

郎酒庄在变革中重塑 在光阴中坚守

■ 朗文

日前，“九九重阳 天地仁和——2024 郎酒重阳下沙大典”在吴家沟生态酿酒区圆满举办。随着郎酒集团董事长汪俊林宣布生产启动，郎酒六个生态酿酒区同步启动生产，新一年的酿造盛事正式拉开序幕。

适逢郎酒获评中国名酒 40 年，今年重阳下沙大典，可谓是看点满满：郎酒迎来 7.2 万吨最高产能、诺贝尔文学奖得主莫言亲临现场讲述天地人背后的酿酒精神、汪博炜讲述一瓶酒庄酱酒的故事、官宣 2024 版红花郎·15 正式上市……

郎酒 40 年节节登高 迎来 7.2 万吨历史最高产能

酿酒，是一门关于时间的艺术。在郎酒今年的下沙大典上，“时间”成为活动现场反复提及的关键词。它不仅讲述着郎酒从一粒粒粮食到一滴酒的品质故事，也讲述着郎酒人几十年来自对品质的坚守与创新。40 年前，在第四届全国评酒会上，郎酒被评为全国名酒，并在第五届全国评酒会蝉联荣誉。40 年来，郎酒在变革中重塑，几十年的奋进之路、拓产之路，艰辛而坚持，成就了今天的辉煌。如今的郎酒，六大生态酿酒区浩荡其气、磅礴其势，使郎酒酱酒产能、产能均达到了行业前列。活动现场，郎酒股份常务副总经理、销售公司总经理兼青花郎事业部总经理梅刚代表公司宣布：“截至 2024 年重阳节前，2023 批次酱香郎酒已生产完毕，郎酒酱香基酒实际贮存量已达 26.5 万吨。从今天 2024 批次酱香郎酒重阳下沙生产开始，郎酒酱酒产能已达 7.2 万吨。2025 年，酱香郎酒销售投放计划不超过 2.6 万吨。”

自 2022 年《郎酒酱香产品企业内控准则》发布以来，郎酒坚守承诺，坚持每年重阳下沙公布当年贮存及次年销售投放计划，是基于对自身品质的自信，也是对消费者、合作伙伴的品质承诺。扎根深山，守守赤水河左岸酱酒黄金原产地，又迎来 7.2 万吨历史最高产能，可以说，今天的郎酒，在“酿好酒”的使命引领下，已然走出了一条独具特色的“坚守、拼搏、壮大”之路。这一点，也获得了行业的认可。中国酒类流通协会会长王新国在下沙大典上表示：“从当选名酒、品质领先，到畅销全国、市场领先，再到庄园酱酒、价值领先，四十年来，一代代郎酒人，不断践行着名酒的创新与升华，为行业探索着新的方向与道路。”

获得“中国名酒”称号，是郎酒人砥砺前行、荣誉勋章，是郎酒引以为豪的殊荣。回望 1984，郎酒人满怀感激。活动现场，郎酒限量发布“郎酒庄·传奇年代 1984 限量臻藏纪念酒”纪念来时路，全球仅 84 瓶。纪念酒主体基酒洞藏 40 年，意味着从 1984 年起，瓶中的酱香郎酒就已在天宝洞中等待，纪念意义、收藏价值不言而喻。

一瓶酒庄酱酒的故事 郎酒的坚守与光阴的故事

40 年的时间可以用来做什么？40 年，一棵脆弱的小树苗可以成长为参天大树，一个牙牙学语的婴儿可以成长为社会的中坚力量；一项前沿的科学技术可以从理论探索走向广泛应用，彻底改变人们的生活方式。活动现场，郎酒股份总经理汪博炜以《一瓶酒庄酱酒的故事》，向大家讲述郎酒不惧时间浪潮，开创“庄园酱酒”品类新篇章的故事。诚如汪博炜所言，从 1984 年到 2024 年，是郎酒勇于探索、不断创新的 40 年。在这 40 年里，郎酒经历了酿造贮存条件、团队、思想、产品的全面升级，但唯一不变的，是郎酒对极致品质的追求、对消费者的承诺和走向世界的决心。对于郎酒而言，40 年不仅是时间的积累，更是品质的沉淀、文化的传承和创新的突破。40 年时间里，郎酒已经实现了从一座酿酒厂向世界级酒庄的跨越；实现了从传统酿造技艺到融入科学准则的跨越；实现了从中国名酒到庄园酱酒跨越。

汪博炜还宣布，历时五年升级的 2024 版红花郎·15 正式上市。此番上市，也意味着酱香典范红花郎正式迈入 5.0 时代。岁月更迭，时间是最好的试金石。2011 年 12 月，莫言前往郎酒庄地古蔺县二郎镇，郎酒独特的历史文化引起了莫言的强烈共鸣，他创作出《水乃酒之魂》一文；次年，莫言荣获诺贝尔文学奖。彼时，郎酒销售额刚破 100 亿。2024 年重阳时节，莫言再次来到赤水河左岸，见证郎酒历史时刻。时隔 13 年再次重逢，双方都有了“世界级”的身份，郎酒销售额也已突破 200 亿。可以说，两者都在各自的领域里，用时间证明了坚持与努力的价值。

下沙大典上，莫言坦言，13 年前来到郎酒庄，郎酒的规模还不如现在壮大，但当时就对郎酒人立足脚下这片土地，放眼未来，放眼世界的宏图大志感觉到特别钦佩。如今，震撼于眼前的郎酒庄，莫言感叹道：“我在世界上也看了不少酒庄，像郎酒庄这样在一个在大山深处的酒庄是独一无二的，郎酒天宝洞、地宝洞、仁和洞这样上天赐予我们的贮酒仓库、贮酒宝洞，在全世界也是独一无二的。”

作为中国名酒的代表，郎酒不断跨越、创变，已经在品质、文化、创新等多个方面树立了行业标杆。而今，依托郎酒庄，郎酒关于坚守、创变、时间的故事还在不断上演，其不断上升的“独一无二性”，亦让人更加期待郎酒的未来。

五粮液独家战略合作世界名酒价值论坛



■ 卞川泽

金秋十月，第 21 届中国国际酒业博览会在上海如期举办，作为历届酒业博览会的重要参与者，今年五粮液通过参与中国酒业 ESG 论坛、聚焦酒类产区高质量发展、独家战略合作世界名酒价值论坛、精心布局品牌展厅等方式，再次展现了我国酿酒大企业的担当和风范。

10 月 9 日，“理性文明 拒绝酒驾”2024 全国理性饮酒宣传周启动仪式暨第二届中国酒业 ESG 论坛举行，五粮液集团(股份)公司党委书记、董事长曾从钦受邀出席。

理性饮酒，是时代发展健康观念的体现，是行业共识与社会责任；拒绝酒驾，是美好生活的必然，是社会文明进步的重要标志。自 2015 年中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会成立并举办“理性饮酒宣传周”开始，五粮液就从未缺席，每年在全国各个城市门店举行系列活动，以不同的形式践行社会责任，引导和培养消费者对适度、适量、健康饮酒的态度，传递酒业温度、倡导理性价值、构筑健康风尚。酒企宣传理性饮酒对于消费者来说，有着更为积极的作用和意义；而对于酒

企来说，更是体现社会责任和担当的重要举措。在全球气候变化的背景下，寻求减少碳排放成为各个国家、各个行业、各大企业的关键抉择，五粮液一直积极推动 ESG 管理理念融入企业经营管理各方面，全力打造“生态、品质、文化、数字、阳光”五粮液。

本届中国国际酒业博览会上，五粮液股份公司入选“2023 中国酒业 ESG 示范企业”，五粮液股份公司副总经理、董事会秘书、财务总监章欣作了五粮液 ESG 案例分享。在环境保护方面：五粮液着力打造“生态五粮液”，在行业内率先提出创建“零碳”酒企，近 4 年累计投入超 8 亿元用于开展节能减排、减污降碳工作；在社会责任方面：五粮液着力履行“国企担当”，成立行业内首家非公募慈善组织——五粮液公益慈善基金会，在扶贫济困、赈灾救助、乡村振兴等方面积极作为，开展公益慈善项目 60 余个，捐款捐物超 11 亿元，累计投入和整合帮扶资金近 30 亿元；在公司治理方面：着力建设“阳光五粮液”，逐步构建“决策科学、执行有力、监督有效、运转规范”的法人治理结构，持续提升公司规范性和透明度。入选“2023 中国酒业 ESG 示范企业”，不仅展现出五粮液在 ESG 领域的系列举措和

显著成效，也体现了其对可持续发展和社会责任的承诺。

10 月 10 日，以“何以名酒 何以荣耀”为主题的“世界名酒 共享荣耀·2024 世界名酒价值论坛”作为第二十一届中国国际酒业博览会的主论坛举办，五粮液作为独家战略合作伙伴参加大会。全球经济一体化使得国际交流交往日趋频繁，名酒以其卓越的品质和深厚的文化底蕴，成为连接不同国家和民族的桥梁，传递着友谊与和平。“世界名酒，共享荣耀”，已经成为世界名酒的共同追求。

曾从钦指出，酒业是价值驱动的长周期产业。名酒是产业之本，是产业发展重要且不可或缺参与者、推动者、引领者。名酒千酿，各有其芳，何以名酒，何以成就名酒，源于五重价值底蕴。

第一，名酒之“名”源于生态之本，生态价值是名酒的第一重价值、更是名酒的底色。做名酒，本质就是做生态。名酒要带头将绿色低碳理念融入酿造生产各环节，共同探索“零碳”经营理念和发展模式，进一步夯实生态产业，不断提升名酒的“含绿量”。

第二，名酒之“名”源于品质之基，品质价值是名酒的第二重价值、更是名酒的本色。名

新质生产力赋能 数智国台开启发展新篇章

■ 刘雪霞

10 月 11 日，上海酒博会期间，“数智国台开新篇·打造中国新名酒”——酱香白酒新质生产力发展论坛暨国台酒文化与新技术融合传播发布会举行。各方汇聚一堂，共同探讨白酒行业新质生产力发展的新方向、智能酿造的新技术、酒旅文化的新融合等焦点话题。

会上，国台分享了其顺应数智时代开启中国酱香白酒新篇章、打造中国新名酒的实践与经验，并正式发布了“国台酒元宇宙奇幻之旅”体验项目。从这场大会中可以看到，国台正按照中国式现代化发展要求，推进数智化，塑造新质生产力，实现高质量发展，努力做好数智化创新这篇大文章。

数智化升级 智慧酿造未来

中国酒业发展到今天，数智化升级已不再只是趋势，而是与酒企的生命力和竞争力息息相关。《中国城市数字经济发展报告(2023)》数据显示，目前，我国数字经济规模超过 50 万亿元，总量居世界第二，占 GDP 比重提升至 41.5%，数字经济与实体经济融合愈发紧密。再看中国酒业，2023 年，头部酒企数智化转型出现井喷式增长，头部酒企加速布局实施数智化改造，以数字化、智能化推动白酒产业转型升级，发展酒业智能制造新质生产力。

发布会上，中国酒业协会理事长宋书玉发表了《解析酿造智慧，智慧酿造未来》主题演讲。他表示，当下，白酒产业培育发展新质生产力已成为时代命题。解析酿造智慧，智慧酿造未来，是中国白酒在创新中传承的必然。国台在应用信息技术、人工智能、先进装备制造等方面，已经树立了样板。宋书玉表示，国台一直秉承“传承不泥古，创新不离宗”的理念，坚定不移以自动化、智能化技术嫁接传统白酒酿造。国台经过十余年的努力以及六次迭代，构建了来源可溯、质量可控、去向可追、责任可究的全流程标准化数字化生产管理系统，建立了智能制曲、智能酿造、智能化数字酒库、智能高速包装四大智能模块，智能化已经贯穿国台酿酒生产的各个环节。历经六代技术更新，国台酒的酿造能力和品质不断升级。

“传统时代给予了酱香白酒发展壮大的原始动力。站在传统的肩膀上，推动行业转型升级是必然选择。”天士力大健康产业投资集团董事长、天士力生物医药产业园集团董事长、国台数智酒业集团董事长闫凯境在发言中指出，国台继承天士力“顺势应势，主动变革”的发展基因，围绕传统工艺学习和数智化转型全力以赴，打造中国新名酒。闫凯境指出，国台目前已经初步构建起智能酿造的系



统集成体系。未来，国台将继续锚定“数智国台”这一发展目标，持续巩固先发优势，坚定推进实现智能化制造、数字化供应链、网络化市场、自中心创造、区块链组织。通过数智生产力的打造，开创“产业大模型、数智营销、产品研制、生态体验、健康文化”五大新篇，抢占数智化赛道，走向智能产业生态，形成国台的核心竞争力。

“作为传统酿造产业，如何拥抱新技术，促进传统产业升级、迎接新技术挑战，是酿酒产业需要思考与布局的工作。”江南大学博士生导师、原副校长徐岩认为，国台在机械化制曲、自动润粮系统、摊晾系统、智能化溯源等方面，实现了从机械化到自动化，再到数字化、智能化的全面改造，在白酒行业领先，也为白酒行业数智化转型提供了可借鉴的案例。

天士力创始人、国台创始人、天士力集团终身荣誉主席、天士力数智健康产业集团董事长、国台数智酒业集团创新生产力总师闫希军为了酒好喝，让消费者体验酒的美感的同时，还要讲好美酒的故事。国台经过二十五年发展，构建了来源可溯、质量可控、去向可追、责任可究的全流程标准化数字化生产管理系统。实践证明，采用数智化的技术对传统产业进行根本性转型，改造升级方向是正确的，措施是可行的，效益是显著的。“数智时代，推动中国白酒国际化也是很重要的事情，希望通过我们的努力，做出一个模式、做出一个样板，在行业、在各部门共同推动下，能够把茅台镇打造成世界级酱酒名镇，让世界聚焦中国的酱酒。”闫希军表示。

酒旅融合 打造增长新曲线

在过去两年间，白酒行业向 C 端倾斜的力度越来越强，而在一路向 C 的进程中，数智化是不可或缺的一环。

酒要始终坚守酿好酒的初心，共同健全品质表达体系和价值表达体系，共同完善质量管理体系和国际标准体系，进一步提升品质价值。五粮液构建了“从一粒种子到一滴美酒”的全周期质量管理体系，持续巩固提升行业唯一五度荣获全国质量奖的美誉度。

第三，名酒之“名”源于文化之魂，文化价值是名酒的第三重价值、更是名酒的特色。拥有 4000 多年酿酒史、2000 多年建城史的中国酒都——宜宾，赋予了五粮液和美文化、活态文化、古窖文化、诗词文化等独具特色的文化底蕴。

第四，名酒之“名”源于创新之道，创新价值是名酒的第四重价值、更是名酒的亮点。五粮液坚持传统与创新结合，大力实施以科技创新、智改数转为核心的创新发展战略，进一步赋能生产效率、品质提升、质量溯源、市场洞察、精准营销等。

第五，名酒之“名”源于社会之责，社会价值是名酒的第五重价值、更是名酒的成色。五粮液始终坚持立足产业所需、立足社会所需、发挥企业所能，在社会的各个方面体现国企的社会责任。

在上海国家会展中心 5 号馆，五粮液打造了面积为 486 平方米的形象展厅。以宜宾—上海两地的情感纽带长江为核心，展厅顶部勾勒长江江水形态，融合宜宾—上海两地沿江传情、一江同脉的深厚情感，也象征五粮液以酒为媒跨越江河弘扬中国白酒文化的独特魅力。展厅分为六大板块展出了集团介绍、历史传承、美酒五字诀、十二生肖、浓香仙林、国际交流等内容，成为本届酒博会人气最集中、好评率最高的展厅之一。在互动环节，五粮液采用 H5 页面趣味问答的方式，引导嘉宾在轻松有趣的线上互动过程中，深度了解五粮液品牌故事及产品体系，受到了与会者热烈追捧和积极回应。

今年是中国酒业深度调整的关键一年，整个产业在高质量发展的同时，呈现出系列“变”与“不变”的阶段性特征。五粮液重磅参与本届国际酒业博览会，并独家战略合作世界名酒价值大会，为国际名酒产业交流与合作搭建平台，促进名酒产业的创新与发展，不仅强化了与国际名酒之间的交流与合作，同时，提升了五粮液在国际市场上的知名度和影响力，为中国白酒的国际化、世界酒业和未来发展再次贡献五粮液力量。

动与数字链接，营造线下与线上、现实与虚拟有机融合的体验场景，为消费者带来“数智国台美酒新体验”。

“数智国台，发展新质生产力的最终目的是服务消费者，打造美好生活。”天士力大健康产业投资集团副总裁、国台数智酒业集团副董事长兼总经理叶正良表示，酒不只是产品本身，体验也很重要。旅游本身是价值推广的重要窗口，国台酒由核心产区、独特生态、正宗记忆，形成用户与品牌更加了解、更加信任的关系，形成国台口碑的基石。酒旅融合不仅仅是市场营销的有效办法，也是弘扬酒文化的可行途径。

向“新”而行 打造中国新名酒体系

一场涵盖新质生产力及文化与新技术融合的发布会，凸显了国台积极通过数智化实现了品牌价值提升，充分彰显了国台“中国新名酒”的品牌硬实力。作为茅台镇第二大酿酒企业，国台数智酒业集团扎根茅台镇 25 年，拥有国台数智酒业、国台庄园数智酒业、国台聚德数智酒业、国台茅源数智酒业、国台聚智数智酒业五个生产基地，规划年产正宗大曲酱香型白酒 5.6 万吨。在智能酿造方面，国台以数字化解析传统工艺、智能化改造生产装备、标准化提升产品品质，打造了酱香型白酒产业首个万吨级智能酿造系统创新与产业化示范基地，创建了行业首个智能酿造数智化生产、管理标准体系，“科学解析酱香型白酒品质内涵”等 4 项科技成果达到国际领先水平。尤其在 2023 年《国台智能酿造标准体系》正式发布，成为全国第一个酱酒智能酿造标准体系。

对此，机械工业仪器仪表综合技术经济研究所所长欧阳劲松给予国台智能酿造标准体系高度评价。他表示，在守正创新方面，国台在数字化时代做了很多开拓性的工作，《国台智能酿造标准体系》实际上是“守正”在数字化时代做了很好的表达。据闫希军介绍，国台去年已经将传统酱香型白酒的“12987”酿酒工艺，细化为 30 道工序、269 个环节、1071 项工艺标准，今年更是升级，增加至 1508 项工艺标准。

在新质生产力的赋能与推动下，现代酱香白酒产业展现出巨大的发展潜力和发展空间。据悉，面向未来，国台将通过理念创新、科技引领、美好生活的创造和服务、美酒文化的传承和弘扬、商业文明的共创和促进，构建新名酒内涵体系。

相信在“数智国台开新篇，打造中国新名酒”战略思维的引导下，国台将进一步打通壁垒、融合新生，形成其强大的新质生产力，为行业提供一个传统白酒走新型工业化的参考样本。