

泸州老窖·国窖 1573 封藏大典首登太庙 “浓香国酒”酝酿“文化自信”芬芳

■ 吕俊岐

这是一场穿越千年、重现中国古典礼制的文化盛典。

这是一份不忘根本、传承中国民族技艺的匠心坚守。

这是一种放眼全球、传播中国传统文化的品牌使命。

这是2018泸州老窖·国窖1573封藏大典。

作为百年老字号名酒企业，泸州老窖以封藏大典等一系列复兴传统文化的举措，积极响应国家“坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛”的倡导，致力于优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，助推中国文化走向世界、影响世界，彰显了作为“浓香国酒”的使命与责任担当——

北京，太庙，中国最具代表性和权威的祭祀圣地。六百年来，见证了中华文明的历练与新生，被公认为足已权威体现品牌格局和高度的地方。而始于秦汉、兴于明清被誉为中国传统白酒业的“浓香鼻祖”的泸州老窖，在春回大地的阳春三月，在实现百亿目标并步入重回前三甲征程的关键发力期，“浓香国酒”、“中国浓香·举世共享”诉求表达变得愈发强烈。由此，泸州老窖一系列战略举措可谓“当惊世界殊”，从“江阳古城”泸州凤凰山到“六朝古都”北京太庙，作为浓香正宗的泸州老窖，跨越的不仅仅是浩瀚深厚时空，而是“中华文化，世界表达”文化自信的品牌高度、深度和广度。

3月31日清晨，北京，晨曦中的太庙庄严肃穆。备受瞩目的2018泸州老窖·国窖1573封藏大典在此盛大开启，迎宾、开典、祭祀、封藏……以中国传统祭祀礼典，向世界展示中国传统文化的丰厚底蕴和独特魅力，泸州老



严启幕。泸州老窖酿酒人追溯中国白酒渊源，祭祀浓香白酒天下之大成者舒承宗，感恩天地，祈福家国繁荣。

在庄严的古乐声中，祭祀仪式依照传统礼制举行，主祭、副祭带领所有泸州老窖酒传统酿制技艺传承人，以传统礼仪感恩天地、祭拜先祖，表达泸州老窖不忘根本、传承技艺的虔诚之心。祭祀仪式庄重肃穆，令现场观礼者心生敬畏，更引领众人的思绪穿越千年，触碰古老的中华文脉。

中华民族有着最悠久的历史 and 优秀文化传统，而经过几千年多少个朝代和无数先贤的不断完善后，祭祀被赋予了更多的内容，具有了庄严的形式，但其根本点仍然立足于祈盼、诉求和感恩三个主题层面。这期间，中华酒文化也被一代代人演绎丰富，并不断被赋予新的内涵和描述方式。时代变迁，岁月如

塑造中国白酒最高规格的文化丰碑”成为当下泸州老窖的品牌宣言。

回望历史长河，明朝万历年间(公元1573年)，舒承宗始创舒聚源作坊，取龙泉井水，采用五渡溪黄泥建造窖池，创新大曲酿造之法，开创了浓香酿造之道。445年来，1573国宝窖池群连续使用，无一中断，成为了唯一与都江堰并存于世、连续使用至今的“活文物”，也是白酒行业首家“全国重点文物保护单位”。而泸州老窖酒传统酿制技艺经代代口传心悟，历经690年、23代人，更于2006年入选首批“国家级非物质文化遗产名录”。国宝窖池和传统酿制技艺共同为世人带来“浓香国酒”国窖1573，让中国传统文化以此为载体，为更多的人所了解和喜爱。

中国白酒是中国文化的重要载体，而中国文化是中国白酒的根与魂。泸州老窖·国窖

最上乘的酒应运而生，即为“秋收粮-冬入窖-春出酒”，故民间有“春酿酒，柔如玉，贵如金”之说。初春，将春酿原酒入洞封藏，一直都是泸州老窖坚持的传统习俗，旨在虔心守护农耕传统，发扬传统文化精髓，坚守自然酿造。

中国浓香，举世共享。泸州老窖·国窖1573封藏大典祭祀仪式结束后，泸州老窖呈上了十年前封藏的国窖1573春酿美酒，敬邀四海来宾品鉴。在豪迈的号子声中，九坛春酿原酒被抬至大典现场，九位国家级品鉴师现场演绎了白酒品鉴之道，带领鉴酒嘉宾和全场来宾品饮国窖1573春酿原酒。现场浓香挥洒，美酒飘香。

泸州老窖不仅是中国浓香型白酒的发源地，更凭借1573国宝窖池群和“泸州老窖酒传统酿制技艺”，成为白酒行业内拥有“双国宝”资源的企业。底蕴深厚的传统文化、独一



窖举办的这场文化盛宴，实现了现实与历史的穿越，也传递出了泱泱中华的文化自信。就在活动的前一天，世界级音乐大师谭盾以“英雄的盛宴”音乐会预祝泸州老窖·国窖1573封藏大典圆满举办，音乐会上，谭盾以“1573(哆咪西咪)”为灵感创作的《酒狂》管弦乐震撼首演。

【共盛典礼】 触碰中华文脉 致敬大国匠心

一直以来，泸州老窖就有祭祀先祖、感恩天地的传统习俗。2008年，泸州老窖以封藏大典的形式将这一传统文化礼典固化下来，并创新文化表达，向世界传递中国文化的自信。

早上8点08分，随着鼓手敲击礼鼓奏响鼓乐，2018泸州老窖·国窖1573封藏大典庄

严，但包括酒文化在内的中华优秀传统文化习俗文化，却得以传承、创新、丰富、提升和完善，这也正是当今我们要秉承的“文化自信”的厚重底气。

当天大典上，泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘淼在致辞中表示，“在北京太庙庄严举行、升格再现封藏大典，正是为了增强传统文化自信，彰显中国浓香型白酒文化的深刻内涵和独特魅力。”

在泸州老窖“历史不仅仅存在于过去，也活在当下”的发展认知中，将传统祭祀在神圣的专属场景中再现，在敬畏与感恩之中寻求新的价值拓展点是树立品牌调性的有效方式。这种看得到、听得到、触得到的传承方式将进一步巩固大众对泸州老窖的价值认可，并强化品牌在行业中的“国”字标签和文化标签，从而让“以身作则为中国白酒行业立信，

1573封藏大典上，迎宾、开典、祭祀、封藏等环节均按传统礼制进行，大典演绎了中国传统祭祀文化、礼仪文化、酿酒文化等，让人们在庄严的仪式感中深切感知中国白酒丰富的文化底蕴。

天地同酿，人间共生。泸州老窖酿酒人坚守祖训，不忘本心，在封藏大典上完整呈现了中国白酒酿造文化、中国酒礼精神和中国酿酒人的不懈追求，加深了大众对中国白酒文化内涵的理解，更令人们对白酒这一民族产业的未来发展充满期待。

【共鉴浓香】 一壶春酿敬来宾 一份宣言展蓝图

中国的美酒都遵循自然的酿酒轮回，而

无二的宝贵资源，共同塑造了国窖1573“浓香国酒”的金字招牌。本次封藏大典上，进行了一个激动人心的环节：泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘淼携高管团队，隆重发布了《浓香国酒宣言》，谨遵循祖法礼制，共祝国泰民安、家兴业旺；共论中国文化、世界表达；共促中国浓香、举世共享……

一代代泸州老窖国窖人薪火相传，共同描绘了中国浓香的广阔蓝图，现场观礼嘉宾无不为之动容，对中国白酒的责任心和使命感所震撼。

【共享文化】 世界表达 中国文化

本次泸州老窖·国窖1573太庙封藏大典仪式礼成后，由新华社中国经济信息社和泸州老窖股份有限公司共同主办的“世界表

达中国文化”——新华社民族品牌工程助力中国传统文化走向世界”主题对话也在太庙举行。一带一路沿线国家驻华使节、新华社、传统文化专家与泸州老窖就“助力中国优秀传统文化走向世界，促进‘一带一路’民心相通”这一主题进行了热烈探讨。随着“浓香国酒”飘香“一带一路”，中国与世界的文化交流互鉴必将日益密切，中国文化对世界的影响也必将日益加深。

向世界表达中国文化，让世界来感受中国美、体验中国美，是建设繁荣兴盛中国文化题中的应有之义。特别是在“一带一路”倡议日益走向深耕细作、落地生根阶段的当下，“中国文化走出去”具有特别重要的意义。在主题对话环节，中国经济信息社董事长、总裁徐玉光，天坛祭祀专家武毅军，文化学者言恭达，北京外国语大学希腊研究中心主任尹亚利，肯尼亚驻华使馆文化参赞若宾先生与泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘淼一同探讨了如何助力中国优秀传统文化走向世界。

值得一提的是，肯尼亚驻华使馆文化参赞若宾先生特别高度赞誉了泸州老窖丰厚的历史文化底蕴和泸州老窖美酒为“友谊使者”，并称赞泸州老窖。国窖1573美酒在肯尼亚“无与伦比”，得到了多数与会者的共鸣。

随着中国特色社会主义进入新时代，中国比以往任何时候都靠近世界舞台的中心，比以往任何时候都接近实现中华民族伟大复兴的目标。而建设社会主义文化强国、弘扬优秀传统文化，实现中国文化的繁荣兴盛，是达成这些目标的重要助推力。

十九大报告指出：“没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴”。今年的政府工作报告提出，“要推动文化繁荣发展，弘扬优秀传统文化。加强文化遗产保护。要以中国特色社会主义文化的繁荣兴盛，凝聚起实现民族复兴的磅礴精神力量。”

毫无疑问，弘扬优秀传统文化、推动文化繁荣发展，不仅仅是企业发展壮大之必需，更是企业社会责任与使命之所在。近年来，泸州老窖在文化传承的基础上，一直致力于复兴中华优秀传统文化，以及推动传统文化在全球范围的传播。2017，泸州老窖启动了国窖1573“让世界品味中国”全球文化之旅、国际诗酒文化大会、高粱红了、华语文学传媒大奖等一系列富有鲜明中国文化特色的公益活动；同时也积极参与到一带一路高峰论坛、金砖国家领导人会晤、中欧论坛等国家大事之中；并携手谭盾、蔡国强、中国歌剧舞剧院共同推广优秀的中华文化，让中华文化在更广阔的世界舞台绽放魅力。

泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘淼在对话中谈到，“伴随中国影响力的不断提升和中国文化的全面复兴，中国白酒作为中国优秀传统文化的优秀载体和民族产业的杰出代表，也迎来了加速发展、走向世界的历史性机遇。面向未来，借乘文化复兴、消费升级、技术进步和经济全球化的东风，泸州老窖将把握趋势、布局创新，与全行业及各界朋友携手并进，共同开创中国浓香、举世共享的发展传奇！”

和土地共情，同祖先共饮，与家国共鸣。“浓香鼻祖”泸州老窖透过气势恢宏的封藏大典，展现了坚定、自信和开放的姿态，扛鼎中华优秀传统文化传承和弘扬之大旗。

ASC 春糖连打组合拳 新作为带来新气象

■ 李玉友

在成都全国春糖会召开之际，中国内地及港澳地区进口葡萄酒行业的领军企业ASC精品酒业，在成都举办了名为“万象更新锦绣春”的一系列精彩纷呈的市场推广活动。

在此次活动上，ASC精品酒业首席执行官

总裁涩谷善彦(Yoshi Shibuya)、首席运营官王俊(Simon Wang)、品牌市场及供应链副总裁李韧(Richard Li)等高管悉数到场。

ASC举行了媒体见面会并举办了精彩纷呈的葡萄酒品鉴会，会上精选了100多种爆款佳酿，包含ASC最新引进的世界知名葡萄酒品牌及ASC经营多年的经典产品，供经销商合作伙伴品鉴与交流。

除品鉴会之外，ASC还精心安排了由业界知名专家与意见领袖主讲的品鉴研讨会。这三场研讨会分别邀请到ASC全国培训总监、英国葡萄酒与烈酒教育基金会(WSET)四级(Diploma)认证、葡萄酒大师学院第二阶段学员、WSET高级讲师唐丽燕担任主讲人，以及香气共和国创始人、风趣幽默的葡萄酒讲师小皮，对名庄酒市场有着深刻研究的李韧先生做主讲人。

行业复苏与升级 孕育精品葡萄酒市场新机遇

近一年来，ASC推出一系列革新举措，可谓动作频频。谈及原因，ASC精品酒业首席执行官总裁涩谷善彦表示这是公司回应2017年中国的葡萄酒行业回暖所做的积极调整。

数据显示，在这一年，我国葡萄酒的进口量达到748,828,891升，增幅为16.87%；进口额则达到2,788,828,540美元，同比增幅为17.95%。这是自2013年以来，葡萄酒的进口



额增幅首次超过进口量增幅。

涩谷善彦表示2017年出现进口额增幅首超进口量增幅的现象，这应归功于各方面因素的全面升级。首先，人民可支配收入不断提升，这是促进消费的前提；其次，电商的发展，线上线下平台的融和使经销商渠道更为成熟、多元，让葡萄酒消费更为便捷；再者，消费者对葡萄酒认知的提高，对精品葡萄酒的需求增大，从而出现了“消费升级”。85、90后消费群体的成长为葡萄酒行业的长足发展打下了扎实的基础。

增加战略品牌，满足市场“追求品质、物超所值”的需求

除了在渠道的多方布局和努力，为适应

(Grand Bateau)在中国内地的独家经销商。小龙头舰是龙船酒庄(Chateau Beychevelle)旗下的商业爆款，在业界已享有相当的知名度。2017年10月，ASC宣布与澳大利亚拥有150年历史的知名酒庄翰斯科(Henschke)达成战略合作伙伴关系，成为其在中国内地的独家经销商。

涩谷善彦指出：“ASC把更多精品葡萄酒品牌纳入旗下，是对ASC‘以精品葡萄酒为本’的经营策略的贯彻；另一方面，则为适应‘追求物超所值’的消费趋势，满足日渐成为市场主流消费群体的85、90后消费者对产品高品质、个性化、多元化、消费体验化的需求。”

他继续表示：“以客户为本，想客户所想，才能使公司取得真正的成功。这是ASC的公司文化。我们相信无论市场、渠道、消费趋势如何变化，对于一家精品葡萄酒公司而言，提供优质的服务是可持续发展的至关重要因素。这是我们二十多年来持守的不变真理。无论是日常的销售活动，还是为客户提供葡萄酒教育课程、或是高效专业的物流管理，我们将不遗余力地为客户提供最高品质的服务。”

2018年，中国葡萄酒市场将继续2017年积极发展的态势。ASC将基于这样的步伐，不断自我革新，为客户、消费者带来更优质的服务与产品。品质与服务 将永远是ASC的澎湃双引擎。

独家协办

中国食品工业协会
酒类食品高新技术培训中心

四川省川技王
酒类研究设计院

四川省广元市
酒类技术研究所

电话 (0839)3600888
电话 (0839)3602639