

## 潮人自有心中选

徐先生称，他之所以会在网络旗舰店选择米歌酒，一个好处在于能够送货上门。近日，他关注到了米歌 180 毫升大瓶装酒——一次选购四瓶，快递上门，相当不错！在外聚餐，他就带上一整瓶！一桌人分享，美美与共！

周末在家，徐先生还有雅兴用米歌来作为基酒，调制“鸡尾酒”，与家人分享。徐先生大学在读的女儿也感受到了米歌清酒的魅力。她说，在一些酒吧已经能见到米歌清酒。她也跟着酒保学习了一些调制方式，在家就演示给父母看。

“清酒哦！中国品牌的清酒，在国潮风的引领下，吸引了不少年轻人呢！”据小徐观察，一些平日里喜欢汉服 cosplay 的同学，往往喜欢类似酒精度只有 8% 的“米歌清酒小清新”。“这些群体就是年轻潮人！他们不希望用烈酒将自己灌醉，也不需要拿啤酒展示一饮而尽的能力。与朋友促膝小酌，清谈之际饮清酒，时尚！”

当然也有类似徐先生这样的中年人，他们如果前往位于启东的米歌酒庄小酌，更喜爱万寿、千寿这样醇厚一些的米歌纯米清酒。

## 不仅是餐厅风向标

秋日的上海，位于虹桥红松东路 1116 号的新荣记餐厅某包房内，一桌客人正坐定准备开席。有人一眼望见了冰桶中的 1.8 升的米歌纯米清酒。“今天冰桶中的货色与往常不太一样嘛。”客人望了一眼请客的主家。因为他知道主家往昔总是以白葡萄酒开席，接着上红酒，还可能最后开一瓶白酒。而这回的架势，大不相同。

米歌酒庄的董事长易昕透露，米歌已经开始与新荣记这样的上海餐饮标杆企业进行合作。由此可见，未来，在上海一些美食展现之地，或许将会偶遇米歌这样的中国清酒。

有朋友如此解读清酒：“清酒的度数不高，达到的效果是好喝又不容易喝醉。大米酿造的纯粮食酒，似一种源自东方的神秘力量——助兴很易，败兴很难！”

实际上，新荣记从浙江台州一路发展到大上海，并成为上海的餐饮之名企业，其餐品适合什么样的酒水，许多朋友心中

有自己的想法与品评。

一位外企高管如此说：“我是在网上发现米歌清酒的。尝试着买了一瓶。从启东发货到上海。品饮下来，感觉轻松适口。于是我经常整箱整箱地买。没想到在新荣记发现，米歌清酒已经进入上海市场。”

潮人艾玛也在新荣记发现了米歌的存在。两相比较，她感觉，在主理人店里出现的米歌清酒是小包装的 300 毫升系列，比如米歌小清心、米歌千寿、米歌万寿。一些年轻人还用小清心与其他饮品搭配，调制鸡尾酒。店主说：“我们会按照酒客的建议去搭配，推出不一样口感的饮品。正因为我们的各种尝试，在某一杯出现热销的时候，我们就会给它赋予一个新的名字，增加它的存在感。”艾玛觉得这个想法很好。在味觉上不停地尝试，还在取名里加以创意，让清酒鸡尾酒风尚成为店中朋友们纷纷想要尝试的饮品。

据博思数据发布的《2024-2030 年中国清酒市场分析与投资前景研究报告》表明：中国清酒市场发展势头强劲，从 2014 年的 3290 万元增长至 2023 年的 15.2 亿元，增幅明显。这一增长趋势表明，中国清酒市场在不断扩大，并且有巨大的发展潜力。如米歌这样在黄酒、米酒、清酒领域都有较高生产技术与研发的酒企，当是这一市场当仁不让的主力军。[4]

米歌纯米清酒登上沪上餐饮品牌企业餐桌。摄影/王哲

