

成立六年，肆拾玖坊不仅保持了快速的增长，同时也保持了良好的现金流与盈利能力。在前期，仅靠自有资金，肆拾玖坊就取得了全面的发展，在供应链端、新零售端都已经步入行业前列。进入2021年，随着业务进一步成长，肆拾玖坊加速了在产能、品牌、用户体验方面的布局速度，为此启动了资本化布局。

近日，以“产业互联，众创之光”为题的肆拾玖坊A轮融资发布会于北京国家会议中心召开。会上信息披露：此轮融资由全球领先投资机构凯辉基金领投，全球酒业巨头之一保乐力加旗下的创享欢聚投资基金跟投。作为一家发轫于传统领域的产业互联网企业，肆拾玖坊首轮融资估值即达到50亿元。这也是已经公开估值的创业型新零售酒企中最高的一家。

当天下午，上千名来自各个行业的企业家、投资人、政府领导、互联网观察分析师、国酒大师、媒体记者荟萃一堂。会上举行了酒业新零售圆桌论坛，对白酒新零售的未来趋势进行了探讨。人民创意、中军凯旋现场与肆拾玖坊进行了战略签约。肆拾玖坊的创始人兼CEO张传宗阐述了对产业互联网再造酒业人货场的商业蓝图，凯辉基金的基金管理合伙人段兰春对传统行业的模式升级、生态化布局、中国白酒出海等话题进行了深度探讨。此轮融资发布会不啻为白酒新零售领域的一次高端峰会。

产业互联网切入 重构酒业“人、货、场”

肆拾玖坊是一家以中高端酱酒为核心业务的产业互联网企业。2015年，张传宗率领四十九位各界精英联合成立肆拾玖坊。至2020财年结束，肆拾玖坊的年销售额将达20亿，跻身行业前列。

在以“产业互联，众创之光”为主题的演讲中，肆拾玖坊CEO张传宗深入解读了肆拾玖坊的目标人群定位、商业模式、发展情况、产能布局、资本化战略，揭示了肆拾玖坊快速成长的核心竞争力来源。

张传宗是IT领域的资深从业者，曾任联想集团多区域、多业务总经理，多个领域的天使投资人，同时，他也是产业互联网的研究者和践行者、新零售与新消费领域的探索者。

张传宗指出：在当下的经济环境中，高效的信息资讯交互方式，与快速的物流配送系

凯辉领投 肆拾玖坊引发国际资本“醉酒”



统、便利的交通设施和越来越柔性化的智能制造工业，已经抹平了地域差异。在这样的情况下，大量的中生代、新中产、中坚人群，以及传统行业的大量社会资源都处于“已经在网却被闲置”的状态。

肆拾玖坊以产业互联网的方式，对酱酒等稀缺生产资源进行优化升级、对多行业的流通渠道进行整合赋能、对消费者的用户体验进行变革创新，从而形成了整合变革供应链、销售渠道、终端体验，联动各行各业、跨界共创的产业共同体。

肆拾玖坊的商业模式，打通了中年与青年人群的代际壁垒，形成了新的社群传播闭环。观察肆拾玖坊的生态，可以看到大量不同行业背景与年龄层次的人。在供应链端，肆拾玖坊以先进的管理方式进入传统生产领域，以高质量的标准对供应链进行优化，产品屡获殊荣。目前拥有上千个窖池，万吨产能。在体验端，张传宗认为酒的属性并非只在于口感，更在于其精神属性、社交属性、文化属性。肆拾玖坊体验店的性质与传统零售店大相径庭，是一个了解美酒、了解文化的体验中心。以酒为媒，肆拾玖坊为用户提供了除家庭、公司、商场之外的第四生活空间，同时也是用户在公司之外的第二商务空间。

新零售业态高速增长 赢得国际资本青睐

虽然立足于传统行业，但肆拾玖坊取得了惊人的增长速度。成立六年，肆拾玖坊增长迅猛，年复合增长率超过百分之百。目前肆拾玖坊拥有4000个新零售销售终端，其中包括百

余家新零售众创平台，1500家新零售体验店、2500个新零售经销商。已经有5万人（每年有两万人）参加肆拾玖坊的酱香之旅，前赴中国酒都贵州遵义仁和市茅台镇，体验肆拾玖坊的酿酒工艺与中国酱酒文化。肆拾玖坊的千斤坛收藏量超过1000万斤，创造了国内酒行业的高价值坛装白酒私藏记录。肆拾玖坊的销售网点已经覆盖31个省市、200余地市、上千个县级行政单位，从新疆到上海，从黑龙江到海南，都能看到肆拾玖坊的新零售体验店。目前，已有3万名来自各个行业的精英人士成为肆拾玖坊新零售合伙人。

以中高端酱酒为核心，面向新消费升级，针对已有的高净值、高素质用户，肆拾玖坊广泛布局特产大米、高端食用油、茶叶、精酿啤酒、有机葡萄酒等高品质生活消费品领域，通过新零售的方式传递给消费者。围绕用户的格调生活与认知升级诉求，肆拾玖坊还推出了高端西服定制、管理培训等新兴服务，为用户定制有品位、有格调的尊享生活方案。

凯辉基金管理合伙人段兰春女士出席本次会议并发表了演讲。凯辉基金是全球领先的投资机构，在肆拾玖坊的A轮融资中，凯辉基金进行了领投。段兰春在演讲中，对中国与国际酒业的发展趋势进行了探讨，并对白酒新零售赛道进行了分析。肆拾玖坊的高净值目标人群、创新的渠道打法、新零售思维，均给行业带来了启发与想象力，也因此赢得了凯辉基金的认同与牵手。

创享欢聚基金的投资负责人兼保乐力加中国区副总裁王晨先生亦发表了演讲，赞赏了肆拾玖坊创新的商业模式、管理组织与高成长性，保乐力加是全球酒业巨头之一，此次旗下

的创享欢聚基金对肆拾玖坊的A轮融资进行了跟投。

回望2020，中国白酒行业发展态势良好，其中酱香酒产业实现产能约60万千升，同比增长约9%，占白酒行业总产能的8%左右，呈稳定上升趋势。2020年，中国酱香酒产业销售收入及销售利润分别达到约1550亿元和约630亿元，仅销售利润就占中国白酒行业总利润的近四成，可见，消费结构正在逐渐升级。酱酒热的未来趋势，引发着资本市场对酱酒关注度的持续升高。肆拾玖坊这样的新型企业在传统行业的升级中扮演了探索者与引领者的角色，因而成为重点关注对象。

牵手人民创意 布局文创缔造酒文化

人民日报《国家人文历史》杂志社总编辑、人民创意（北京）文化发展有限公司董事长盛若蔚出席签约仪式并致辞，他指出：人民创意作为人民日报文化创意领域的龙头单位，依托深厚的文化积淀和融媒体优势，积极探索“文化+”的产业新业态，助力中国极具潜力的民族品牌推出具有文化属性的品质好物，努力让中国品牌当好中国故事的讲述者。人民创意与肆拾玖坊用文化做引领，以创新为驱动，通过跨界合作点燃民族品牌高质量发展的新引擎，以“文化+消费”的创新形式打造肆拾玖坊多元的文化消费IP，助推品牌的价值表达，打造白酒行业文化生态标杆。

盛若蔚表示，今天我们以“人民岁月酒”为起点，坚守人民立场和人民情怀，用匠心的匠心精神、独特的时代情怀和深厚的文化底蕴赋能引领行业发展，更好地满足人民日益增长的对美好生活的需要。未来，人民创意愿与肆拾玖坊共同培育更多具有民族特色和国际影响力的酒文化IP，以更加优质的品质和内容，做文化交流的纽带，架情感互通的桥梁，带给人民更加美好的享受，更好地承担起世界读懂中国的责任与使命。

肆拾玖坊总裁麻劲松发表了题为“寻根传统，文创未来”的主题演讲。麻劲松表示：酒在人类的精神世界与文化生活也有其独特的地位，是政治、文化、艺术、亲情、友谊、悲欢离合的载体。而在今天，一方面高品质的酱酒需求仍未被满足，一方面，中国的白酒产业在互联网时代仍有诸多升级机会。随着中国传统文化复兴，中国酒将重新焕发出自己的独特魅力。

麻劲松在演讲中提到：人民创意是一家文化赋能型企业，肆拾玖坊其实也是文化驱动型的公司，这是双方可以战略牵手的重要原

因。发掘酒文化的美好，以用户体验、场景设计等方式，助力中国文化自信，缔造民族品牌IP的未来趋势，是肆拾玖坊的初心与情怀所在。

中军凯旋共襄盛举 产业助力红色情怀

发布会上，肆拾玖坊还与中军凯旋举行了战略签约仪式。中军凯旋是面向全国退役军人提供服务的专业平台，致力于在就业创业、培训教育、生活扶助等全方位进行助力。双方将联合发力就业领域，共担更多社会责任，以跨界赋能、管理培训等多种方式，携手16.7万个服务机构，为更多退役军人进入创新产业领域的机遇。

中军凯旋副总裁曹向东以“携手赋能退役军人，产业助力创业创新”为题，在会上发表主题演讲。曹向东着重介绍了此次肆拾玖坊联手中军凯旋，推出面向退役军人的专属酱酒——凯旋岁月。旨在让它重拾一段酒和军人之间梦萦千年的渊源；重新发掘在酒里所蕴含的、超越时代的一种价值。“凯旋岁月”承载着退役军人对于军人身份最好的诠释：“追求胜利的凯旋，铭记从军的光辉岁月”。双方希望通过“凯旋岁月”，让所有以军旅为荣的老兵们，唤起那份热烈而深沉的战友情怀，唤起那些融入血液的骄傲和荣光。

此次A轮融资估值50亿元，其获得的投资将帮助肆拾玖坊在如下领域深入发力：

（1）进一步整合优质的稀缺产能资源，并购、投产、注资管理高品质的酒厂、增加酒窖，增加老酒的储酒量，建设更多基酒储酒基地、客户藏酒酒窖。

（2）拓展并赋能更多行业，让酱酒新零售成为更多行业的高黏性、高回报、高成长的伴侣业务。

（3）创造知识型、文化型、传播型的风格化新零售。以高质量的内容，有影响力的圈层、各行各业的意见领袖为文化势能，推广健康酒文化、礼仪酒文化、理性感性并蓄的文明酒文化，为缔造传统文化自信、民族品牌自信做出贡献。

（4）通过大数据、视频直播、商品价值的数字化流通、社群信息化建设、基于数据的线上线下联动、基于LBS的生态产品与服务布局等举措，缔造典范的数字酒业。

（5）布局海外市场，以海外华人、中国文化爱好者为枢纽，以文化输出为手段，启动海外肆拾玖坊的体验店、新零售体系的建设。

最美人间四月天 不负春光与时行

宿迁酒业万吨酱香型开工暨乾隆江南第四届粉丝节举行

王惟强 苗倩

日前，宿迁酒业集团万吨酱香型原酒开工暨乾隆江南第四届粉丝节在宿迁举行，中国酒业协会理事长宋书玉、宿迁市人民政府副市长曹秀明、中国酒业协会副理事长、江南大学副校长徐岩、中国酒类流通协会副会长、河南省酒业协会会长熊玉亮、中国酒业协会副秘书长刘振国、江苏省酒类行业协会常务副会长兼秘书长王建英、洋河股份董事长、党委副书记张联东、洋河新区党工委副书记顾宇、著名白酒专家、中国首届酿酒大师、水井坊原总工程师赖登燊、国家食品质量监督检验中心主任程劲松、中国白酒大师、洋河股份副总裁、总工程师周新虎、宿迁酒业集团有限公司党委书记、乾隆江南酒业股份有限公司名誉董事长张建良等嘉宾以及经销商、粉丝代表及媒体记者们共400多人参加了活动。

万吨酱酒开工 乾酱撒播希望的种子

作为黄淮名酒带的重要一员，作为酒都宿迁第二大白酒生产企业，宿迁酒业集团、江苏乾隆江南酒业于这一天，播撒下“宿迁酒业集团万吨酱香型原酒基地建设”的种子。

正如中国酒业协会副秘书长刘振国指出的，宿迁酒业集团万吨酱香型原酒基地的开工，展示了酒都宿迁在白酒产业高质量发展方向上的又一具有战略眼光的举措，无论对丰富酒都宿迁白酒产品结构，还对对酒都宿迁酒业高质量发展的未来都具有深远的意义。

在“十四五”的开局之年，这颗希望的种子将乘着酱酒热的东风，成长壮大，成为宿迁乃至江苏一颗枝繁叶茂的大树，惠及江苏的消费群体，让全国各地的消费者都能品见到独具酒都风韵的酱酒，为宿迁酒业在未来的市场竞争中抢占一席之地。

万吨酱酒生产基地奠基，“十四五”期间可达3万吨产能规模，乾隆江南酒业因此将成为华东地区最大酱酒生产基地。宿迁酒业集团有限公司党委书记、乾隆江南酒业股份有限公司名誉董事长张建良表示，在产销规模上，“十四五”末乾隆江南将实现产值过百亿，营收突破

50亿。洋河新区致力于特色酒企培育，积极践行多香型、多品类、多风格的发展路径。洋河新区党工委副书记顾宇认为，乾隆江南酒业在特色酒企发展方面，始终发挥着标杆、引领作用，以“宿迁酒业集团万吨酱香型原酒基地的开工建设”为引领，将实现特色酒企与龙头企业错位布局、差别发展。

十年磨一剑 乾隆江南坚守品质酿造

中国酒业协会理事长宋书玉前瞻性提出的，酒类消费进入到“长期不缺酒、长期缺好酒”的时代，得到业界广为认知。

在活动现场，江南大学副校长徐岩指出，中国白酒进入到品质时代，过去，中国白酒从未如此重视品质，追求品质成为白酒企业发展的新常态。

要敬畏消费者，也是著名白酒专家季克良一再提醒企业的，要做到这一点，就要向消费者提供一瓶好酒，一瓶有特点、有个性，与当地饮食习惯、消费习惯相契合的好酒。

正如江南大学副校长徐岩谈到的，中国白酒遵循“天人合一”的酿造理念，是人与微生物共同携手创造出的风味独特的饮品。

在活动现场，不少从南京、无锡等地慕名赶来参会的经销商，在见证“宿迁酒业集团万吨酱香型原酒基地的开工”仪式的同时，对于乾隆江南酱酒的品质，给予了一致的肯定与赞誉，“酒不错”，成为大家交流中提及最高的词汇。

会期，乾隆江南酒业股份有限公司发布了乾酱酒都壹号（53度，市场零售价1799元/瓶）、乾酱酒都精品（53度899元/瓶、46度869元/瓶）、大运乾酱（53度569元/瓶、46度529元/瓶）三款新品，宿迁酒业集团有限公司党委书记、乾隆江南酒业股份有限公司名誉董事长张建良说，“不是因为酱酒热才来做酱酒，乾酱的横空出世，是15年的匠心坚守，是真正意义上的十年磨一剑。”

2003年，洋河蓝色经典横空出世，就是迎合了从重香到重味的趋势变化，时光回溯到洋河蓝色经典出世的第三年，2006年，乾酱白酒开始投产，开创酒都宿迁酱酒生产之先河。宿迁酒

业有限公司党委书记、乾隆江南酒业股份有限公司名誉董事长张建良用“5475天、3600天、100吨”的数据，说明了乾隆江南酒业的初心不改与匠心坚守。“从第一瓶乾酱出产，迄今5475天；酒是陈的香，存储使酒的香气更优雅，酒体更纯净，每一瓶乾酱均历经3600天以上的岁月珍藏，2021年，仅向市场投放100吨”。

多年来，茅台独具风格的口感体验培育了一大批忠粉，酱酒热虽然是茅台引领下的品类热，但在品质消费时代，今天和未来的酱酒主场永远属于那些“坚守品质酿造，有实力、有耐心，维持风味的稳定性和典型性”的好酒。

乾酱“三更” 一方水土孕育一方风味

“跟茅台差不多，其实是差得远”。北京正一堂战略咨询机构董事长杨光就强调，做酱酒的企业往往陷入一味模仿茅台的怪圈，其实，你是模仿不来的。他建议，做酱酒的企业要建立自己的专有口感、专有风格、专有体验和专属粉丝。

“韵味更少、苦味更小、口感更好”，杨光总结的乾酱“三更”，用消费者能听得懂的语言，阐述了乾酱的独有风味，在杨光看来，正是基于品质的革命性创新，方才缔造了乾酱独有的风格。

首先，从原料选用上，在原料选用上，历来有大米净一说，据张建良介绍，乾酱采用“高粱、小麦、大米”三种粮食，成就了乾酱53度、酒都壹号“幽雅醇厚净爽”的独特风格，在大曲的选用上，采用高温曲、芝麻香专用曲、董香小曲合理调配，实现了“酱芝董”三曲兼长，石窖发酵，泥底为酿酒微生物发酵提供了适宜的环境，利于白酒风味物质的产生。

其次，长期坚持与江南大学等高校科研单位合作，以科技赋能酒体创新。徐岩称，乾隆江南酒业是与江南大学合作16年的“伙伴”，并指出，“12345”特色生产工艺成就乾酱香型白酒。数十年如一日的科技赋能，成就了乾酱白酒的独特风格。

第三，宿迁产区独特的风土条件，滋养了乾酱独特的风韵。宿迁是世界三大湿地名酒产区之一，坐拥三河两湖一湿地的天然地理环



境，典型湿地性气候造就了乾酱的独特品质。一方水土孕育一方美酒，区域微生态差异是构成不同区域白酒风格差异的基础。徐岩指出，酒都宿迁是中国最适合优质白酒酿造的区域之一：“三河、两湖、一湿地”酿酒生态，肉红色微酸性黏土适宜微生物繁殖，独特的酿酒菌群，赋予了乾酱典型的地域风格。

一方水土孕育一方美酒，一方百姓偏好一方风味。多年来，乾隆江南酒业致力于以科技之手保证品质的稳定与独特风味的创立。2020年9月28日，中国轻工业联合会、中国酒业协会在北京组织召开宿迁酒业集团“乾酱白酒酿造工艺关键技术研发及产业化应用”项目技术鉴定会，专家组认为，该技术结合传统酱香型、芝麻香型、董香型白酒生产工艺特点、解析与应用中国白酒酿造功能微生物，丰富了乾酱白酒香味因子和功能因子，提升了乾酱白酒风格特色，鉴定委员会专家一致认为该项目总体技术达到国际领先水平。

举办粉丝节 构建与消费者沟通的新话语

科技，为保证产品品质赋能，文化，则为品牌价值赋能。中国白酒绵延数千年，随之流传下来了好多名人轶事，成为美谈。后来，为延续和传承“乾盛义”和“天和隆”陈酿烧酒，取意为乾天酒。1986年，当地地方政府在“乾盛义”与“天和隆”烧坊原址基础上复建厂区，名为洋河酒厂洋北分厂，乾隆江南酒业初具规模。

一路走来，乾隆江南酒业秉持酿好酒的初

心，在新发展阶段，酒业消费的新时代也正在乘风而来。消费者对品牌、品质、口味的要求与日俱增，如何讲好一瓶酒的品质故事，讲好乾酱的品牌故事，建立以用户和消费者为中心的话语体系，创新与终端消费互动的体验模式，理解持续变化的消费和市场需求，用最高效的方式和成本持续创造长期价值，是乾隆江南酒业关注的焦点，也是“乾隆江南粉丝节”举办的初衷所在。

在“宿迁酒业集团万吨酱香型原酒开工暨乾隆江南第四届粉丝节”活动现场，乾酱的粉丝收获满满。

据悉，乾隆江南粉丝节自举办以来，每届都为粉丝优惠发行粉丝收藏酒，在“乾隆江南第二届粉丝节收藏酒摇号回购环节”，现场通过摇号方式回购十坛第二届粉丝节收藏酒，4月21日的回购价格为5688元/坛，年化增值率达118%。

作为乾隆江南酒业的当家人，张建良表示，连续举办四届“乾隆江南粉丝节”，就是要为乾隆江南品牌爱好者提供交流、沟通的机会，塑造乾隆江南粉丝积极、健康、向上的良好形象，增加大家对白酒品类与文化，特别是对乾隆江南品牌的了解，帮助大家树立正确、科学、健康的消费理念，倡导科学饮酒之道。未来，我们还将组织成立粉丝俱乐部，进一步加强与粉丝们交流互动，为品牌爱好者提供交流、沟通的机会，在圈层化、情感化、参与感等准则的指引下，以体验式消费为基础，突出个性化、差异化消费，通过不断的发展与壮大回报消费者与经销商。