

曲水流觞“兰亭”黄酒

傅祖康

最近一直在思考这样一个问题：黄酒消费群体背后隐含了什么样的文化背景？它和白酒的消费文化有什么不同？

黄酒和白酒都是中国的国酒，黄酒是发酵酒，是世界三大发酵古酒中唯一起源于中国的酒，是低度中国酒；白酒则是蒸馏酒，是伴随着蒸馏技术的出现而诞生的一种高度烈性酒。

作为中华优秀传统文化的重要组成部分，黄酒文化源远流长，博大精深，并与政治、经济、军事、文学、艺术有着极为紧密的关联。从《周易》、《诗经》、《离骚》到唐诗宋词、明清小说，从“尧舜千钟”、“仪狄造酒”到“鸿门宴”、“杯酒释兵权”，从越王勾践投醪劳师兴邦灭吴，到王羲之曲水流觞乘着微醺写下《兰亭集序》，从“竹林七贤”借酒避世放浪形骸，到流淌于浙东诗路的浓浓酒香和盛世惊艳的宋韵陶艺……，莫不洋溢着黄酒的幽香和芬芳，散发出国酒的迷人魅力，中华酒文化的核心便是黄酒文化。

然而，黄酒并没有成为当下社会的主流饮品。个中缘由，主要在于近些年人们对高端白酒的推崇，以及功利的商业环境。特别是商业应酬中意见领袖、宴会主宾对白酒的热衷和推崇，使白酒成为整桌客人的饮品。此外，白酒的高酒度属性能给人以更强的感官刺激，使宴客更易达到情绪高潮快速致醉，为宴请者实现商业目的提供便利。在这样的场景下，酒的礼仪、品饮、养生功能被弱化，强势的商业文化得以彰显，喝酒变成了拼酒，酒量提升了胆量，酒瓶代表了水平。而这和人们对美好生活的向往是背道而驰的。

随着共同富裕、全民健康、乡村振兴等国策的大力推进，人民生活水平的不断提升，大众对酒的消费也将更趋理性，“坐乌逢，品黄酒，看越剧，神仙般的生活”成为江南百姓的美好向往。喝酒也已从之前的嗜好型向追求个性愉悦和健康养身转变。饮好酒、适量饮酒成为高阶层消费者的首选，特别是近年来受人群结构变化和财富传承的多重驱动，“高知高净值”人群数量快速增长，他们通过自己的“苦学深研”，审美价值普遍高于常人，并注重省内探索精神世界的共鸣，此时此刻，最适合的便是黄酒。“兰亭”高端文化黄酒便由此开发。

“高端”，源于“兰亭酒”不同于一般黄酒的品质，粗放地只讲年份，不讲情感。“文化”，则源于王羲之天下第一行书“兰亭集序”作为品牌背书。

依托会稽山 279 年的历史技艺传承，“兰亭”高端文化黄酒集合了公司 10 位酿酒大师和 10 位品酒大师的集体智慧，从原料精选到发酵精酿，从酒体设计到包装创意，将绍兴黄酒千年酿艺、文化、会稽山百年匠心、品质，以及华夏陶艺、书艺融于一体，成为传承并展示中华优秀传统文化，彰显华夏“国酿”品质形象，满足人民美好生活的经典力作。

三五知己，一杯黄酒，小酌慢饮，在轻松愉快的氛围中把酒论道，畅叙友情，喝出酒中的真趣，喝出酒中的正气，让喝酒的格调更加儒雅，直至叶圣陶先生所喜欢的微醺境界。喝了近 80 年酒的叶圣陶，一生从不饮烈性的白酒，而是喜欢喝慢酒，他认为，最能够达到微醺境界的便是黄酒。用黄酒宴请能够体现一个人的深度和涵养。综观中国 5000 年的酒文化史，直到新中国成立前，黄酒一直是上品，一直是士大夫和精英阶层的专属品。直到粮食短缺的年代，糯米的短缺，才有杂粮酒的盛行。所以，我们现在大部分人喝酒叫应酬，其实真正喝酒是要和有共同价值观的人在一起，才能叫喝酒。

黄酒，是中华国酿，是最养生的酒。“天人合一、以人为本、载舟覆舟、和而不同”等中华民族这些治国理政的思想渊源，都能够在中国黄酒博大精深的文化里找到印证。

一坛黄酒，孕育了春秋礼仪，演绎了魏晋风流，谱写了浙东诗路，成就了宋韵盛景，展示了文化自信。

明清时期越酒畅行天下，《红楼梦》《镜花缘》等小说中大量的饮酒场景描写，黄酒成为上层贵族和主流社会的首选，奠定了黄酒自信的根基；新中国成立后党和国家领导人对于绍兴黄酒的关注与重视，增强了黄酒自信的底气；新中国开国大典、人民大会堂、钓鱼台国宾馆、白官宴会厅、G20 杭州峰会以及即将召开的 2023 杭州亚运会上的黄酒身影，成为中国黄酒自信的最好加持。

当年，会稽山下的一场流畅盛宴，诞生了“天下第一行书”《兰亭集序》，也成就了 中国第一高端文化黄酒品牌---“兰亭”。

稽山依旧，鉴水长流，让我们一起举杯，对酒当歌，共同畅想美好生活，共同走进精彩纷呈的黄酒世界，传承黄酒酿艺，讲好黄酒故事，让更多的人认识黄酒，了解黄酒，爱上黄酒。



公益奖学十四载 护航学子逐梦行

徽酒正能量第十四期爱心公益奖学活动举行

金文

14 载初心不改 助力学子圆梦

近日，金徽酒正能量第十四期爱心公益奖学金 2022 年度启动仪式在金徽生态酿酒园举行，正式拉开 2022 年公益奖学活动的帷幕。这是延续 14 年的公益使命，是源自于金徽酒对责任和使命的坚守。

启动仪式上，金徽酒股份有限公司董事长周志刚表示，今年，金徽酒再次捐赠 1000 万元，用于助力甘肃、陕西、宁夏、内蒙古等区域的优秀学子完成学业。这是公司持续不断地践行社会责任担当，弘扬金徽正能量的品牌精神，共筑莘莘学子圆梦大学的坚实后盾的具体表现。在此次活动中，金徽酒公益基金会将走进甘肃、陕西、宁夏、内蒙古 4 个省、自治区，公益足迹遍布 134 个区(县)，累计捐赠奖学金 1000 万元，助力 3747 名优秀学子圆梦大学。

获奖学子 助力我们的大学梦

十年树木，百年树人。自 2008 年以来，金徽酒联合各地教育部门和学校，连续 14 年持



续开展公益奖学活动，公益足迹覆盖西北六省 160 多个市县(区)，助力优秀大学生超过 20000 余名。

在此次活动中，多名学生代表进行了发言，表达了对金徽正能量公益基金会的诚挚感谢，表示将不辜负企业和家庭的厚望，努力学习、积极成才，用实际行动回报社会，将爱心传递。他们一致认为，金徽正能量公益奖学金并非简单的赠予，而是教会了他们如何逐梦。

“非常感谢金徽酒股份有限公司对我的

承天地之时 守酿酒初心

江西婺酒秋酿开窖仪式隆重举行

李玉友

日前，江西婺酒酒业祭祖祖秋酿开窖仪式在灿烂阳光的沐浴下隆重举行。

婺源县企业家联合会主席俞京红、原县政协副主席黄永安、县工商联主席汪诚、县文化旅游局局长方良福、县工业园区党工委书记胡洪生、县工业园区管委会主任汪雪、县文联主席吕富来、县文化旅游局副局长汪泽水、县非遗保护中心主任揭涤峰、原税务局副局长王康成、摄影家协会会长汪立浪、华龙木雕有限公司董事长俞有桂、篁岭文旅有限公司董事长吴向阳、江西省民营口腔专委会候任主委天佑口腔医院院长齐春来、江西婺酒酒业有限公司董事长王立新共同出席了祭祖祖婺酒秋酿开窖仪式。

祭酒祖是我国酿酒历史文化的一部分，从有文字记载以来延续至今。是酿酒人对中国酿酒先哲们的纪念与颂扬。中国的白酒酿酒技艺堪属世界非物质文化遗产精髓，上至仪狄、杜康，下至刘白堕、姜女、焦革，演绎了一个个美丽的酿酒传奇。祭奠仪式由婺酒酒业人力资源部总监朱莉主持，婺酒酒业清酱特香研究所所长、总工程师方跃进宣读祭文，婺酒酒业董事长、江西婺酒酿酒技艺传承人、清酱特香型白酒创始人王立新携公司领导 and 酿酒工人共同参加。婺源县电视台、婺酒抖音专

营店做了现场同步直播。

经过一个夏天的休养生息，又到了秋天酿酒的时节。秋酿，预示着一个新的酿酒季的开始、也是上个酿酒季酒酿出窖蒸馏出酒的时刻，婺酒酒业传承古法，历久弥香。今天在这里祭奠酒祖，继承和发扬中国的传统文化、弘扬工匠精神。承天地之时，守酿酒初心。婺酒秋天第一甑新酒如约而至，整个车间酒香四溢，令人沉醉。随着婺酒酒业董事长王立新一声令下，婺酒秋酿开窖仪式正式开始。嘉宾们手持金铲，铲料拌料，亲自体验婺酒的传承文化之美。

在介绍婺酒独创的清酱特香时，王立新说：清酱特香白酒独特风味的形成与创立，是在恩师、中国白酒泰斗梁老的精心指导下创作传统酿酒之新技艺的结晶，是“天地人和”、“道法自然”的精髓体现。

王立新介绍说，清酱特香是婺酒独创的白酒香型，清酱特香型婺酒具有微黄，透亮透明的色泽，花香、果香、酱香、特香复合幽雅，入口丰满，有层次；清、酱、特香融合谐调，依次分呈，清雅甘润，陈香怡人，醇厚爽净，空杯留香，绵长舒适，具有一口三香的典型风格。受到广大消费者普遍青睐。江西婺酒酒业有限公司传承了婺源县国营珍珠山综合垦殖场酒厂百年历史文化，是省级酿酒骨干企业，2021 年获评“江西省工业旅游示范基地”荣誉

天猫发布 2022 年酱香酒趋势报告

近年来，在“酱酒”热潮下，酱香型白酒越来越受到消费者的亲睐。白酒产业是贵州特色优势产业。近年来，贵州加快推动全省白酒产业持续健康发展，带动全省工业经济实现较好增长。开启现代化建设新征程，为推动白酒产业等传统优势产业提质转型，建设好以茅台酒为引领的贵州酱香白酒品牌舰队，天猫新品创新中心联合北京慧辰资道资讯股份有限公司，历时两月，通过贵州省商务厅带队走访多家酱香型白酒企业，结合天猫关于白酒销售的行业数据，具有针对性对淘系酱香酒市场开展一系列研究，助力酱香酒品牌更好地应对多元挑战和复杂竞争环境，实现更好战略布局。

一、白酒总体市场概况

2022 年 6 月 1 日，国家市场监督管理总局和国家标准化管理委员会联合发布的两项白酒“新国标”施行，白酒行业准入门槛提高。受疫情和政策双重影响，白酒行业面临激烈竞争。作为中国酒类市场的中流砥柱，白酒产业在 2021 年共计 8678 亿酒类销售收入中占比达到 69.5%。整体酒类 1949 亿元利润总额中，白酒更是达到 1701 亿的利润。

数据统计显示，消费者对于白酒的选择是以品牌来驱动的，近 4 成消费者会直接搜索“白酒品牌词”来寻找产品。白酒具有较高的送礼属性和收藏价值，在饮用场景中体现出很强的社交属性。尤其是酱香型白酒拥有较高溢价能力和丰富的场景营销机会。在对线上用户数据分析后得出结论，无论消费者在选择购买酱香酒时是用于何种目的，历史悠久、知名度高的老字号更受青睐。

想，以取得的成绩为激励，以一种更加强烈的紧迫感和执著精神，专心致志地加强学习、追求新知、勇攀高峰。

至今，已有千名受助学子毕业走向工作岗位。在抗击疫情战场、基层扶贫一线、创新创造前沿，处处活跃着“金徽正能量公益学子”拼搏进取的青春英姿，他们用实际行动传承和弘扬了公益的正能量，用青春和汗水升华了爱心公益奖学活动的社会价值，这些优秀学子已成长为奋斗在祖国建设各条战线上的栋梁之材。

资助，在往后的学习中，我会努力掌握自己的专业知识，刻苦上进，争取做一个对社会有用的人。”会宁县学生杨萍说。

“在成长的道路上，得到过太多的帮助，需要感激的人和事也很多，我相信在座的同学也和我一样。现在，我们还没有足够的能力回报社会，为社会做贡献，但我们可以努力学习，以一颗感恩的心，积极为他人做好事，为将来回报社会做准备。”岷县学生后亚刚说。

金徽酒一如既往地获奖的同学寄予了厚望，希望他们进一步坚定信念、树立远大理



称号。

婺酒酒业地处中国最美的乡村——婺源，总投资 1.2 亿元。占地面积 50 亩，总建筑面积 3.4 万平方米，具有年产清酱特香型原酒 1000 吨，储酒能力近 10000 吨的规模。是集研发、生产、销售白酒、其他酒(配制酒)的区域龙头企业。

近年来，婺酒酒业坚持走生态工业旅游之路，倾力打造集研发酿造、全景体验、品牌传播、旅游购物为一体的工业旅游新品牌，实现了全市白酒行业第一的产能，力争为建设最美婺源做出新的更大贡献。

公益是金徽正能量的最好诠释。多年来，金徽酒时刻以积极的姿态去融入公益、主导公益，积极履行社会责任，在教育事业、精准扶贫、新农村建设、疫情防控、抗洪救灾、乡村医生等公益方面投资数亿元，坚持不懈地推进公益战略，让“金徽酒正能量”成为一个有温度、有担当的公益品牌。

星光不负赶路人，江河眷顾奋进者。在高质量发展的新征程上，金徽酒将立足新发展阶段，贯彻新发展理念，融入新发展格局，积极履行社会责任；持续躬耕于公益事业，传递大爱、初心不改、接续奋斗，助力广大学子筑梦、逐梦、圆梦，共建美丽新时代。



公司先后获得了国家“守合同重信用”企业、“江西老字号”、“中南地区六省一市白酒检评金奖产品”、“江西省消费者信得过单位”、“全国食品工业优秀食品企业”、“中国食品行业百年传承品牌”、“中国食品工业协会科学技术奖”等荣誉。

本次婺酒祭祖祖暨秋酿仪成功举办，体现了婺酒人对传统文化的传承和传新发展，标志着婺酒打造白酒文化 IP 进阶新的高度。他们表示将秉承初心，一生只为酿好酒，把最好的美酒奉献给消费者。

目前，“酱酒热”已维持了一段时间，但仍面临内部和外部多方挑战——如一些舆论认为酱酒“爹味”浓重、酱香酒用户只认熟悉品牌的心智、缺少具有代表性的性价比高的口粮酒品牌等。

挑战往往伴随机遇。一方面，可通过重塑消费场景，无论是聚会小酌，一人独饮还是社交应酬、节庆礼赠，利用场景化营销运营，再添市场活力，创造增量需求；另一方面，围绕客群建设，虽然酱香酒的主力客群依然是 30 岁以上的男性，尤其是 45 岁以上的中老年男性客群，但在客群基数趋于稳定的情况下，可通过不同产品线的布局，吸引更多新客的加入，扩大客群基数；再从包装方面分析：要满足日常和礼赠场景下包装的多元化需求，可以增添品牌新鲜感或收藏价值；最后是营销方面，白酒虽然是个非常传统的行业，但随着近些年新锐品牌的进入，以及年轻客群的加入，互联网成为最佳信息渠道，同时，更多的科技手段、新鲜玩法层出不穷，线上是酱香酒品牌重要的品宣阵地，在年轻客群的招新上，更要善于运用公众号、短视频平台等。

根据中国酒业协会的数据显示，在未来 10 年内，酱香型白酒市场份额有望继续提升到 30%。据《中国酒业“十四五”发展指导意见(征求意见稿)》介绍，“十四五”白酒行业的发展目标显示，到 2025 年，白酒行业销售收入达到 8000 亿元。因此 2021-2026 年酱香型白酒行业的销售收入将呈现逐年增长的趋势。2026 年，酱香型白酒行业的销售收入将达到 2556 亿元，年均增长速度保持在 6.50%。留给酱香型白酒的市场想象空间仍然非常巨大。

(据中国酒业新闻网)