

体育为媒 共荣共促

**山西汾酒
助体兴企打出亮丽好牌**

体育是竞技的象征，也是团结协作的标杆，汾酒历来重视体育为企业带来的潜在效应。

镜头一：

3月25日，春寒料峭，汾酒与中国女足征战世界杯澳新地区官方合作品牌签约仪式在北京隆重举行。

这是汾酒关于国际化有关要求的生动实践，也促成了中国酒魂助力国足走向世界的佳话。

中国女足向来有着优良的传统，也缔造了铿锵玫瑰永不言弃、无私奉献、团结协作、敢于拼搏的“女足精神”，这是中华民族的宝贵精神财富。汾酒作为中国白酒的杰出代表，以清香匠艺、传世佳酿的品牌自信以及活态传承、赓续前进的飒爽英姿，与女足强强融合，在助力女足的同时，也将汾酒推向了更大、更广、更高、潜力更无限的国际舞台，共同谱写一段属于中华民族的红色传奇。

镜头二：

9月5日，茅台集团、汾酒集团、泸州老窖、西凤集团老牌四大名酒齐聚太原，参加了由汾酒集团承办的“七十一载携手前行继往开来并肩共进”第七届中国“四大名白酒杯”男子篮球邀请赛。

经过3天6场的激烈角逐，4支篮球代表队，为球迷们献上了精彩的赛事盛宴，赛出了名酒情谊，赛出了名酒力量，赛出了名酒风采。

“四大名白酒杯”作为汾酒、茅台、泸州老窖、西凤酒老牌四大名酒企业之间文化交流的桥梁，自1987年首次开赛以来已举办了6届，不仅承担着寻找酒业发展之重任，而且也承担了探寻中国白酒竞合发展的责任。

在开赛之前，丁雄军、袁清茂、刘森、张正四大名白酒“掌门人”带领企业高管领导召开了为深化四大名酒之间的沟通交流的座谈会。作为本届篮球赛的东道主，汾酒集团党委书记、董事长袁清茂阐述了中国“四大名白酒杯”男子篮球邀请赛是四大名白酒之间相互交流学习的桥梁和纽带。通过邀请赛向消费者传播优秀、健康、活力、向上的体育精神和企业声音，同时进一步提升产品品质，引领绿色发展、引领行业变革、引领文化赋能，共同推动中国白酒行业的不断进步，为社会经济的高质量发展贡献力量。

篮球场上比拼的是队员的技术、配合与战略战术，有比拼也有合作，共同目的都是让比赛更加精彩，酒业亦是如此，既是竞争对手，也是合作伙伴。

竞合是中国白酒行业非典型的现象，是中国酒业拒绝内耗内卷，实现“美美与共”、“百花齐放”的群雄争锋局面，并将白酒蛋糕推上6500亿高峰的根本动力。老牌四大名酒作为浓香、酱香、清香、凤香各自领域的领头羊，不断用业绩或品牌策略引领中国白酒持续向前。

“四大名白酒杯”男子篮球邀请赛不仅是一场精彩的篮球体育盛宴，它更承载着贵州茅台、山西汾酒、泸州老窖、陕西西凤四大名酒之间的美好情谊和共同理想。

“老四大名酒”的IP在过去的几十年里早早就被赋予了独特而珍贵的价值，本次汾酒再度与酱香、浓香、凤香等香型龙头企业共话竞合发展之道，也再度鼓舞了清香热下清香型白酒企业的势能与信心。

千帆竞发，百舸争流。未来的四大名酒将用“更高、更快、更强、更团结”的体育精神，传递“各美其美，美美与共”的白酒行业共识，引领行业发展，推动文化传承，擦亮民族品牌，让中国白酒在世界舞台中央绽放更加璀璨的光芒！

镜头三：

龙飞凤舞，“晋”享赛季。山西男篮、山西女篮作为国内CBA/WCBA传统强队，再次披挂盛装远播的汾酒和竹叶青酒的品牌荣耀闪亮上阵，2023-2024赛季出征仪式已于10月8日在山西太原隆重举行。

汾酒男篮和竹叶青酒女篮，在山西社会各界的支持下，满载着三晋球迷的祝福与希望和汾酒集团的品牌荣耀，发扬团队精神，全力以赴，无畏向前，已经各自都取得了第一阶段初步胜利，并以百折不挠、一往无前的态势向着下一阶段的目标发起冲击，全力争胜。

作为省管重要骨干企业，汾酒一直支持山西体育事业的发展，更与山西职业篮球结下了不解之缘，也是职业联赛中唯一的双料名酒冠名品牌。汾酒将持续用实际行动，为山西汾酒男篮和竹叶青酒女篮在中国篮球“比翼齐飞”积极贡献力量，汾酒、竹叶青酒对超豪华阵容的民族品牌，也将一次次撞击亿万国人乃至世界更广泛热爱体育、热爱篮球事业人们的心灵，为汾酒的复兴和国际化发展战略添砖加瓦。

汾酒集团与中国女足澳新地区官方合作品牌签约仪式现场

创新是名酒之所向 清香之所长 汾酒之所为

“创新是名酒之所向，是清香之所长，是汾酒之所为。面对全新的时代与环境以及多元性、时尚性的酒类消费需求，中国名酒应以创新为方向和路径，持续引领酒业发展，不断书写新时代创新篇章，为实现中国式现代化作出应有的贡献。”

在刚刚闭幕的“大变局：突围与新生”AI-IC2023酒业创新与投资大会中，汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰围绕《产业变局下的创新之道》这一主题，以求变、创变之心道出了酒业创新的深刻内涵与时代之义，为酒业发展提供了思想指导和创变思考。

多维创新思考

2023年，受宏观经济环境与产业变革的影响，中国酒业从生产端到市场端都进入了新一轮调整周期，市场份额加速向名酒集中、向头部企业集中，渠道端和流通端也呈现出新的变化。

中国酒类流通协会会长王新国指出，在当前产业变局下，首要的应对之策是“坚定信心”，但心态之外，走在高质量发展的“正确的路上”更加重要，而高质量发展的核心就是创新，是要以创新为第一驱动力。

而在《产业变局下的创新之道》的主题演讲中，汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰也立足于汾酒发展过程中的创新实践，阐释了创新对于酒业的重要价值与深远影响。

李振寰表示，创新是名酒之所向。名酒企业要在产品价值和市场价值上创新，要在工艺传承基础上，实现跨式的创新领先，要以广大消费者为核心，通过厂商一体化、营销数



●汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰在酒业创新与投资大会上。

字化等新思维、新模式的应用和保障，为消费者提供深层次的服务质量。

李振寰同时指出，创新是清香之所长。近年来，清香型白酒呈现出消费扩大、结构升级的有利发展态势，“大清香时代”已经来临。当前，清香型白酒所呈现的品牌创新和结构创新，是酒类消费需求指向高品质、多元化所致，是酒类消费品位指向时尚化、国际化所致。

李振寰还强调到，创新是汾酒之所为。近年来，汾酒坚持科学引领下的管理创新，致力于加快推动数智一体化建设，让“数智”赋能汾酒发展。同时，新时代下的汾酒也将继续深化国企改革，坚持守正创新、坚守传统工艺，以不断求索和创新的步伐，开创和迎接属于中国白酒的“大清香时代”。

“此外，面对中国酒业的调整新周期与成长新变局，白酒企业特别是中国名酒应该将创新摆在重要位置，加快建设创新平台，大力培养创新人才，加大研发投入，迈出新时代创新发展的新步伐，为行业高质量发展提供强大的科技支撑。”李振寰还说道。

融合创新实践

在商业与产业的“大变局”中，创新正深刻地影响着诸多产业的前途命运，影响着人民的生活福祉。而聚焦于白酒行业而言，创新则是要大力推行数字技术与企业的管理、科研、营销等体制创新相结合，实现科技创新与体制创新“双轮驱动”与融合发展，让创新驱动成为白酒行业持续发展的不竭动力。

而对于拥有悠久历史文化和技艺传承的汾酒而言，创新也一直贯穿于企业的发展实践中，是汾酒品牌蓬勃向上的动力。而这也正是汾酒一路走来却历久弥新的主要推动力，是汾酒改革以来能够在逆势中激流勇进的重要动力源泉。

具体来看，近两年来汾酒的创新主要在两个方面发力，暨文化创新与数字智能化创新。

一方面，是汾酒持续做好文化的价值表达、情感表达。文化决定了品牌的高度和温度，在将深厚的文化内涵转化为品牌价值和市场竞争力这一过程中，汾酒以“深挖”与“活化”两个角度来阐述着中国酒魂的具体内涵，并通过汾酒杏花节、走进汾酒第一车间、封藏大典等创新表达，让抽象的文化变得生动可感，让汾酒品牌变得可感、可触、可品。

另一方面，汾酒是在科学引领下进行管理创新和技术创新。围绕“智慧汾酒”目标，汾酒将数字化的先进手段广泛应用在内部运营管理、营销模式创新、加强消费者研究和沟通等多个方面，建设大数据平台，提升数据资产的运营能力，推动管理信息化、供应链网络化，不断提高管理和营销的高效性、科学性和系统性，构筑了企业全产业链数智化生态圈。

在复兴总纲领的指引下，汾酒正高质量兑现“三分天下有其一”的发展目标，同时在汾酒的引领下，清香型白酒的技艺、品质、文化价值，也愈发地受到关注与喜爱。当前，众多清香型酒企共同形成了清香白酒产业集群，营造了更具影响力的清香白酒氛围，但对于汾酒和清香型白酒而言，在这条创新之路上仍然有诸多的挑战与风险，等待他们去攀登逾越。

山西汾酒荣获“2023中国制造业上市公司社会责任五星金奖”

2023年10月在上海举办的“2023全球可持续发展暨国际公共采购大会”上，在中国联合国采购促进会指导下，时代责任四十人论坛智库正式发布了年度社会责任与ESG大奖《2023中国制造业上市公司社会责任五星

金奖榜单》。经严格评审、数据分析，山西汾酒荣获“2023中国制造业上市公司社会责任五星金奖”，是对山西汾酒坚定践行共同富裕发展理念、联合国可持续发展理念的高度认可。

据悉，“2023全球可持续发展暨国际公共

采购大会”是为了推进全球可持续发展而主办的行业盛典。时代责任四十人论坛秘书长、社会责任与ESG研究专家宋嘉对山西汾酒2022年度《社会责任报告》表示：ESG报告是上市公司进行非财务信息披露的重要组成部

汾酒文旅融合 文化表达新标杆

“杏花村”是历史留给汾酒的一张靓丽的文化名片，一份珍贵的文化遗产。

自2021年以来，已有多个酒业产区将酒旅融合发展纳入“十四五”发展规划，展现酒业对文化属性的价值回归。我国《“十四五”文化和旅游发展规划》中明确提出，文化事业、文化产业和旅游业将成为经济社会发展和综合国力竞争的强大动力和重要支撑。酒企自身便带有文化标签，在做好规划及引导的基础上，就能为产区的升值以及品牌塑造带来不一样的效果。

今年是汾酒杏花节举办的第六个年头，春有约，花不误，杏韵守望着幸福，在汾酒文化景区如约拉开序幕，万树杏花与千年名酒齐美，中外游客与古今风情同醉，现场观众在汾酒文化景区花海中尽情体验着诗之意、酒之香、花之漫。

酒香，文美，旅成，顺势而为。杏花节是“诗酒天下第一村”的独特魅力，也是汾酒文旅特色的文化标杆，很大程度上提升了汾酒的知名度、美誉度，把文化底蕴转化为长期的市场价值和永恒的品牌价值。

杏花村，人文与自然的完美结合，是汾酒文旅特色的文化标杆，很大程度上提升了汾酒的知名度、美誉度，把文化底蕴转化为长期的市场价值和永恒的品牌价值。

数千年涤荡 酿出一抹清香

曾几何时，对中国白酒的起源众说纷纭，直到1982年，仰韶文化时期小口尖底瓮在杏花村的出土，佐证了汾阳大地谷物酿酒的鼻祖地位。

作为中国白酒文化的“活化石”，杏花村汾酒有着6000年不迁址、不断代的酿造历史，文化底蕴深厚，后唐大诗人杜牧“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”的千古绝唱，更成就最具诗意的“诗酒一村”，汾酒名副其实成了“中国诗酒文化的巅峰”，开创了至今无可超越的文化名酒之辉煌。

一壶杏花村，半部白酒史。从某种意义上讲，读懂了汾酒，也就读懂了中国白酒源远流长的精气神，也就透析了汾酒得天独厚的文化底蕴和栩栩如生的活态文化密码。党的二十大报告指出“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展”。如果酒算一种酒脱，文是一态豪放，那旅就是一抹怡情，本质上都是一种对生活的体验。在酒文旅融合主题的衍展下，讲述沉浸式的文化故事，更容易吸引游客对酒文旅文化的探究和体验。这也是汾酒数千年生生不息的力量之源。

汾酒集团从“11936”中长期汾酒复兴战略中明确把文旅板块作为实现汾酒复兴的



●第六届汾酒杏花节开幕式现场

重要战略部署之一，到与汾阳市政府、山西文旅集团以“诗酒”开题，以“文化旅游”为翼，共同打造极具山西特色的杏花村酒文旅项目，再到汾酒文化景区最新制定的“12315规划”，汾酒的崇高地位正在从“历史文化”过渡到“历史文化与酒旅融合”并存的转变。

酒旅融合双向赋能 正在成为新时尚

酒旅融合是近年来国内名酒企业与产区着力发展的新“板块”。酿酒企业“染指”旅游产业，有着先天的优势与发展空间。随着国内经济的高速发展，国民生活水平的提高，旅游成为人们日常消费的重要组成部分。在文化强国、文化兴业、文化强人的时代背景下，酒旅融合成了酒类产业转型发展的一道靓丽风景。作为“国酒之源、清香之祖、文化之根”，拥有6000年酿造史、1500年名酒史、800年蒸馏史和300年品牌史的汾酒，无可争辩地承载了“中国酒魂”。汾酒文化已成为和华夏文明、黄河文明、晋商文化同根同源的宝贵文化财产。

面对如此厚重的文化底蕴，汾酒集团董事长袁清茂曾表示，汾酒要发挥好文化优势构建品牌，主要是从“深”和“活”两个角度，“把深厚的文化内涵转化为品牌价值和市场竞争力。”其中的“活”，便是通过提升汾酒活态的酒文化赋能品牌价值，提高消费者的认知度和美誉度。

汾酒集团从“11936”中长期汾酒复兴战略中明确把文旅板块作为实现汾酒复兴的

条件。年底，以“杏花村之名”创建国家5A级景区已经启动，汾酒集团又开启了杏花村酒旅融合发展新的时代表达。

让文物见证，让典故表态，鲜活的历史塑造了独特的品牌。世界酒文化博览会、封藏大典、中国酒业活态文化大会、中国酒文化月和汾酒文创互动艺术展等层出不穷的系列活动使行走的汾酒传送着不一样的价值表达、情感表达、时代表达，“大清香”正席卷而来，“三分天下必有其一”正在一步步成为现实。

汾酒表达 彰显出文化自信

汾酒文化，是代表中国酒文化的“活态文化”，汾酒博物馆，是“汾酒文化”不可或缺的一部分，它以丰富的实物文物见证了汾酒的千年发展，以隽永的精神内涵成为支撑“中国酒魂”的强力证据。

5A景区创建启动仪式上，袁清茂表示，建设文化强国是每个中国人的责任；建设文化强省是每个山西企业的责任。汾酒作为中国最有文化的白酒企业，创建山西省工业旅游唯一的国家5A级景区、中国酒业唯一的国家5A级景区，推动文创高质量发展，是“全方位推动山西高质量发展”汾酒方案的又一重要举措，将为“文化强国”“文化强省”贡献独特的“汾酒力量”。

袁清茂指出，全方位推动汾酒高质量发展，文化是重要抓手。2023年，是贯彻党的二十大精神的开局之年，也是汾酒复兴纲领元年、杏花村诗酒时代元年。这也预示着汾酒发展迎来新的转折点：推进企业、产区和品类的同频共振，构筑更高质量、更强大的汾酒、杏花村汾酒特色专业镇和大清香时代。汾酒品牌复兴目标正加速实现，这座金字塔的根基仍然是汾酒千年的文化底蕴。

站在新的历史起点，一幅“产业发达、文化浓郁、人文和谐”的杏花村酒乡新画卷徐徐展开。这是一个国家、一个民族发展中最基本、最深沉、最持久的力量给予文化的足够自信，也是“诗酒一村”赋予世界酒乡的独特魅力。

汾酒的酒旅文化，必将打造精品化、流量大、影响广的中国特色酒文化标杆，进而不断提升汾酒的知名度、美誉度，把文化底蕴转化为长期的市场价值、永恒的品牌价值，真正做大做强汾酒旅游、做靓汾酒文化、做强汾酒品牌。

[本文版图由汾酒融媒提供背景资料，杨仁宇组稿]