；古籍修复更是如此，修复时一呼一吸都要格外留意，气息的细微起伏可能震颤脆弱的纸张，这种极致的专注与手感，岂是算法能够复刻的？

推崇“手搓”技能，绝不等于固守旧手艺、抗拒新技术。技能本身一直在迭代，“手搓”的内涵也早已随之拓展，人机协同，才是新时代技能精进的核心方向。本届世赛新增轨道交通车辆技术、无人机系统、智慧安防技术等 7 个赛项，无不在传递一个信号：产业需求在哪里，技能标准就设到哪里。真正的“手搓”，不是拒绝工具，而是驾驭工具；不是回到过去，而是面向未来。

时代浪潮中，真正被淘汰的不是技能，而是停滞僵化的思维。世间没有一成不变的技术能力，没有一劳永逸的职业本领。本届中国参赛选手平均年龄仅 21 岁，技工院校师生占比超 60%。他们用行动证明，掌握扎实专业技能的人，不会被人工智能取代，反而能够成为驾驭 AI 的“指挥官”。

当然，让“手搓”技能在 AI 时代持续焕发光彩，单凭个体努力远远不够，制度与平台的支撑必不可少。政府部门可主动布局，搭建传统技能转型、新型技能推广的优质平台。今年，上海启动人工智能推介官培训认证工作，正是以主动作为应对时代变革的有益探索。解决问题的方向，不是限制人工智能发挥作用，而是赋能更多人，使其拥有驾驭工具、创造更多价值的能力。唯有制度托底、平台赋能，个体的“手搓”才能汇成时代的创造。

AI 越强大，我们越要守护人独有的创造力、韧性与勇气。时代面临的难题，最终依旧要靠人去破解。这，就是 AI 时代“手搓”技能不可撼动的价值。

李治国

热评
手搓

的

“安吉游戏”何以走向世界

本报记者 柳 文



近日，内蒙古通辽市扎鲁特旗的玉米迎来采收高峰。2025 年，通辽市粮食总产量达 202.1 亿斤，较 2024 年增产 8 亿斤；今年，通辽市高产技术覆盖面持续扩大，标准化种植水平全面提升，落实玉米密植精准调控高产技术模式 1354 万亩。白教敏摄（中经视觉）

在浙江省安吉县的幼儿园，常常可以看到这样一幅场景：孩子们有序走出教室，奔向山坡、沙坑、操场、小树林等户外游戏场地，三五成群地从材料区搬出大小梯子、木板、轮胎、滚筒等，脸上洋溢着喜悦的表情。玩什么、怎么玩、和谁玩，都由他们自己决定。一旁的老师只是安静地观察、记录，不轻易介入。

这不是一次普通户外活动，而是一场持续多年的教育变革。“安吉游戏”获得基础教育国家级教学成果奖一等奖，并被世界经济论坛评为未来教育模式（教育 4.0）之首，走向 148 个国家和地区。“安吉游戏”究竟是什么？能为当下教育理念带来哪些启示？记者赴安吉县调研，探寻“安吉游戏”风靡的密码。

“安吉游戏”不只是单纯的户外自主游戏，还包括渗透游戏精神的一日活动，包括观察、整理、阅读等，教师会退后陪伴，通过观察和一对一倾听记录幼儿想法，看孩子如何自我学习成长。

“这是对儿童、游戏、教育认知的深层重构。”“安吉游戏”全国推广指导专家张海雯告诉记者，安吉县创新幼儿园育人模式，坚持儿童游戏权利回归，坚信“真游戏就是真学习”的理念，确立“爱、冒险、喜悦、投入、反思”五大关键词，在全国引发广泛关注。在这一理念下，师幼关系发生变革，从以往认为幼儿需由教师主导学习，转变到认为儿童是有能力的主动建构学习者，幼儿发现、探索在前，教师支持在后。安吉县机关幼儿园骨干教师何诗琪，亲历了

从“教孩子”到“懂孩子”的教育理念蝶变。12 年前，何诗琪大学毕业后入职外县一家公办幼儿园，成了一个事事都要攥在手里的“包办型”老师；游戏方案要提前一周打磨，教具理得工工整整，连积木区的木块都要按形状摆得一丝不苟。孩子搭歪了她伸手扶，跑快了 she 张嘴喊，孩子们玩得规规矩矩，但眼里总少点光。

“孩子依葫芦画瓢，搭得整整齐齐，可全是我自己的想法，不是他们自己的。”作为安吉人的何诗琪对“安吉游戏”很感兴趣，她于 2019 年返乡，考入安吉县机关幼儿园。

回到安吉，何诗琪的认知被颠覆了。她最难忘的是一次户外游戏：几个幼儿园中班的小男孩想搭一座“能站人的高台”，轮胎搭了拆、拆了搭，木板铺了滑、滑了铺，前前后后折腾了近 40 分钟。旁边的实习老师看得着急，好几次想上前搭把手。当第一个孩子踩上去的时候，其他人都攥紧小拳头，等站稳那一刻，几个人捂着嘴小声欢呼起来。

教育理念的变革，离不开家庭的理解。对许多家长而言，接受“安吉游戏”也经历了一个从质疑到认同的过程。安吉县实验幼儿园大二班孩子沈宇泽的妈妈刘美姣，将“安吉游戏”理念融入日常育儿。“最开始，看到孩子玩那些看起来有些危险的梯子、滚筒，心里也会打鼓，担心他们受伤。”刘美姣坦言。

她看到自己的孩子和几个小伙伴试图将一个沉重的油桶滚上斜坡，一次次失败，又一次次调整

策略——从增加人手到改变发力角度，整个过程没有一个大人在旁指挥。孩子们脸上的专注和解决问题后的喜悦，让她深受触动。从此，刘美姣开始坚持“放手观察、相信孩子”，尊重孩子的每一次自主探索。她不仅自己实践，还积极在家长群体中分享心得，带动更多家长同频共进。

“安吉游戏”的魅力不仅限于安吉，更走向世界。截至目前，100 多个国家和地区关注“安吉游戏”，50 多个国家的学习考察团到访安吉，吸引 300 余位国外专家现场参与。

专家认为，“安吉游戏”受到国际各界广泛关注和高度认可，就是抓住了学前教育的本质问题，回应了全球学前教育共同面对的挑战。纵观全球幼教生态，儿童的时间和空间常常被高度安排和管理，自主性被压缩，成长的潜能被削弱。在这样的背景下，发源于中国县域的“安吉游戏”为世界幼教领域提供了可行方案。

美国纽约大学原教授切尔西·白丽在安吉驻园开展长达 9 个月的深度研究后，牵头起草《“安吉游戏”国际推广计划》；英国牛津大学教授吉姆·普兰科特看到孩子们玩滚筒时赞叹：“孩子们站在滚筒上移动的样子，简直就像在跳太空舞步！”

随着人工智能蓬勃发展，“安吉游戏”作为面向未来教育的改革典范，为儿童教育带来深刻启示。“儿童教育是创造型，而不是传递型。”安吉县教育局局长梅本伟认为，教育工作者应为儿童创设充满探索机会的空间，引导他们去思考、尝试和发现，创造性地解决问题。