

## 酒业“文化竞争”如何创造“人间烟火气”

■ 酒评

不知道何时，酒业的竞争早已不再局限于产品、规模、市值的较量，而是上升到了更为深远和广阔的文化层面。

这背后是有几个方面的原因：

一是在全球化背景下，众多国家和地区日益重视并着力强调其文化自信的构建与弘扬。酒类作为一种深植于传统文化中的重要媒介，不仅肩负着传递民族精神的使命，还承担着文化传承的重任。特别是“国潮”现象的兴起，使得具有深厚文化底蕴的中国酒品牌获得了更多的关注和喜爱；

二是随着经济的发展和人民生活水平的提高，消费者不再仅仅满足于基本的饮用需求，开始追求产品的文化内涵、情感价值和个性化体验。反映到市场上，就是酒类品牌的文化故事、历史传承、地域特色成为吸引消费者的重要因素；

三是在产品同质化日益严重的市场环境下，通过文化塑造品牌个性，不仅能帮助企业脱颖而出，更能深化消费者对于品牌的认知与情感连接。酒往往与特定的历史、地域、风俗习惯紧密相关，深挖并传播这些文化元素，可以有效增强品牌的识别度和忠诚度。

因此，酒作为一种饮品，早已超越了单纯的饮用功能，成为一种文化符号、一种精神寄托、一种生活态度的体现。

所以，我们看到，近些年，在文化博弈的舞台上，各家酒企纷纷“出招”，竞相展现其悠久的历史根基与别具一格的文化吸引力，让人们在品味美酒的同时，也能感受到其中蕴含的丰富文化气息，力求在消费者心中占据一席之地。

在这之中，有的酒企注重传承与发扬传统文化，将古老的酿酒工艺与民族特色相结合，打造出极具个性的酒品，并通过一场场复古的文化盛宴，将酒品、舞台、场景、器物、仪式与美学深度绑定，让更多的消费者亲身感受到传统酒文化的魅力。

而有的酒企则更加注重创新与发展，他们主动打破边界，不断探索新的文化元素，将其融入酒品的设计和生产中。通过跨界合作，梦幻联动，将酒与其他文化领域相结合，创造出全新的酒文化体验……

但不管是哪一种，酒企们不仅展现出了自己的实力和智慧，也为消费者带来了更多的惊喜和选择。他们用自己的方式诠释着酒文化的内涵和价值，让消费者在品味美酒的同时，也能感受到文化的力量 and 美好。

然而，不容忽视的是，在众多酒企争相利用文化元素以区分自己时，容易陷入模仿或重复的窘境，导致市场上的酒文化表现愈发趋于一致。并且，一些有关酒文化的呈现和表达仅在特定群体内产生共鸣，难以触及更广泛的受众，酒业文化竞争的出路到底在哪？

都说人间烟火气，最抚凡人心。

或许，文化竞争的出路就在于如何真正地贴近民生，挖掘那些能够跨越年龄、地域乃至文化差异的共同情感，创造出富有“人间烟火气”的酒文化体验。这也意味着，酒企需要跳出传统的文化框架，更加注重文化的普适性和现代性的结合，让酒文化不仅仅是高高在上的艺术欣赏，更是日常生活中触手可及的温馨与慰藉。

毕竟，爱没有技巧，而真诚永远都是必杀技！

## “共情他人故事 滋养自我人生” 《舍得智慧人物》第六季“越过山丘”圆满收官

■ 文轩

日前，以“越过山丘”为主题的《舍得智慧人物》第六季圆满收官。凭借重磅嘉宾阵容、爆点话题内容，该节目在各卫视同时段播出的专题访谈类节目中收视稳居榜首，总曝光更是突破 71 亿，赢得好评如潮。

《人民日报》、新华社、中新社等央媒争相报道，游本昌、冯远征、郎永淳等知名人士纷纷点赞，节目荣登 11 个平台热搜榜单 101 次。其中，“90 岁游本昌婚姻幸福的秘诀是不响”冲上微博总榜热搜第一。一系列亮眼的成绩，足见节目的巨大影响力和观众的超高关注度。

作为一档由舍得酒业携手凤凰网、东方卫视联合制作的先锋人物深度访谈节目，《舍得智慧人物》自 2017 年开播以来，邀请了上百位时代先锋人物对话，为观众打造了一个“共情他人故事 滋养自我人生”的智慧“读本”。至今，节目已收获流量超过 257 亿，不仅积淀了丰厚的舍得智慧表达，在全社会赢得多项荣誉，也成为舍得酒业在演绎品牌内涵、铸造文化强 IP 之路上的关键一步。

**演绎“舍得”新时代价值 AI 陈子昂创诗酒名场面**

前不见古人，后不见来者。念天地之悠悠，独怆然而涕下。

1300 年前，陈子昂发出的“千年一叹”，至今震撼着人们的心灵。在《舍得智慧人物》第六季压轴节目中，主持人郎永淳与知名文化学者、江宁织造博物馆馆长郦波，游诗酒射洪、品舍得老酒，重寻一代文宗陈子昂当年的足迹。

值得注意的是，节目创新运用 AI 虚拟现实技术，演绎读书会、幽州台、琴店、街道、乐室等丰富的场景，展现陈子昂从青涩少年到成熟学者的转变，直观展现其个性魅力。而 AI 陈子昂与郎永淳的“饮酒对谈”，更将节目热度推向高潮，让观众有身临其境之感，大呼过瘾。

为打造 AI 陈子昂形象，节目制作团队运



用多种 AI 技术工具，结合三维技术、动作捕捉技术，同时通过动画师对细节进行细致打磨调试，生动复现陈子昂立体影像，实现虚拟场景无限逼真。据悉，这也是白酒行业首个虚实结合纪录片，开创行业先河。

革新，是陈子昂开创盛唐诗史的精神内核，以此为收官之作，与《舍得智慧人物》的创新理念完美呼应。纵观整个第六季，除了技术上标新立异，节目还以多样化的创新方式为观众带来不一样的惊喜。

紧扣“越过山丘”主题，本季嘉宾皆是有阅历、有故事、敢攀登的时代见证者，在不同专业领域、各个生命阶段，为当代人提供思路和滋养。无论是背负报国志、传承奉献精神的张作义，越过山丘、战胜命运的张海迪，还是将入相出、戏剧无悔的何赛飞，或是心境如春、年年 25 岁的谭咏麟，他们都以自己的人生感悟提升了舍得智慧的社会影响力。

少数人“越过山丘”的经历与智慧，能否适用于大多数人？面对时代困惑，第六季融合个体情感与共同情怀，提升访谈故事性与观众代

入感。游本昌舍得“不响”，30 年龙套生涯中淬炼真功夫。吴士宏逆风飞翔，找到余生可以托付的事业。吴敏霞“跃出水面”，开启崭新人生……立足中国，放眼世界，第六季还特意远赴马来西亚，专访世界羽坛传奇名将李宗伟，传递他不屈不挠、遇强越强的“爱拼”精神，在当地与中国均引起热议，加速扩大了舍得品牌的国际影响力。

而在构建品牌消费场景方面，《舍得智慧人物》第六季巧妙运用老酒、家具、桌摆、酒具等元素，创新搭建“人生下酒，放胆一聊”东方美学对话场景，以“名人+名言+名酒”的形式提升品牌声量。此外，第六季首次上星东方卫视，与凤凰网双平台联动传播，精准渗透消费圈层，激发全平台流量效应，持续加筑传播势能。

**超级品牌 IP 锲而不舍 助力品牌与市场建设共赢**

《舍得智慧人物》经由舍得酒业七年、六季匠心铸就，早已成为白酒行业的标杆级文化 IP。

## 《杏花村外史》之第二季(连载之六)

■ 杨仁宇 / 著

### 第六回 龙舞酒韵治水传奇

大禹治水觅良方，杏花村里汾酒香。郭庄泉秘酿佳酒，水患平息美名扬。

话说在远古的夏禹时期，黄河泛滥成灾，百姓生活苦不堪言。为了治理水患，夏禹带领众人四处寻找治水之法。

有一天，他们来到了一个名叫杏花村的地方。

杏花村风景如画，物产丰富，这里的汾酒更是远近闻名，令人陶醉。夏禹品尝了汾酒，为其醇厚的口感和独特的香气所倾倒。

在村子深处，有一座神秘的郭庄泉，传说这座山泉蕴含着神奇的力量，不仅能治愈疾病，而且还能够赋予人们智慧和力量，并且还传闻与治理水患也有着千丝万缕的联系。

据说夏禹本身就具有超凡的能力，他能变成巨大的熊，开山劈石，疏浚河道。当他听闻郭庄泉的传说后，决定亲自前往一探究竟。

当他来到泉边时，眼见周围环境幽静，绿树成荫，花草茂盛，宁静美丽；泉水清澈透明，涓涓不息，宛如一面镜子，映照着周围的青山绿树并发出清脆悦耳的潺潺声，仿佛在诉说着岁月的故事。

泉水中鱼儿游弋着，还不时泛起一丝丝雾

气，朦胧而神秘。在阳光的照耀下，雾气闪烁着五彩的光芒，还飘逸着一股股清新的气息，如梦如幻。

夏禹弯下腰，轻轻捧起一捧泉水，品尝了一口。那甘甜的味道令他陶醉，他感受到了一股奇妙的力量在体内涌动。

夏禹立刻取了一些泉水，将其带回村庄。夏禹深知，要治理水患，需要众人的齐心协力。于是，他召集了村里的百姓，组织大家共同用郭庄泉的泉水酿造汾酒，以赢取大家的信任。

夏禹将带回的泉水与精选的高粱、小麦等原料一同用于酿酒。在酿酒的过程中，他融入了自己的智慧和祝福，希望通过酒来传递神秘的力量。

他精心挑选每一颗粮食，然后将它们放入泉水中浸泡，让泉水的神秘力量渗透其中。粮食在浸泡过程中闪耀着奇异的光芒，仿佛吸收了天地间的精华。

接着，夏禹将浸泡后的粮食煮熟，然后在特定的温度和湿度下发酵。在这个过程中，他运用了一种独特的秘方，使得发酵过程充满了神秘的气息，仿佛有神灵在守护。

随着时间的推移，酒液逐渐变得醇厚。夏禹用特殊的方法进行蒸馏，提取出纯净而充满力量的酒液。这些酒液口感醇厚绵柔，入口时如丝般顺滑，轻抚着味蕾，带来一种细腻而持久的享受。

同时，它还有独特的香味，散发着浓郁的



●夏禹在郭庄泉取水图

芬芳，仿佛置身于花海之中，散发出迷人的香气，每一口都能感受到大自然的馈赠。这种香味悠长而持久，让人闻之心醉。这酒液极致的味觉体验，使人们尝后纷纷赞不绝口。

夏禹将这些酒液装入精致的陶罐中，密封保存。这些陶罐经过特殊的处理，能够锁住酒液的神秘力量。

大家都坚信，这神秘的力量将赋予汾酒特殊的功效，这就是汾酒一直延续至今的封藏之作。

汾酒酿成后，百姓视为天赐甘露。夏禹和百姓们带了一些汾酒，准备将其洒向黄河，祈求神灵庇佑平息水患。

夏禹站在黄河岸边，手中捧着一坛精心酿制的汾酒。阳光洒在他坚毅的脸庞上，他的眼神中透露出坚定和自信。

他慢慢地将汾酒洒向黄河，酒液在空中划出一道道美丽的弧线，仿佛是一条条银色的丝

带。随着酒液的洒落，空气中弥漫着浓郁的酒香。

汾酒落入黄河的瞬间，神奇的一幕出现了：河面上泛起了一层金色的光芒，河水开始变得平静，原本汹涌的波涛渐渐平息下来，仿佛被一种神秘的力量所驯服。

夏禹静静地注视着黄河，他的心中充满了希望和喜悦。他知道，这汾酒中蕴含着郭庄泉的神秘力量，这力量正在发挥作用，使得黄河的水患得到平息。

随着时间的推移，黄河的水势越来越稳定，洪水逐渐退去。两岸的百姓们欢呼雀跃，他们感激夏禹的智慧和勇气，也敬畏郭庄泉酿制汾酒的神秘力量。

在大家的共同努力下，黄河的水患终于得到控制，百姓们过上了安宁的生活。人们也将汾酒视为神圣的物品，每逢重要节日和庆典，都会举杯庆祝，感恩大自然的恩赐。

随着时间的推移，杏花村的汾酒越来越受欢迎，而郭庄泉也成了汾酒的象征，人们赞许这座神秘山泉赋予汾酒独特的魅力。

相传，每当人们品尝汾酒时，不仅能品味到美酒の香醇，还能感受到郭庄泉的神秘力量，人们对杏花村这座美丽村庄和其独特的美酒充满了向往和神秘感，郭庄泉也因此成了人们心中的圣地，成为杏花村的传奇，一直流传至今。

欲知后事如何，请看下回分解。

(未完待续)

节约用水

从我做起

公益广告

地址:四川省成都市金牛区金琴路 10 号附 2 号

电话:(028)87319500

87342251(传真)

广告经营许可证:川工商广字 5100004000280

四川省东和印务有限责任公司印刷