

# 沱牌“酒桌歌神”破局双节——看名酒如何玩转音乐营销

■ 甘雅婷

中秋国庆双节将至，白酒行业迎来年度重要销售旺季。随着消费理念升级，白酒营销正从传统的价格促销向场景体验转型，双节营销已进入“场景+”新时代。

作为国民经典名酒的沱牌，延续其音乐营销基因，于近期推出焕新升级的“酒桌歌神”IP，线下深度绑定餐饮终端打造沉浸式音乐酒局，线上发起抖音挑战赛激发全民互动，打通“场景—体验—转化”闭环，彰显了老名酒在新消费时代的营销创新活力。

## 场景创新 + 消费转化 沱牌“酒桌歌神”IP 瞄准双节市场

中秋国庆双节承载着中国人对团圆和欢聚的情感寄托。在这个充满温情的节点，白酒不仅是餐桌上的饮品，更是情感交流的催化剂。

沱牌深刻洞察双节期间消费者对欢聚场景的需求，直接深入餐饮这一白酒消费的核心即时场景，将“音乐”和“美酒”这两个天然具有社交和情绪价值的行为融合，创造出独特的“音乐酒局”体验。

据了解，8月起，沱牌“酒桌歌神”IP 全新升级，线下嘉年华专场活动已陆续在成都、绵阳多个餐饮终端落地。在酒桌歌神活动现场，沱牌通过高密度、强风格的视觉氛围布建，为消费者打造出沉浸式品牌体验场。

在这里，沱牌让音乐成为串联品牌、终端与消费者的情感动线，消费者们可以随着耳熟能详的经典旋律合唱，也可以通过音乐盲盒竞猜、旋律接龙、点歌接唱等互动玩法深度参与，实现了从“旁观”到“融入”的身份转变。在这一过程中，沱牌不再仅是杯中酒，更成为情绪释放与社交共鸣的载体，有效提升品牌黏性与体验价值。

与此同时，活动中引入数百位来自全国各地的音乐、美食与生活类达人到场深度参与互动，包括多位数百万粉丝量的网红达人，借助多领域达人的真实体验与内容创作力，在抖音等社交平台形成涟漪式传播。而配套酒桌歌神推出的市场政策，则有

效衔接场景体验与消费转化，助力动销与开瓶提升。消费者在酒桌歌神现场购买沱牌特级 T68 享受买一赠一专属优惠，参与唱歌互动挑战即可获赠沱牌特级 T68 小酒 1 瓶或沱牌定制礼品，还可体验沱牌冰饮特调 DIY。这种集“强氛围、深互动、高转化”于一体的活动设计，成为沱牌双节营销脱颖而出的关键。

为进一步扩大活动影响力，沱牌同步在抖音平台发起了“沱牌酒桌歌神”全民挑战赛，9月15日至10月15日期间，用户通过抖音晒出酒桌上喝沱牌酒、并一展歌喉的视频，即有机会获得丰厚奖品。线上挑战赛不仅扩大场景覆盖半径，同时凭借低门槛、高共鸣的活动机制，将有效提升品牌话题热度与传播声量，实现跨圈层传播效应。

沱牌“酒桌歌神”的可贵之处，在于它不仅营造了一场活动，更构建了一个可持续、可复制、具有情绪感染力的品牌场，为行业提供了从“卖酒”转向“场景经营”的新范式。

## 落点音乐营销 沱牌走出“差异化之路”

沱牌的音乐营销并非一时之举，而是深植于品牌基因的战略选择，是其实现差异化破局、唤醒国民记忆、重构消费场景的核心路径。

上世纪90年代，一曲“悠悠岁月酒，滴滴沱牌情”唱遍大江南北，也让沱牌国民经典名酒的品牌形象深入人心。这首经典旋律不仅是品牌与一代又一代人沟通的“情感开关”，更塑造了品牌独特的情感共鸣特质，积累了深厚的消费基础与国民情怀。

多年来，沱牌持续以音乐为媒介，创新营销方式，“沱牌酒桌歌神”IP 正是这音乐基因的重要延续和深化。去年双节及春节期间，沱牌先后携手张晨光、陈百祥、杨威等知名艺人及五条人乐队，在抖音平台发起“酒桌歌神挑战赛”，线上线下同步推进，覆盖全国数千家餐饮终端，营造出浓厚的品饮氛围，成功激发全民参与热情。截至目前，该 IP 已累计开展超千场活动，联动 3000 余家终端门店，实现



免品体验 5 万余人次，显著提升了品牌与消费者之间的互动深度和情感联结。

与此同时，沱牌通过“潮 IN 美好夜”全国巡演，搭建融合 80、90 年代记忆的“音乐+美食+美酒”体验场景，唤醒消费者对沱牌美好岁月的回忆。截至目前，该活动已落地全国 30 座城市，吸引超 3.5 万余人次现场参与，获得超 1.3 亿次曝光，极大地提升了品牌美誉度。

此外，沱牌还推出了沱牌老朋友 IP，巧妙借助名人进行跨界联动。近年来，沱牌先后携手周晓鸥、0713 再就业男团、张亮、田亮、杨威、张晨光、陈百祥等众多耳熟能详的“老朋友”，唱响“悠悠岁月酒，滴滴沱牌情”，唤醒消费者对沱牌的深厚情感与经典记忆，实现品牌价值深度共鸣与广泛传播。

这些创新营销活动既延续了沱牌通过音乐连接情感的品牌传统，又采用了当代消费者喜爱的互动形式，使经典品牌焕发新的生机。

整体来看，沱牌音乐营销的差异化优势主要体现在三个方面，一是历史延续性，音乐元素与品牌发展一脉相承，确保传播的连贯性；二是情感共鸣度，借助音乐这一通用语言，打破代际沟通壁垒；三是体验独特性，在同质化营销环境中构建独具特色的品牌识别。这种基于品牌基因又与时俱进的策略，让沱牌在激烈市场中赢得了独特地位。

## 三力协同铸就名酒发展新格局 沱牌未来可期

沱牌双节营销创新的背后，是产品力、品牌力、渠道力的全面协同和系统支撑，彰显了

这家国民经典名酒的整体竞争力与发展潜力。

产品层面，沱牌通过完善产品矩阵和提升产品品质，为市场营销提供坚实基础。战略大单品沱牌特级 T68 表现尤为亮眼，今年上半年在动销、开瓶、上柜等数据均实现高速增长，在基地市场、省外重点市场位列高线光瓶酒品类前三。同时，以沱牌为代表的普通酒收入同比增幅达到 15.86%，印证了产品策略的成功。

在渠道层面，沱牌深耕大众酒市场，持续深化渠道布局，通过厂商协同发展逐步构建起成熟的市场运作体系。品牌积极推进全渠道网点拓展，不断提升产品市场覆盖率，并依托联盟体稳盘、基地市场打造及乡镇市场下沉等策略，系统性强化终端建设。同时，沱牌还通过餐饮场景引流、分渠道品鉴会以及 KOL 圈层营销等多种方式，不断加强消费者培育与品牌渗透，实现动销转化与口碑沉淀的良性循环。

品牌层面，作为“畅销 50 亿瓶的经典名酒”，沱牌品牌积蓄了深厚的消费基础与国民情怀，历史底蕴深厚、口碑度高。秉持名酒基因，沱牌不断进行创新性表达，通过营销创新让名酒持续焕发新的活力。据世界品牌实验室发布报告显示，“沱牌”品牌连续 22 年稳居榜单，2025 年品牌价值达 798.26 亿。

在传承经典的同时拥抱创新，在保持品质的同时升级体验。这种平衡传统与创新的能力，正是沱牌作为国民经典名酒的核心竞争力所在。可以说，沱牌已经在大众酒市场的新竞争中找准了方向，未来发展值得期待。

## 吉林、黑龙江因地制宜培育新质生产力

■ 央视网

“十四五”期间，吉林、黑龙江因地制宜培育新质生产力，加快构建现代化产业体系，为高质量发展持续注入新动能。

### 吉林加速构建新型能源体系 助力高质量发展

“十四五”以来，吉林省新型能源体系加速构建，助力经济高质量发展。吉林省西部风光资源丰富，如今，这里正加快成为全省新能源产业的发展新高地。在洮南，风电耦合生物质绿色甲醇项目不久前投产，首期示范项目年产 5 万吨绿色甲醇，可作为绿色燃料用于国际航运。在大安，今年投产的风光制绿氢合成氨一体化示范项目在解决绿电消纳的同时，生产的绿色合成氨还能应用在化工、交通、电力等领域。

目前，吉林省已构建起新能源“发—储—用”一体化网络，同时布局 10 个绿能产业园区，推动绿氢、绿氨、绿色甲醇等产业集群落地。“十四五”期间，吉林新能源和可再生能源累计装机接近 3000 万千瓦，较“十三五”末翻一番，累计减排二氧化碳超 1900 万吨，形成了从风电装备制造到氢能全产业链的千亿元产业集群。展望“十五五”，吉林力争再建成 3000 万千瓦光伏发电基地，推动氢能产业规模突破 500 亿元。

### 黑龙江大力发展新质生产力 塑造全面振兴新优势

眼下，黑龙江秋收工作陆续启动。农田里，新型智能农机开足马力穿梭忙碌。“十四五”期间，黑龙江国家粮食安全“压舱石”作用进一步夯实，农业科技进步贡献率超过 70%，农作物耕种收综合机械化率稳定在 99% 以上，助力粮食总产量突破 1600 亿斤，创历史新高。

作为科教大省，黑龙江还着力推动科技创新及其成果转化应用，统筹推进传统产业升级、新兴产业壮大、未来产业培育，加快构建现代化产业体系。“十四五”以来，黑龙江全国重点实验室由 7 家增至 16 家，高新技术企业数量由 2020 年的 1900 多家增加到 5000 多家，9 项科技成果获国家科学技术奖，为国家载人航天、嫦娥探月、火星探测等重大工程提供了有力支撑。

(转自央视网)

# 《杏花村外史》之第三季 (连载之二十八)

■ 杨仁宇

第二十八回

## 清末汾香逆袭焕新

清末洋风抚酒乡，义泉危困盼新章。协卿得助研佳酿，汾韵逆袭绽异光。清朝末年，西风东渐，列强的坚船利炮轰开中国国门，西方文化与商品如潮水般涌入。西方烈酒随之而来，在中国市场掀起波澜。杏花村里，老字号汾酒酒坊“宝泉溢”，这座承载数百年荣耀与传承的酒业堡垒，正遭受前所未有的冲击与挑战。

酒坊内，年轻的王协卿，这位汾阳晋商王濡的儿子，满脸愁容，独自在空旷的酒窖中缓缓踱步。他刚接管“宝泉溢”不久，便面临这等艰难处境。他眉头紧锁，眼神中满是忧虑与思索。曾经，这里酒坛林立，一坛坛精心酿造的汾酒散发醇厚香气，仿佛诉说着酒坊的辉煌过往。如今，酒窖却格外冷清，往昔那热火朝天的忙碌景象已悄然消逝，窖中弥漫的馥郁酒香，似乎也已被这萧瑟的氛围悄然冲淡。

王协卿深知，若想改变现状，必须做出革新。深思熟虑后，他将酒号更名为“义泉涌”，并亲自前往拜访著名的酿酒大师杨得龄，恳请他负责酒坊的生产和管理。杨得龄年过半百，两鬓斑白，眼神中却透着酿酒人独有的执着与坚毅，在汾酒酿造领域早已声名远扬。“杨师傅，如今洋酒大肆入侵，咱们汾酒处境艰难。我虽初涉酒坊经营，但也知道唯有创新求变，才可能在这乱世中闯出一条生路。您经验丰富，技术精湛，恳请您助我一臂之力。”王协卿言辞恳切，眼中满是期待。

杨得龄微微颌首，目光坚定：“少东家有此决心，我定当全力相助。汾酒传承多年，我也不愿见它就此没落。”

此后，王协卿为探寻应对之策，毅然决然地一头扎进对西方烈酒的研究之中。他每日穿梭于城中的各大洋行，与形形色色的洋人巧妙周旋，只为一探洋酒的奥秘。他不惜重金购置了多款昂贵的洋酒，将它们带回酒坊，日夜细细品鉴。每一款酒，他都仔细观察色泽，轻嗅香气，品味口感，还详细记录下每一个细微的感受与发现。

在一次洋行举办的品酒会上，王协卿结识了来自法国的酿酒师皮埃尔。皮埃尔身材高大挺拔，一头金发在灯光下闪烁着迷人的光泽，湛蓝的眼眸仿若深邃的海洋，透着对未知的好奇与探索的热情。他对中国文化兴趣浓厚，尤其是对汾酒独特的酿造工艺，更是痴迷不已。

“王，你们的汾酒香气十分独特，那股清新雅致的芬芳，在众多酒品中独树一帜。”皮埃尔操着生涩但努力清晰的中文说道，“只是在口感上，若是能再丰富一些，层次感再强一点，或许能吸引更多的消费者。”

王协卿心中猛地一动，仿若在黑暗中摸索许久后，终于寻得了一丝曙光。他敏锐地意识到，西方先进的酿酒技术或许正是汾酒改良与突破的关键所在。此后，他频繁地与皮埃尔交流，虚心向他请教，从原料的精细处理、发酵过程的精准控制，到陈酿的巧妙方法，每一个细节都详细询问，无一遗漏。皮埃尔也被王协卿的执着与热忱所打动，毫不吝惜地将自己所学的知识与经验倾囊相授。

回到酒坊后，王协卿迫不及待地与杨得龄商议改良汾酒的设计。然而，他们的想法遭到了老酿酒师傅们的强烈反对。

老酿酒师傅张全，白发苍苍，满脸皱纹如沟壑纵横，记录着岁月的沧桑与磨砺。听闻王协卿的想法后，他气得脸色涨红，胡子都气得翘了起来，声音因愤怒而颤抖：“少东家，咱汾酒向来都是严格遵循祖训酿造，每一道工序、每一个细节，都是祖宗们千锤百炼留下的精华，这才是正宗的汾酒风味。如今你掺入洋人的法子，这简直是离经叛道，还能叫汾酒吗？祖宗怕是都要从地下爬出来怪罪咱们！”

王协卿急忙向前一步，诚恳地解释：“张伯，您先别生气，听我把话说完。我绝对没有摒弃祖宗技艺的意思，汾酒的传统酿造工艺是我们的根，我比谁都清楚它的珍贵。只是如今形势严峻，洋酒来势汹汹，我们若在这激烈的竞争中生存下去，并且发扬光大，就必须做出一些改变。洋酒能招揽众多顾客，肯定有它的可取之处。咱们融合创新，取长补短，或许能让汾酒更上一层楼，开拓出更广阔的天地。”

然而，张全依旧不为所动，他重重地哼了一声，将手中的抹布往桌上一扔，拂袖而去。其他老酿酒师傅也纷纷摇头，面露难色，显然对王协卿的想法心存疑虑。

王协卿和杨得龄并未因此气馁，他们深知改变并非一蹴而就，需要耐心与坚持。接下来的日子里，他们逐个拜访老酿酒师傅，与他们促膝长谈，耐心地讲解改良的缘由与意义。他们还特意带老酿酒师傅们参观研究洋酒的笔记与成果，用实际行动向他们证明决心与信心。

精诚所至，金石为开。在王协卿和杨得龄的不懈努力下，部分师傅被他们的坚持与热忱打动，逐渐转变了态度，决定支持改良计划。

王协卿深知要打造一款独特的汾酒，必须



● 中国现代白酒之父杨得龄

制定一套全新的酿造标准。经过长时间的思考与实践，他提出了集贤七训和五十六天超长发酵期的酿造标准。集贤七训涵盖了原料挑选、酿造工序、酒品检验等各个环节，强调精益求精，诚信为本、尊师重道等理念，从精神层面和操作规范上为酿酒师傅们指明方向；而五十六天超长发酵期，更是突破了传统，旨在让酒醅充分发酵，使酒的口感更加醇厚，香气更加浓郁复杂。

改良之路充满了艰难险阻，每一步都走得异常艰辛。在原料搭配上，他们大胆尝试添加一些新的谷物，希望能为汾酒带来独特的风味。然而，新的尝试带来了诸多意想不到的问题。有时发酵过程过于迅猛，导致酒液发酸，失去了原本的醇厚口感；有时发酵却又停滞不前，香气也变得寡淡无味。面对这些难题，王协卿、杨得龄和师傅们日夜守在酒窖，眼睛紧盯着发酵缸，仔细观察发酵的每一个细微变化，不断调整原料的比例，一次又一次地尝试，

却一次又一次地失败。

在温度控制环节，借鉴西方技术需要购置新的设备，而这一大笔资金却成了横亘在他们面前的巨大拦路虎。酒坊本就因生意惨淡而资金紧张，一时间根本拿不出这么多钱。王协卿四处奔走，向亲朋好友借款，甚至不惜变卖了部分家中的珍贵物件与家产。在那段艰难的日子里，王协卿瘦了一圈，脸上布满了疲惫，但他的眼神却愈发坚定，从未有过丝毫动摇。

就在他们几乎要成功的时候，市场上却突然出现了恶意诋毁“老白汾酒”的谣言，说义泉涌的新酒是对传统的亵渎，口感怪异，还存在质量问题。一时间，已经有购买意向的客户纷纷犹豫，原本热情的市场反应迅速冷却。王协卿深知这是竞争对手的阴谋，但却苦于没有证据。他一边紧急安排人调查谣言的源头，一边加大宣传力度，详细介绍“老白汾酒”的酿造工艺和品质把控，试图挽回局面。

经过一番艰难的调查，终于发现是一家与

洋酒商勾结的本地酒坊在背后捣鬼。王协卿果断收集证据，揭露了他们的丑恶行径。真相大白后，“老白汾酒”的声誉得以恢复，反而引发了更多人的好奇与关注。

为打开市场，让“老白汾酒”被更多人知晓，王协卿精心筹备了一场盛大的品酒大会。他亲自向城中的富商、名流以及洋行的代表们发出诚挚邀请。品酒会上，王协卿身着一袭深蓝色的长袍马褂，身姿挺拔，气质不凡。他神情庄重而又满怀期待，为每一位宾客介绍“老白汾酒”的诞生历程与独特之处。

“各位尊贵的来宾，今日有幸邀请大家前来，共同品鉴我们义泉涌精心酿造的新酒——老白汾酒。它传承了汾酒数百年的精湛工艺，同时，我们也大胆借鉴了西方酿酒的长处，进行了创新改良。我们秉持集贤七训，采用五十六天超长发酵期，希望大家能不吝赐教，提出宝贵的意见。”王协卿声音洪亮，带着一丝紧张与期待，在宽敞的大厅中回荡。

众人纷纷端起酒杯，轻轻嗅着酒的香气，随后浅尝一口，让酒液在舌尖缓缓散开。刹那间，整个品酒厅安静了下来，唯有轻微的赞叹声与酒杯碰撞的清脆声响。

城中富商赵老翁，身着华丽的绸缎长袍，手中把玩着精致的酒杯，微微闭眼，细细回味后，不禁赞叹道：“王公子，此酒果然别具一格。既有汾酒那令人难忘的清香，又融入了新奇的口感，层次丰富，回味无穷。我看，这酒定能与洋酒一争高下，在市场上闯出一片天地。”

洋行代表史密斯先生，金发碧眼，身着笔挺的西装，他轻轻放下酒杯，竖起大拇指，用流利的中文说道：“王，这是我在中国尝过的顶尖美酒之一。你们的创新精神令人钦佩，这种勇于突破传统的勇气，在商业竞争中至关重要。我相信，凭借这款酒的独特魅力，它一定会在国际市场上大放异彩。”

赞誉如潮水般涌来，“老白汾酒”的名声也随着这场品酒大会渐渐传开。酒坊的订单如雪花般纷纷飞来，不仅在国内市场重新站稳了脚跟，还远销海外，受到了众多消费者的喜爱与追捧。

在这场与西方烈酒的激烈商战中，王协卿和杨得龄凭借着无畏的勇气、创新的精神与不懈的努力，带领义泉涌成功逆袭，实现了华丽转身。他们用实际行动向世人证明，传统技艺在时代的浪潮中，只要敢于突破束缚，勇于创新求变，就一定能够绽放出新的生机与活力，书写属于自己的辉煌篇章。

欲知后事如何，请看下一回分解。

(未完待续)