### 酱乡国酒闪耀秋糖

在 2021 年全国秋季糖酒会上,主题为 "醬鄉國酒 百年传承"的新品上市发布会

1915、醬鄉國酒 1935 和醬鄉國酒 1949。此 外,为纪念与庆祝醬鄉國酒荣获"2015年 度中国白酒酒体设计奖"全国第一名,中心 集团专门打造的一款产品"**酱鄉國**酒·冠军 杯"也一并亮相。

茅台中心集团董事长周杰明在致辞中 表示, 醬鄉國酒新品是中心集团的诚意之 作,希望能够通过此次品鉴发布会让大家 了解到醬鄉國酒的品质, 更希望这份品质 能成为厂商之间的桥梁, 最终达成合作共 赢、长期发展的终极目标。

在谈到当前举国酱酒热现象时,周杰明 发表了自己的看法,他表示,"酱酒热"的核 心是品质热。正是因为广大优秀经销商长年 来诚信服务,引领倡导品质消费,使人们的

"酱酒热"的关键是文化热。很多优秀的 经销商朋友,都是真正的酱香型白酒文化大 使,他们不辞辛劳做推广,不厌其烦做教育, 让更多消费者了解了赤水河、茅台镇的生态 环境优势,熟知了"12987"的精湛技艺传承, 让酱酒文化价值广为传播,深入人心。

"酱酒热"的趋势是消费热。从市场表 现看,酱香型白酒的消费群体持续扩大,消 费活力持续增强,酱酒的消费热,是广大经 销商持续、细致开展市场工作的结果反映, 让酱酒卖起来,喝起来,让酱酒的消费价值 真正得以体现。

在周杰明看来,酱酒竞争已经迎来"下 半场",关于如何"认知"和"应对"这个下半 场,其中极为重要的一点,就是酒企与酒商 之间深度融合,合作升级。

酱酒下半场的特征,是消费更加理性, 服务更加重要,品牌加剧分化,一方面要为

协同,相互信任、相互理解、相互支持,共同 价值相统一的市场核心竞争力。厂商彼此 不可能脱离对方独立存在,也不能强弱对 共同体和命运共同体, 共同面对问题和解 决问题,共同适应环境的改变,共同满足多 元化、高层次的市场消费需求,共同服务于 消费者。"周杰明表示。

应邀参会的深圳华邑国际酒业有限公 司董事长高海贝在发言中, 酱酒潮起之时, 选择优质的酱酒品牌至关重要。作为酒商, 目光应该放得更广、更长远,任何有底蕴的

贵州中心酿酒集团副总经理兼市场总 监聂祥柱从企业、产品、营销等层面,对醬 鄉國酒进行了全方位的解读。

企业层面, 聂祥柱介绍, 中心集团传承 于茅台镇三大烧坊之首,历经近百年,已发 展为中心酿酒酱香文化产业园,是贵州省 首批工业旅游的 4A 景点、国家技术监督 总局认定的全国九家酱香型白酒酿造产业 知名品牌创建示范企业。

产品层面,中心集团酿酒用水取自赤 水河,小麦制曲、本地红缨子糯高粱酿酒, 秉承 12987 工艺, 历经 30 道工艺,165 个 工艺环节,天人共酿而成。

如果说,上述层面是重在传承,那么在 营销层面则聚焦在"新"上。比如创新薪酬 体系、创新销售公司股权架构、创新高端消 费服务模式,从团队、经销商、合伙人等不 同角度为酱酒市场提供高品质增值服务。

活动现场,中心集团还分别与大商、媒 体进行了战略签约合作。贵州中心酿酒集 团五年35个亿的全媒体投放已全部签约 落地,未来将在机场,高铁,户外,分众,线 上等全方位广告释放, 为品牌和合作伙伴 全力打造优质酱酒平台。现场,中心集团还 与大商战略合作签约,当即拿下上亿首单。

茅台中心集团位于茅台镇 7.5 平方公 里核心产区,西抵青龙山,东临赤水河,拥 有近 40%的绿化覆盖率,是国家 AAAA 级 景点,酿酒生态环境优势显著,结合从茅台 镇三大烧坊之首传承的传统酱酒酿造工

艺,形成了坚实厚重的品质优势壁垒。 此外,作为全国绿色基地管理办公室 贵州地区工作委员会指定的绿色产品生产 基地,中心集团在茅台镇唯一拥有大型恒 温洞藏酒库, 唯一修建有跨越六朝的御酒

坊,生态优势得天独厚。 醬鄉國酒, 便是中心集团在如此的基 础优势上推出的战略新品,遵循古法酿造 技艺,采用分型贮藏分级勾调的核心技术, 历经长达 15 年以上的洞藏老熟而成,曾先 后斩获 2015 年布鲁塞尔国际烈酒大赛金 质奖章、2017年首届中国酒都十大质量奖

等奖项。



# 传承国酱艺 创领中度风

## 第十九届古贝春酒文化节暨 2021 北方酱酒文化节举办

团盛大开幕。本次盛会有国家、省、市、县 政商领导、古贝春全国各地客商、媒体记

### 高举"运河文化旗帜"十九载 古贝春酒文化节终成行业新标

时正值鲁酒板块"集体练内功"时期,如何 产品定位。一方面是其有着行业公认的、 让更多的社会大众认识到我们鲁酒企业 "传承国酱艺"的、与茅台传统大曲酱香同 也有好酒,成为诸多鲁酒企业面临的大课 宗同源、一脉相承的"正统、高贵血统";一 者皱过眉头,古贝元酱酒的知名度和市 题。根植大运河的古贝春集团,最终将发 力点选在了"大运河"上。

烟花璀璨、翰墨飘香、鼓震天岳的文化盛 典,在九达天衢的德州和运河明珠的武城 奏响了新世纪运河酒文化的最强音。首 化独创性, 开启了地域名酒与地域文化 的完美缔合模式。从演艺明星的现场助 阵到运河文化的翰墨飘香,从运河产区的 古邑的街头巷尾到运河两岸的文化巡演, 成为此后每年一度的酒界盛典与文化品

类企业,运作"运河"品牌的企业也有不少, 为古贝春题词"南酒北酿,酱香传承"。 走运河文化路线的品牌也有一部分,但试 问,又有哪些企业能持续坚守、持续选择 的评价,可以解读为季老对古贝元酱酒能 业界的技术难题。 "与运河文化对话"、持续高举"运河文化旗 几十年如一日、师承茅台、传承茅台酿酒

第十九届古贝春酒文化节暨 2021 北 之深,也足以见证古贝春集团的战略持久

者,云集山东武城,品美酒、话友情、谈发 形象代言人赵炎先生诵读《古贝元赋》。相 了"北派酱酒、北方酱酒"之划分。古贝春 集团是北方酱酒企业中,较早勇于扛鼎北 酱香酒,再到古贝元中度(46度)酱香白

古贝春酒文化节起始于 2002 年,当 "鲁酱"思维,果敢的提出了"酱酒北宗"的 技术团队的长期战略研判和持续创新。 方面从团队、经济基础、技术、基酒和老酒 储备、市场布局等多方面看,古贝春早就 2002年的9月6日,一场星光云集、 具备扛鼎"北方酱酒"大旗的实力。

### 持续创新 古贝元酱酒终成"酱酒北宗

季克良先生,亲临古贝春集团考察古贝元 酱酒的发展状况,参观结束后,其动情的 人文研讨到白酒技艺的交流切磋,从州城 说:没想到30多年来古贝春集团对酱香型 很高的成绩,非常难得。谈起早在1983年 牌,成为每年度不断丰富和升级的系列文 就来到古贝春研制酱香型白酒的茅台酒厂 前生产技术科长杜安民先生,季老深情地 一瓶美酒的珍奇芳香,更是一条运河的亘 回忆:"杜安民先生是我的领导和老师,当 欢"大口喝、一口闷"的北方消费者的喝酒 速度很快。从此意义上来说,从行业定位 古流长,从活动到平台,也终成就了在业 年经我举荐来到古贝春研制酱香型白酒, 习惯,能否开发出一款既有高度酱香的口 及发展趋向来看,由古贝元中度(46度) 古贝春对他非常尊重,给予他很高的待遇。 感、又能适合"大口喝"的、"低而不淡"的 酱香白版开辟的"中度(46度)酱酒"赛 放眼整个京杭运河名酒带, 其涉及到 我代表杜安民先生的亲属向古贝春集团表 中度优质酱香白酒,这是市场留给诸多北 道,在全行业内已经初步成形。 的北京、天津、河北、山东、河南、安徽、江 示诚挚的谢意!看到古贝春的酱香型白酒 方酱酒企业的一个大课题,同时更是一个 苏、上海、浙江等省市,沿线至少上百家酒 取得这样的成绩,我非常欣慰。"季老欣然 难课题。因为诸人皆知,相对于高度酒来 十年的酱酒文化传承积淀,有着古贝元中

对"大运河"这一企业发展之根脉的情感 业发展持续赋能的信心、鼓励、展望。 近四十年来,在经历的多个时代,在 香白版,给包括山东消费者在内的整个北

一直依靠持续创新,培育了诸多的符合时

古贝元酒,再到特供古贝元,再到"国蕴" 较大的引领、振奋、鼓舞作用。 版,几十年一路走来,每个精品古贝元酱 古贝元酱酒,在多年前就选择跳出了 酒的背后,都有着古贝春集团高管团队、

来,古贝元酱酒从来没有在质量上让消费 仗、能打硬仗、能赢硬仗"的水平

### 古贝元中度(46度)酱香白版 上市三周年崛起成市场新宠

天下,后来随着汉酱酒逐步崛起,51度也 逐渐形成了一个赛道。但坦白而言,因地 理位置、气候、情感、环境、氛围、习惯等多 出现了越来越多的"中度(46度)酱酒"精 无论是53度、还是51度,都不太适合喜感,获得了越来越多消费者的认同,成长 说,白酒的降度技术更加复杂,难度更高, 度(46度)酱香白版精品酒的加持,相信 对古贝元酱酒"南酒北酿,酱香传承" 特别是酱香型白酒的降度曾一度是白酒 此次活动必将再次深度定义"北方酱酒"

帜"近二十载?好像只有古贝春集团一家。 精髓、扛鼎北方酱酒大旗的充分肯定,更 贝春技术团队,历经大量调研、技术攻关、 同等待、期待、期盼此次盛会的精彩绽放!

方酱酒文化节于10月24日在古贝春集 性,也足以引发全行业对古贝春的持续钦 多代技术团队的全力协作下,古贝春集团 方市场,提供了一款适合区域消费习惯的 从古贝茅、到花坛古贝元,再到年份 的新时代,在整个北方酱酒阵营中起到了

企業家8數中国酒

山东各地,到全国各地,成为北方酱酒诸 理、销售公司总经理张洪昌在分享中指 多品牌中的佼佼者、领军者,持续创新让 出:过去三年内,古贝春连续实现销售的 古贝元酱酒成为真正的"酱酒北宗"、北方 速突破;2021年前8个月白酒产业销售 收入较上年同比增长47.7%的"战绩",在 这个好成绩里面,有"古贝元中度(46度) 酱香白版"快速发力的伟大贡献。

由此可见,在过去三年间,古贝元中 度酱香白版,已经成为古贝春集团于市场

从 1983 年前后就开始师承茅台的古 北方酱酒再次深度赋能的盛会。让我们共

# 衡昌烧坊 用心做好一瓶酒

■ 李玉友

近日, 衡昌烧坊新品发布会在天津举 行,会上环球佳酿酒业集团旗下高端酱酒 品牌衡昌烧坊,正式推出了新的产品系 列。衡昌烧坊主品牌推出衡昌一号烧坊、 青玉系列、香槟金系列、橙系列以及文化 创意和特定消费场景的定制类产品,由 衡昌烧坊出品覆盖中端消费客群的系列 酒,隆裕坊和酱祖也同步上市推出。衡昌 烧坊系列酒和定制酒的全面上市,标志着 衡昌烧坊坚持品质匠心的同时, 向着品 牌,长期坚持,规模发展路线前进。

中国酒类流通协会会长王新国,中国 酒业协会副秘书长刘振国,中国酿酒大 师、遵义市酒业协会会长、茅台集团原总 工程师吕云怀,仁怀市酒业协会执行副会 坊 百年匠心"的文化底蕴得到了淋漓尽 业集团的实力,得到了渠道和消费者的追 长兼秘书长吕玉华,环球融创会展文旅集 致的展现。无论是在场景的布置上,还是 捧。随着市场的不断拓展,目前,以衡昌烧 团有限公司、环球佳酿酒业集团有限公司 在活动流程的安排上,在现场都能深刻感 坊品牌为核心的6大单品矩阵已经成型。 董事长邓鸿等出席了本次会议,并与 240 知衡昌烧坊背后深厚的品牌底蕴与品质 多名来自全国的经销商、媒体见证了新品内涵。

昌烧坊,随即推出第一代产品,4年过去, 质和深厚的品牌获得了市场的认可,事实 品分别是衡昌一号烧坊、衡昌烧坊典藏、 史可以追溯至1929年。深厚的历史积淀, 衡昌烧坊以其"衡昌烧坊 百年匠心"的品 证明,以"品质、品牌、规模、长期"为愿景的 太平盛世系列、衡昌烧坊龙尊、衡昌烧坊 令其具备成为一个高端品牌的核心要素。 牌定位和出众的品质得到追捧,其高端酱 衡昌烧坊受到了消费者的信赖和喜爱。 永恒之爱、衡昌烧坊精品、酿酒师系列、香 酒品质和"百年匠心"的文化价值,迅速获

### 新品上市首发 行业专家赋能

此次推出的新的产品系列,可谓从品 质、包装、市场等方面全面焕新。

创始人周秉衡于1929年在茅台镇开办衡 牌的回归,一种匠心文化的重塑。" 昌烧坊,它成立之初便是茅台镇最大的烧 坊,生产的酒叫衡昌茅台;1941年,生产的 衡昌烧坊再加速 酒改名叫赖茅;1953 年,仁怀县通知茅台 酒厂接办衡昌烧坊,由此三个酒坊正式合



衡昌烧坊传承酱香品质,弘扬古典风格, 列。 和文化传承,酒体,"酱香纯正"、"入口柔 上述产品价格从高端以及超高端的 星级高端奢华酒店为衡昌烧坊提供销售 和,不刺激"、"回甘明显"、"包装复古有味 1599到3199不等,不仅让衡昌烧坊实现 渠道,衡昌烧坊生产基地的建设,也将融 道",这也是消费者对它的品鉴之语,和高 了超高端酱酒市场的布局,同时也进一步 入更多文旅气息。今年5月,环球佳酿与

中国酿酒大师、遵义市酒业协会会 同时,针对酱酒产品的消费结构,衡 建设项目达成合作,也更加宣告环球佳酿 长、茅台集团原总工程吕云怀在品饮了衡 昌烧坊还推出了面向次高端市场的两款 对酒业充满信心。 仁怀茅台镇有"中国酒都"之称。衡昌 昌烧坊之后,当场感慨——"衡昌烧坊的 新品"酱祖"、"隆裕坊"价格从799到999 目前,酱酒行业已经逐渐进入下半场, 烧坊是茅台镇酱酒品牌的优秀代表之一。 重新亮相不仅仅是一次复出,更是一个品 元。以及环球佳酿旗下的茅台镇一九一 随着品牌化集中程度的加剧,可以预见未

4 大系列 +1 产品升级

正因如此,本次新品发布会,"衡昌烧 百年匠心"的品牌历史,以及环球佳酿酒 生产基地酒庄化

产品体系已经难以满足现有的市场需求, 疑。 会上,中国酒类流通协会会长王新国 因此衡昌烧坊在此前的基础上新打造了 2017年,环球佳酿酒业集团并购衡 表示,衡昌烧坊上市四年来,凭借优异的品 4大系列产品。据悉,这4大系列、11个产 私合营前的三大烧坊之一,衡昌烧坊的历

优化了衡昌烧坊的产品结构体系。

五酒厂,推出了天壤、天存两款中端酱酒 来势必将会越来越多的酱酒品牌将慢慢被 产品,价格从399到599元,全方位满足市场淘汰,而像衡昌烧坊这样的历史悠久、

更为庞大的消费群体。 应市场需求,本次隆重推出的,还有的产品,反而更容易突出重围,并成为酱酒 广受高端酱酒消费者推崇的"衡昌烧坊 发展史上"用心做好一瓶酒"的有力推动者 衡昌烧坊上市以来,依靠"衡昌烧坊 1929纪念款"的全新改款。据悉,这款酒 和"长期主义"的坚定践行者。

不仅仅是内外包装上的更新, 在酒体上, 也加入了更多比例的老酒基酒精心勾调, 酒的品质也更上了一个台阶。

对此,有行业人士认为,作为业内首 家提出全部产品定位"高端酱酒"口号的 酱酒企业,衡昌烧坊新的产品结构将进一 步支撑其市场布局,并将为高端酱酒市场 提供更多选择。

此外,自10月18日起,衡昌烧坊还 将在北京、上海、广州、深圳、成都、杭州、 南京、天津、济南、重庆、青岛、大连、宁 波、厦门、武汉、哈尔滨、沈阳、西安等 32 个核心城市进行品牌投放战略,进一步强 化品牌战略。

地处茅台镇核心产区,拥有周氏后人 不过由于消费需求的多样化,原有的 酿酒技艺传承, 衡昌烧坊的品质毋庸置

《仁怀县志》曾明确记载,作为茅台公

环球佳酿入主后,为衡昌烧坊增加更 中国酒业协会副秘书长刘振国认为, 槟金系列、橙系列、牛年生肖酒、青玉系 多高端元素。有"会展大王"之称的邓鸿, 深谙文旅地产行业,不仅有旗下数十家五 仁怀市方面签约,就酱香型白酒生产基地

文化深厚、品质过硬、品牌强大、市场牢固

# 老牌西凤凤香酒 恢复三个老作坊

近日,记者走进西凤集团,深入西凤 诀,并与西凤集团公司党委书记、董事 长、股份公司董事长张正面对面对话,亲 身感受到西凤酒今年以来的发展变化。

"让西凤的品牌价值回到一流名酒 行列!"西凤集团公司党委书记、董事长 张正在接受阳光媒体集团董事长、资深 媒体人杨澜专访时对外庄严宣布。作为 四大名酒之一, 沉寂多年的西凤酒靠什 么来回归名酒第一阵营? 这是业内人士 普遍关注的焦点问题。

## 让老名酒插上腾飞的翅膀

先进的智能机器人与传统的白酒酿 造,本是风牛马不相及的事情,然而,今中的一小部分。 天在西凤酒厂,人工智能酿造技术将这 两者完美地结合在一起。

入自动化程序, 西凤的科技人员历经千 辛万苦,耗费一年半时间,经过无数次的 对比试验,终于攻克难关。

记者第一次走进西凤 906 酿酒车间 时,全智能的酿酒设备刚刚试安装测试 中;时隔半年,当记者再次踏进906酿酒 车间,不禁惊诧于西凤人的速度与激情。 在已经进入投粮试生产阶段的906酿酒 能化生产。

据了解,这个目前行业最智能化的 的? 酿酒车间共分18跨酿酒单元,每一跨有 156口窖池,单独使用一套完整的全自 有的品质管理维度,以打造中国第一、国 动、智能化酿造设备,一个车间就可以达 际一流的食品安全标准为目标,壮大原 生、兴盛升三个老作坊的基础上公私合 相结合,共同打造国内一流的白酒文旅 到年产1万吨优质凤香型原酒的规模。

在 2021 年 10 月 10 日于安徽亳州

白酒项目申请世界遗产启动

业的制造业高质量发展,具有战略意义。

名单(第二批)公布了42处工业遗产,酒

泸州老窖窖池群及酿酒作坊、五粮液窖

池群及酿酒作坊、茅台酒酿酒作坊"5处;

造区、成都水井街酒坊"4处;

批国家工业遗产名单。

需3名工人通过按钮操控即可完成,传 车间作为实验车间,把目前所能搜集到 统酿造的所有高强度工作全部由人工智 的几十年前所有的关于西凤酒配方的原 能的机器人来完成。这仅仅是10月8日 始资料、技术资料,跟传承下来的西凤酿 全面正式试车生产的西凤酒"333"工程 酒工艺一环一环、一个窖池一个窖池去 项目(3万吨储酒罐群、3万吨制曲技改 实验比对,优中选优,他们根据获得的大 工程和3万吨优质凤型基酒工程项目) 量第一手数据,进一步优化凤香型生产 纷纷找寻与自己出生年份一样的酒海,

"333 工程项目建成后,可实现年产 优质凤香型基酒近5万吨,优质酒曲3 环节都严格把关。"粮食不过关,坚决不 们的父辈祖辈年纪相仿。其中,最老的一 作为凤香型白酒的代表产品,西凤 万吨,长期困扰西凤产能的短板基本得 能进厂,有一个月,我们没有让一粒粮食 长张正介绍说,"西凤集团计划再征地 达不到酿造优质西凤酒的要求。" 十四五末,西凤将具备15万吨的基酒产 程中所有的设计、所有的材料都由技术 研。为了把这一整套复杂的传统技艺编 能和70万吨的基酒储能,为西凤酒的全 研发中心重新研究、重新匹配、重新梳 国化战略奠定坚实基础。"

# 品质提升

作为千百年来传承下来的非物质文 文化赋能 车间,记者看到,智能机器人正在运行上 化遗产,西凤酒的酿造技艺为什么要这 甑蒸馏操作,从定量配料、在线拌和到智样做?这样做的好处是什么?对凤香型白 能上甑、蒸馏摘酒等工艺已经实现全智 酒为什么好?好在哪里?它的优点在哪?

粮基地建设规模,加大技术研发投入,优 营而成。据《凤翔县志》记载,昌顺振老作 产业带。 众所周知,传统的手工酿酒车间,几 化凤香型生产工艺,积极推进中国凤香 坊起源于唐朝初年,传承千年而不衰。

唤醒酒业工业遗产"活化石"

据悉,西凤集团拿出一个老车间903 有古老的藤编大酒海逾百年而不腐。

工艺,极大提升了西凤酒的品质。 从原粮进厂到成品酒出厂,每一道 海都要比他们年长许多,更多的是与他

"我们做品质提升绝对不是喊喊口 号,而是每一项工作都要落到实处,凡是 时,正在充分发挥西凤酒文化历史的先 涉及到质量、涉及到品质的,都是一根红 天优势,实现文化赋能。 今年是"十四五"开局之年,西凤将 线通到底。"张正告诉记者说。

# 让老名酒重新焕发青春活力

一滴西凤酒,一部华夏史。对于许多 人而言,在"四大名酒"之中,西凤酒是颇 具神秘色彩的。无论是西凤名字的由来, 式互动体验区。 围绕这些问题, 西凤集团跳出了原 西凤的文化还是凤香型,都充满魅力

1956年,西凤酒厂在昌顺振、复兴

除了传承千年的酿酒技艺, 西凤还

可惜他们大多无功而返, 因为这里的酒

用酒海储存,具有鲜明的特性,可以说没

酒千年无断代传承的技术与匠心展现得

质文化遗产名录。"张正介绍说,作为历 史文化名酒, 西凤在全面夯实品质的同

据介绍,目前,西凤集团已经计划持 续投入5个亿以上资金,加快推进西凤 老街、万吨酒海库、西部酒历史文化博物 馆等项目的建设,恢复昌顺振,复兴生和 兴盛升三个老作坊,打造以柳林文客、秦 地酒栈、酒香四海、凤香源创四大主题情 景区为主的中国首个白酒历史文化沉浸

未来,还将启动西凤酒博物馆、户外 演绎等项目建设,并与柳林镇古街项目

科技加持、文化赋能、品质提升,西 凤已经大踏步走在重回一流名酒序列的

随着白酒消费的升级和新生代、中产消 费的崛起,80、90、95 甚至 00 后逐渐成为消 费主力军,消费观念也在发生变化。从90/95 后的消费占比可以看出,融合了多样口味的 酒深受年轻消费者的偏爱, 其消费热度仍呈

### "混搭"白酒 未来市场或破千亿

业界认为,"混搭"的白酒将赢得更多年 轻消费者的青睐,消费市场发展空间巨大,未 来消费市场可能达到数千亿。微醺小酌是年 轻一代"自我治愈"的良方,年轻消费者引领 健康微醺热潮,对果酒、葡萄酒、啤酒等低度

白酒消费群体中 16-24 岁人群占据 8.50% 25-34 岁人群占据 27.50%,35-44 岁人群占 据 30.70%, 45-54 岁和 55-60 岁群体分别占 据 22.90%和 10.30%。由此可见,35-44 岁中 青年群体占比最高,44岁以下的人群占据白 酒消费的 66.7%。 野村东方国际证券监事侯苏寒认为,想

悦度、佐餐酒文化养成以及酒类监管方面持

相关调研显示,随着更多新生代的融入 国内预调酒市场未来发展空间巨大,消费市

中国酒业协会理事长宋书玉曾表示,庞 大的年轻消费群体在消费上"追求休闲""追 求多元""追求悦己""追求仪式感""追求参与 感"等等。而鸡尾酒作为最能自由表达的酒类 饮品,自其诞生起,就因其色彩缤纷、口感独

## 多元消费

群体的件单价水平正高速提升中,近一年件

当下的消费者,需要在认同品牌价 研究和探寻中国白酒的文化脉络,凝聚期,契合新时代的多元化消费诉求。

《推进工业文化发展实施方案

工业遗产的保护利用,绝不是单一新业态,实施文化+产品系列行动,充分 2016年11月,《教育部等11部门关 质增效的潜力,提升产业、企业和产品竞

上升趋势。

前瞻产业研究院、长城国瑞证券研究所

2019年白酒消费年龄结构数据显示,目前,

要使饮酒成为国民的生活方式和刚需,中国 还需在丰富酒的品类、提升社交饮酒场景愉

在中国市场,不论从消费规模、消费群体 还是消费场景等角度来看, 预调酒依然是-个偏小众的品类。 2018 年我国预调酒总消费 量为9万千升,人均0.06升/年,仅相当于日 本的 1/150、美国的 1/50。与成熟市场相比,我 国的预调酒市场仍处于比较早期的阶段。

场突破千亿不成问题。

特,成为年轻消费者喜爱的酒饮

# 中高端白酒的新赛道

众所周知,鸡尾酒是一款可以任意调制 的饮料酒,多采用伏特加、金酒、龙舌兰、威士 忌等洋酒为基酒,辅以各种各样的果汁,以搅 拌法或摇荡法调制而成, 再饰以柠檬片或薄 荷叶,看上去色彩斑斓、唯美诱惑,颇受年轻 人的追捧和热爱。鸡尾酒会也是国际上流行

的一种宴请贵宾的方式。 品类多元化发展是酒水行业的关键词 近几年从品类集中度来看,前三位的细分品 类分别是白酒、葡萄酒和洋酒,而白酒的受众 范围超过了葡萄酒,同时啤酒、洋酒、果酒等 年轻人线上酒水消费的重要力量,身处校园 的他们对酒水方面的花费绝不吝啬,大学生

单价水平超过整体 90/95 后。 果味风潮的兴起在一定程度上让白酒进 入了一个新的发展赛道,与水果元素相结合 将是白酒未来发展的蓝海。例如,2018年底 江小白推出蜜桃味高粱酒, 果味迎合了年轻 人的饮酒趋势, 果味的加入也帮助白酒品类

吸引到更多90/95 后年轻人。 在宝丰酒业有限公司董事长王若飞看 来,以白酒为基酒的国潮化的鸡尾酒,建立起 与新消费群沟通的桥梁,唤醒年轻消费者的 消费意识,探索中国白酒国际化思路,开拓推 动中国酒业发展的新思路, 引领行业走向更 美好的未来。让中国年轻消费者认识到中国

白酒的独特魅力,让世界爱上中国味道。 2019年, 最早一批 00 后已经进入合法 饮酒年龄,而90后已经成为消费的中坚力 量。可面对9000万的90-95年人群,以及数 以亿计的千禧群体,中国白酒如何拓展消费 粘性,在一定程度上关乎着产业发展的未来。

无独有偶,前有江小白试水破局,后有五 粮液火爆小酒、泸州老窖泸小二对白青春酒 不断突破,抢占年轻时尚酒市场。 宋书玉曾表示,鸡尾酒讲究百变混搭,需

要多种风味与口感。而中国白酒本身酿造工 艺极其独特,有着国际烈酒所不具备的风味 与口感,中国白酒鸡尾酒的推出,必将为全世 界鸡尾酒注入新的活力,同时,中国白酒也可 以通过鸡尾酒这种全球认同的表达方式与消 费方式,向全世界消费者感受中国白酒故事, 激荡国际消费者内心的共鸣,进而让全世界 消费者的美好生活更加富有诗意。

针对年轻消费群体的低度混搭果酒,也

越来越受到投资者的关注。厚朴金融控股有

限公司董事长兼 CEO 李书文认为,随着消费 者迭代的出现,80后、90后成为了时下消费 的主力军。基于经济因素和年轻化的饮食习 惯,年轻消费群体更看重酒的口感,而非酒的 品牌。当代年轻人聚餐更喜欢饮用低酒精含 量、多种口味混搭的酒精饮品,这也是江小白

形成行业共同的历史文化记忆。让我们

让遗产品质表达穿越新周期

在工信部已公布的 164 处工业遗产 召开的"首届国家工业遗产峰会"上、《国中,酒业有17处,占比约为10.4%。其中, 家工业遗产亳州倡议》提出,"让中国国 白酒工业遗产13处,基本囊括了泸州老 家工业遗产成为传播工业文明的窗口、 窖、茅台、五粮液、古井贡酒、水井坊、汾 弘扬工业文化的阵地、提升科学素养的 酒等具有代表性的白酒酿酒作坊及窖 课堂、展示国家形象的名片。"国潮热下, 池,涵盖酱香、浓香、清香等主要香型白 传承千年的中国白酒、黄酒,焕发百年历 酒酿造技艺。

史积淀葡萄酒、啤酒产业的新活力,与如 实现中国白酒走出去,实现国际化, 何利用好活化石——工业遗产,息息相 是几代人不懈为之努力的方向。2021年 开展工业科普教育等。 尚之旅,作为制造业的重要一环,弘扬酒 界文化遗产"。 业工业遗产意义深远。正如古井集团董 8月2日,工信部发布《对十三届全 的精神文化价值、历史价值和社会价 文化学科体系建设。" 事长梁金辉在论坛上提出的,"工业遗产 国人大四次会议第5834号建议的答 值。"包括酒业工业遗产承载的工业文

既是固态的,也是流动的,既是物质的, 复》,指出,"支持中国白酒文化遗产申报 化,不单是"你能看到的历史",而是一种 副主任孙星还提出,通过研学游,让中小 更是精神的,我们要面向未来,面向新经 世界文化遗产。"同时提到,"我部下属事 精神的外化。白酒、黄酒是酿酒人千百年 学生看到我国工业的发展,培养他们对 济,创新发展理念,保护历史、传承文化, 业单位工业文化发展中心联合中国文物 恪守繁复而严谨的酿酒工序的外化、是 工业的认知,为以后从事工业打下基础。 工业遗产是一种唤醒,一种朴实的教育, 交流中心等事业单位,以及部分白酒企 从元、明、清至今的酿酒历史的诉说;葡 此外,工业遗产的保护与利用、传 要赋予工业遗产以灵魂和新的内涵。" 业正在积极推进白酒申遗相关基础性工 萄酒、啤酒是近现代企业勃兴发展、自强 播,还可以架起与年轻消费群体沟通的 作。下一步,我部将指导工业文化发展中 不息的精神写照,是中国酒业融入国际 桥梁。国潮热下,传承千年的中国白酒、 心做好白酒申遗相关研究和论证工作, 的宣言。 为白酒申遗积累良好的基础。同时,继续 在推动我国从工业大国向工业强国 在白酒行业深入实施'三品'专项行动, 老窖万年糟,酒好还需窖池老"的说法。 工业遗产,息息相关。 转变的过程中,既需要技术发展的刚性 不断提高产品丰富度、品质美誉度和品 2019年10月19日,泸州老窖股份有限 推动,也需要文化力量的柔性支撑。宣传 牌认可度,推动白酒行业迈向更高质量 公司党委书记、董事长刘淼在"中国浓香 值取向的基础上与品牌、产品展开互动、

工业文化,传播工业遗产,对包括酒类行 发展。' 2018年11月,工信部国家工业遗产 动了白酒项目申报世界遗产。"

## 业有"李渡烧酒作坊遗址、青岛啤酒厂、 工业遗产是"活化石"

2019年12月,工信部国家工业遗产 (2021-2025年)》规划了未来5年工业文 名单(第三批)公布了49处工业遗产,酒 化发展的新蓝图。 业有"洋河老窖池群及酿酒作坊、绍兴鉴《方案》提出,要"推动工业旅游创新

湖黄酒作坊、古井贡酒年份原浆传统酿 发展",包含开发工业旅游创意产品,打 造一批沉浸式工业文化体验产品和项 的旅游景点,还有唤醒和教育的意义。 挖掘文化要素对品牌建设、品质提升、提 2020年12月,工信部国家工业遗产 目,支持文旅装备协同创新发展,拓展文 名单(第四批)公布了62处工业遗产,酒 化消费新空间等;同时,提出要"开展工 于推进中小学生研学旅行的意见》提出, 争力。" 业有"张家口沙城酒厂、刘伶醉古烧锅、 业文化教育实践"。发挥工业文化研学教 "当前,我国已进入全面建成小康社会的 由此可见,工业遗产的保护与利用, 杏花村汾酒老作坊及传统酿造区、老龙 育功能,鼓励各地利用工业遗产、老旧厂 决胜阶段,研学旅行正处在大有可为的 是系统工程,是需要与新业态、新模式融 口酒厂、双沟老窖池群及酿酒作坊、口子 房等设施培育一批工业文化研学实践基 发展机遇期,各地要把研学旅行摆在更 为一体的"活文物",具有无限的想象空

窖窖池群及酿酒作坊、扳倒井窖池群及 地(营地),创新工业文化研学课程设计, 加重要的位置,推动研学旅行健康快速 间与现实意义。

《推进工业文化发展实施方案 弥足珍贵的'活文物'生生不息。"

2018年6月,《教育部办公厅关于开 展"全国中小学生研学实践教育基(营) 环保意识、坚定学生的文化自觉和文化 自信等,意义深远。

《推进工业文化发展实施方案 文化教育实践。发挥工业文化研学教育 功能,鼓励各地利用工业遗产、老旧厂房 6月,工信部联合8部委发布的《推进工 在"首届国家工业遗产峰会"上,安 等设施培育一批工业文化研学实践基地 从国宝李渡的沉浸式体验,到古井 业文化发展实施方案(2021-2025年)》中 徽省经济和信息化厅党组书记、厅长牛 (营地)。推进工业文化进校园,加强普通 贡酒?原酒探秘之旅;从张裕酒文化博物 提出,"推动将符合条件的工业遗产纳入 弩韬提出,"工业遗产是风景,也是财富。 高等学校和职业学校的相关专业、学科 馆的自制美酒,到青啤博物馆的文化时 文物保护体系,价值突出的推荐申报世 工业遗产承载着民族工业的独特记忆, 建设,支持开展理论研究和教学实践,将 见证了工业文明的辉煌演变,具有宝贵 工业文化有机融入精品课程,推动工业

工业和信息化部工业文化发展中心

黄酒,焕发百年历史积淀葡萄酒、啤酒产 在浓香型白酒酿造中,历来有"千年 业的新活力,与如何利用好活化石——

型白酒高峰论坛"上就指出,"每一家浓 交流,工业遗产就赋予了品牌与消费者 在 10 月 9 日-10 日举办的"首届国 香型名酒企业几乎都拥有百年以上的文 沟通的载体,消费者可以在游览百年青 2017年-2020年,工信部发布了四 家工业遗产峰会"上,工业和信息化部工 化传承,其源远流长的历史文化积淀是 啤博物馆、在古井贡酒的原酒探秘之旅、 业文化发展中心副主任孙星表示,认同 不可复制的优势资源,是弥足珍贵的文 在江西李渡的沉浸式体验中,体会"穿越 2017年12月,工信部国家工业遗产 "卖酒就是卖文化"的观点,并向到场嘉 化遗产 … 在新的时代,泸州老窖期 文化新周期"的品质新表达,在工业旅 名单(第一批)公布了11个项目,酒业有 宾展示了"中国白酒联合申遗筹备会"的 待同大家一道,立足传承中国白酒文化, 游、自由勾调酒品中体味消费新场景,可 现场照片。他表示,"当前,工信部首先启 一同挖掘和论证中国白酒的发展历程, 以说,工业遗产,让品质表达穿越了新周

> 共同把散布在全国各地的酿酒老作坊、(2021-2025年)》还提出,"开发工业旅游 老窖池等物质文化遗产守护好,让这些创意产品,打造一批沉浸式工业文化体 验产品和项目,推出工业旅游精品线路, 构建工业旅游目的地。支持文旅装备协 同创新发展,拓展文化消费新空间。" 就像孙星提出的,要"利用新模式、

能够迅速崛起的一个原因。