

子公司联袂上新，散发茅台高质量发展迷人魅力

■ 本报记者 樊瑛 张建忠 综合报道

“一花独放不是春，百花齐放春满园。要实现‘千亿茅台’，必须围绕做增量、促增长下功夫，推动子公司协同发展，跨越茅台酒‘一柱擎天、一花独放’的阶段。”

——茅台集团党委书记、董事长李保芳

在“千亿茅台”离大众视野越来越近的此刻，茅台集团子公司纷纷发力协同发展，争先恐后地出新招、创新路，高质量打造大单品，吸引着消费升级趋势下人们的眼球。

9月10日贵阳酒博会上，茅台集团旗下的技术开发公司和生态农业公司同一天联袂上新，散发着茅台高质量发展的迷人魅力。

柔和酱香升级力作 “茅台醇·天青雅韵” 优雅上市

怀着带给消费者“雨过天青云破处，这般颜色做将来”的初心，技术开发公司隆重推出柔和酱香升级力作——茅台醇·天青雅韵。

据悉，此次发布的茅台醇新品，灵感来自千年前宋徽宗“雨过天青云破处，这般颜色做将来”的唯美诗句，零售指导价为799元/瓶。

天青色是广袤祥和的代表色，柔和酱香是醇厚柔和的开创者。以天青色为媒，以创新工艺为魂，“茅台醇·天青雅韵”带给消费者不同的风情体验。

酒界泰斗、酿酒大师季克良，中国酿酒大师，遵义市酒业协会、仁怀市酒业协会会长吕云怀，中国酒类流通协会副会长、河南省酒业协会会长熊玉亮等业界专家及众多合作伙伴、经销商齐聚凉爽的贵阳，共同见证了“茅台醇·天青雅韵”的优雅亮相。

消费升级，柔和酱香深受消费者追捧

过去，酱酒是中国“酒桌文化”的主角，承担很强的社交功能，消费群体也以45岁以上的中年男性为主。但随着消费升级和酱酒的品质提升，市场预测，30岁至45岁的青年一代将成为未来酱酒的主力消费群体。

茅台集团总经理助理、技术开发公司党委书记、董事长杨凤祥在致辞时表示，为适应白酒消费大众化、健康化市场新变革，公司秉承“让传统的更经典、让现代的更时尚”的产品理念，与中国食品工业协会白酒专业委员会、中国食品发酵工业研究院等等国内一流研究机构合作研发柔和酱香型白酒，开创了我国酱香型白酒柔和淡雅口感的先河，先后荣获贵州省



● 茅台生态 Umeet 蓝莓精酿重磅上市



● 柔和酱香新品启动仪式

取酒、增添了续沙工艺，多了一次发酵和蒸煮。正因为如此，茅台醇在保留“酒体微黄、清亮透明、酱香显著、幽雅细腻、尾净味长、空杯留香”风格特点的同时，酒体风味上更加柔和，减少了酱酒枯、糊、苦的口感；取而代之的绵、爽、净的特点，对年轻人和白酒初级爱好者来说更容易入口。

除了酱香风味柔和外，此次发布的“茅台醇·天青雅韵”最大的亮点在于瓶身设计，它采用了简约的流线型瓶身纹样与传统宋瓷天青色结合，其中天青色取自于宋徽宗“雨过天青云破处，这般颜色做将来”的唯美诗句，完美诠释了“时尚+新中式”和“品质+高颜值”的品牌理念。

在发布会现场，酒界泰斗、酿酒大师季克良为“茅台醇·天青雅韵”新品题字“守道创新、酱香妙品”。此外，现场还有12名参会嘉宾被抽中，每人获赠了一瓶“茅台醇·天青雅韵”，也

做大单品。”杨凤祥表示，在新产品推广上，公司将坚持产品质量过硬、坚持销售模式可持续，把“厂商共赢、相融共生”落实到扶持重点经销商上，体现在市场投入中，做好细致化、专业化服务，做精体系化、系统化营销，做实制度化、激励化管理，让“茅台醇·天青雅韵”成为茅台醇品牌升级，做大市场体量的重要生力军。

“Umeet 蓝莓精酿” 带来极致味觉体验 为丹寨脱贫作贡献

蓝莓作为水果皇后，拥有上亿潜在消费群体，未来400亿元规模的产业蓝海。然而，却没有一款真正专业化、叫得响的蓝莓精酿。茅台生态“Umeet 蓝莓精酿”的重磅上市，为消费者带来极致味觉体验，剑指蓝莓制品空白市场。

亿在丹寨成立茅台生态农业公司。2019年5月，茅台生态农业公司整装再出发，从6月12日大规模招商座谈会，到十个重点城市的十场招商品鉴会，再到今天的产品发布会，一系列重大战略背后源自茅台集团的大力支持。

“之所以在3个月之内连续两次参加生态农业公司的活动，主要是近段时间以来，生态农业公司的工作做得卓有成效，各个方面都在朝着好的方向发展，继续努力下去，必将走上健康发展轨道。”李保芳明确表示，茅台集团将全力支持生态农业公司，并希望各界人士也继续支持，“因为支持他们就是支持脱贫攻坚，就是为实现小康添砖加瓦，共同把事做好”。

李保芳用四个“新”——新起点、新思路、新体验、新作为，表达对“蓝莓精酿”的态度和希冀。

“近20天以来，王莉同志带着团队跑了十个城市，分别开展这款蓝莓精酿品鉴会，以一种深度品鉴式营销走进市场，走进大众。”李保芳说，过硬的品质、良好的口碑，才是在激烈的市场竞争中制胜的法宝。

“这款13度的蓝莓发酵酒，为消费者提供‘刚刚好’的轻饮感受，让消费者获得不一样的茅台酒品新体验。”李保芳在致辞中希望，大家在喝茅台的同时，别忘了也喝点蓝莓精酿。

“现在不是所有男士和女士在一起都能喝茅台，我们推荐大家在餐桌上喝茅台的同时，把蓝莓发酵酒推荐给更多人。”李保芳说。

环境至纯、原料至真、技艺至精，一切都是刚刚好

随着市场品牌化与品质化需求的不断提升，国内酒类消费出现结构性升级。据天猫和贝恩9月8日发布的2019年中国酒类消费中趋势显示，随着“饮酒”成为表达自我态度和彰显生活方式潮流的兴起，正逐渐呈现出年轻化、她时代、一人饮和专业化的态势。

茅台生态 Umeet 蓝莓精酿重磅上市，就是把握消费升级的市场机遇而全力打造像茅台酒一样的大单品，为蓝莓系列制品打开品牌成长空间和价值空间，树立蓝莓精酿新标杆。

茅台生态农业公司按照“只做最专业的蓝莓制品，打造优质的产业扶贫平台”的产品定位，打造具有生态、健康、优质属性的蓝莓精酿，满足当前多元化、个性化的消费趋势和追求品质生活的消费诉求。

据介绍，茅台生态农业公司位于贵州黔东南，山好、水好、生态好，这里的免根系蓝莓皮厚、粒小、果香特别浓郁，花青素含量高，非常适合酿酒。

王莉介绍，茅台酿酒人着力攻克了蓝莓作为酿造原料，含糖量过低、发酵过程不宜控制、口感过于酸涩等瓶颈问题，小罐精酿等先进技术的应用，最大程度保留蓝莓浓郁果香，保留花青素等营养成分，降低酒体中高级醇等易上头的成分，确保产品品质优异稳定。

“这样的一瓶酒，是茅台酿造技艺与黔东南纯净环境、优质蓝莓的最美相遇，环境至纯、原料至真、技艺至精，一切都是刚刚好。”王莉说。



● Umeet 蓝莓精酿



● 柔和酱香新品签约仪式

科学技术进步奖、发明专利优秀奖，不仅得到国内知名白酒专家的高度评价，也得到追求口感创新白酒消费者的认可。

茅台醇，作为茅台集团技术开发公司倾力打造的柔和酱香核心品牌，一经推出就获得德国IF设计奖和世界之星包装奖两项国际大奖。

杨凤祥说，此次“茅台醇·天青雅韵”新品的研发上市，正是公司推进供给侧结构性改革、推动高质量发展理念的重要一步；是优化品牌序列、培植品牌力量、精准定位茅台醇布局的有力举措。

据悉，“十三五”以来，茅台集团技术开发公司围绕“全力打造成为茅台集团重要支柱”这一目标，持续推进供给侧结构性改革，白酒产业提质增速、上下游产业扩能增效，创造了营收年平均增速超70%的发展成绩。

柔和酱香，开启年轻人味蕾新体验

近年来，技术开发公司推出的茅台醇品牌旗下“年代茅台醇”“国际米兰茅台醇”等系列产品，以其年轻时尚的瓶身设计、优雅柔和的酱香风味，深受广大消费者，特别是年轻白酒爱好者的喜爱，市场表现亮眼。

作为柔和酱香型白酒，茅台醇有何特别之处？品酒师在台上为大家揭开了谜底。

与传统酱酒不同，茅台醇在古老工艺基础上实现了创新，整个生产周期内共有二次投料、一次续沙、九次发酵、十次蒸煮、七次均

成为了第一批拥有新品的消费者。

技术开发公司希望，通过此次新品发布会，能让更多人了解柔和酱香茅台醇，进一步丰富茅台醇的产品线，开拓年轻消费者的白酒市场，实现系列产品的百花齐放。

酱香时代来临，柔和酱香已成为价值洼地

随着2017年以来白酒的强势复苏，我国白酒市场上掀起了一轮新的酱香热潮，产业资本纷纷涌入助推酱香市场进一步扩容。凭借白酒行业占比4%的产能，酱酒行业占据了全行业20%的销售收入，利润更是达到了全行业的35%。

“茅台醇·天青雅韵”的推出，不仅是技术开发公司经过市场分析后得出的结论，也是行业市场的大势所趋。

技术开发公司党委委员、副总经理钟丽女士在发言中说，茅台醇处于起跑阶段，是巨大世界中的价值洼地，拥抱茅台醇，就是分享巨头品牌势能效应溢出的红利。

在这样的大环境下，“茅台醇·天青雅韵”无疑成为贵州酱香型白酒进入中国白酒市场的一次重要“试水”。

此次发布的茅台醇新品，得到了经销商的一致认可。签约环节，北京糖业烟酒集团、京东集团白酒部、北京歌德盈香股份有限公司、志福商贸(上海)有限公司、成都和悦上品酒业有限公司等9家经销商代表纷纷上台签约。

“厂商齐心加速市场布局，精耕细作，共同



● 季克良为“茅台醇·天青雅韵”新品题字“守道创新、酱香妙品”

贵州省政协副主席、贵州省慈善总会会长陈敏，茅台集团党委书记、董事长李保芳，酒界泰斗、中国酿酒大师季克良，黔东南州委副书记、州长罗强，茅台集团外部董事张瑞彬，黔东南州副州长秦杨远，丹寨县委副书记、县长徐刘蔚，茅台集团总工程师、生态农业公司董事长王莉，各省区有意愿合作的茅台酒经销商、大型连锁超市负责人及其他意向单位代表，进口红酒经销商等近三百名嘉宾出席 Umeet 蓝莓精酿发布会。

“酒瓶设计很漂亮，还没打开让人就想喝，有半干和半甜。”Umeet 蓝莓精酿发布会上，茅台集团党委书记、董事长李保芳充分肯定了蓝莓新品的口感。

李保芳在发布会致辞称，喝茅台的同时，别忘了也喝点蓝莓精酿，他更明确表态，生态农业公司未来盈利后，赚的钱将继续在黔东南夯实基础扩大蓝莓产业，甚至进入其他领域。

据发布会介绍，Umeet 蓝莓精酿分为半干和半甜两款。Umeet 蓝莓精酿 550ml 半干型零售价为 319 元/瓶，375ml 半甜型零售价为 289 元/瓶。

作为茅台生态农业公司重磅推出的高端战略新品，Umeet 蓝莓精酿已收获包括 90 后在内的众多新蓝粉，吸引 100 家酒商关注，签约金额逾 1 亿元。

“三个月内两次站台，李保芳提出‘四个新’

据介绍，2015年2月，茅台集团投资3.1