

# 付小铜、李国庆、李书文为何坚定看多白酒?

中国酒类消费的未来才刚开始,一个全新的时代正待开启。  
这个时代既能容纳实力资本与行业先行者的存在,也能为个性化品牌、新势力品牌提供广阔的生长空间。

本报记者 卞川泽 发自成都

“他们,是中国酒业的年度标杆,以战略眼光布局未来,以逆行的勇气践行初心。在2025年的酒业征途上,他们勇毅笃行,成绩斐然,用实干与智慧,点亮了行业前行之路。他们,以一杯酒的坚守,诠释一个时代的担当。”

3月25日,在由华夏酒报社、中国酒业新闻网主办的2026“中国酒业华夏奖”颁奖典礼现场,陕西柳林酒业集团

董事长付小铜,当当网创始人、李享生活董事长李国庆,厚朴投资创始人、HOPE创学院创办院长、向日魁酒业集团创始人李书文,荣膺2025“中国酒业年度人物”。

在颁奖典礼现场,围绕“跨界力量重塑酒业信心”这一主题,《华夏酒报》总编辑吴贤国与三位获奖者进行了深度对话。

## 行业低谷周期也是布局的好机会

在酒业深度调整期,多数酒企收缩了产能、降低了经营指标,但付小铜在2025年却投资40亿元用于柳林酒业的厂区扩建;作为当当网的创立者、拥有千万粉丝的大咖李国庆,在中国酒业低迷时开始直播卖酒,一晚上居然卖了1个亿;《赢在中国》全国总冠军、进行各种投资、与胖东来联合打造酱酒产品的李书文,不仅要做强国民酱酒,还将“让老百姓喝到好酒”设为人生目标。

是什么勇气让他们在行业深度调整期逆势而上,进军中国酒业?

在付小铜看来,每个行业都有调整期,白酒行业只是其中的一个板块。付小铜回顾了他在能源、银行、电厂等行业的发展经历,并表示,这几个行业都曾经历过大幅度的调整,但也都扛过去了。因此,不能说因为行业处于风险调整的新周期,就不把企业做好。他认为,面对行业分化加速,酒业从业者唯有坚持长期主义,聚焦核心能力,研判在酒业深度调整期如何把企业做大做强,才能为下一轮周期的腾飞蓄力。

李国庆在60岁时,举办了一场以《依然相信爱情》为主题的婚礼。其夫人在德国生活了30多年,因此婚礼上请来了很多外国嘉宾,招待用的是中国白酒。事后,外国友人都说酒好喝,且没有一个人宿醉头疼。李国庆告诉他们,那是茅台15年。如今,他经常会给这些外国友人邮寄中国白酒,这也成为李国庆坚守白酒行业的重要理由。

他表示,行业处于低谷周期,恰恰是布局的好时机。尽管涉足直播卖酒已有5年,但以“李享生活”为品牌主体,重金投入打造自有酒类品牌,至今才刚刚起步半年时间。

“现在大家都说酒业太卷了,在我

看来,是过去过得太舒服了。以往靠高毛利、高利润就能躺赢的日子,早该结束了。”李国庆表示,他始终相信“性价比”理念:所谓性价比,既可以是品质提升、价格同步提升,也可以是价格更亲民、品质持续升级。

活动现场,李书文重点强调了三点。

首先,不要总谈行业下行,中国酒业的品牌时代才刚刚开始。他引用了《新商业文明》中的观点表示,中国新旧商业文明的更迭是从2020年开始的,而酒业真正步入的品牌时代才刚刚开始,酒行业是万亿级产业,放眼国内,能达到万亿级规模的行业寥寥无几。在他看来,对于一味认为下行的人来说,其看什么行业都在下行。今年,国家预测GDP增速在4.5%到5%,假设按5%计算,经济总量将新增6万亿,整体仍保持增长。因此,不要用“下行”来定义酒业。

第二,对行业要有信心。本次获得2025“中国酒业年度人物”的三人中,付小铜近5年间在酒业投入四五十亿元;李国庆作为电商行业的先行者,旗下李享生活每年保持数亿利润,但他仍坚定入局酒业,酒类更是其核心品类;我做了23年风险投资,自2019年投入巨资“给人民造一瓶茅台”至今,依然看好这个行业。

第三,时代变了,传统饮酒场景与消费逻辑正在重构。年轻人不看重社交场合的酒了,他们更偏爱边喝边玩的消费方式。所以,中国酒类消费的未来才刚开始,一个全新的时代正待开启。这个时代既能容纳实力资本与行业先行者的存在,也能为个性化品牌、新势力品牌提供广阔的生长空间。



## 中国酒业会有一个怎样美好的未来?

活动上,三位年度人物有一个共同的观点,那就是坚定看好“中国酒业的未来”。那么,中国酒业的未来将走向何方?未来的酒品该如何打造?消费方式又会发生哪些变革?

对此,付小铜表示,2020年,国家发改委将白酒产业从限制类目录调整后,行业得以扩大生产规模,也由此引发了资本市场的狂热追逐。但在这波白酒行情上涨中,真正获利的是资本市场,而非企业家,因为很多酒企挣到钱以后,又持续投入到企业生产规模扩大、技术改造、智能化科技化升级,以及基酒储存等长期建设中。

当下,酒厂推出的新品正在调整度数,从传统的53度酒下调十几度,同时还要保证产品品质与口感,这就要求企业必须坚持白酒传统酿造工艺,既要讲好品质,又要将价格打下来。当前,整个白酒行业价格呈下行

趋势,厂家要想在市场上存活下来,一定要“把品质提上来、价格打下来”,让消费者“喝得上、喝得起高品质好酒”。

付小铜认为,中国酒业的未来,一定属于走科技智能化、绿色化、可持续发展道路的白酒企业。“十五五”规划中提出的健康中国战略,也为酒业发展奠定了良好基础,未来的中国白酒,一定是健康化、高品质的。

李国庆则从年轻人的消费习惯与消费理念角度进行了分析。他认为,一方面,企业可以通过低度酒大幅度拉低消费门槛,让低度酒真正拥抱更广泛的消费市场;另一方面,当代年轻人更看重情绪消费,注重场景化、氛围感的饮酒体验,酒对他们来说不是刚需,是助兴。正因如此,年轻人也推动了更多酒类品类的创新。当喝酒不再是强社交刚需时,一批精品酒、特色品牌便应运而生。他同时表示,中国的

酒企仍需持续创新,推动中国烈性酒走向世界。

在李书文看来,中国白酒行业的未来,将是一个“以人为本”的时代。他认为,“尊重自我”的时代已经到来,这正是酒业从业者的机会。当行业真正迈入以消费者为中心、用户至上的新阶段时,必将呈现百花齐放、百家争鸣的格局——一张酒桌上可以同时摆放五六种酒,各取所需、随心所欲,这将是十分美好的消费场景。中国酒业的未来,不是由哪家企业来定义的,未来,白酒行业将呈现两端集中的趋势:一端是头部集中,因为其资本大、年份长、老酒多、储存量大;另一端是向个性化品牌倾斜,每个人都能在这个万亿级产业中找到属于自己的机会。

想了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。



想了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

中国酒业创新  
联盟企业展示



红星  
二锅头

好客山东  
雲門醬酒



牛栏山