

绿豆大曲 2025 开坛盛典:时光为证 品质鉴证

■ 唐玖

8月16日,备受瞩目的“第七届绿豆大曲豆粉节暨绿豆大曲 2025 开坛大典”于四川泸州市盛大举行。从洞藏深处的时光秘酿到众人同欢的夏夜盛宴,泸州老窖绿豆大曲以一场跨越古今的“时空对话”,为第七届豆粉节写下浓墨重彩的篇章。

出席活动的重要嘉宾有:原国有重点大型企业监事会主席贾成炳先生;通信与信息系统专家、中国工程院院士、西南电子电子技术研究所研究员、博士生导师陈鲸;原山东省民革委秘书长徐晓林;山东节能协会副会长李绪红;泰州市诚丰酒业有限公司董事长周俊山。首批国家级非物质文化遗产代表性传承人,首届中国酿酒大师,首届四川天府工匠,国家固态酿造工程技术研究中心主任,全国白酒标准化技术委员会副主任委员,泸州老窖股份有限公司副总经理、总工程师沈才洪;泸州老窖养生酒业有限公司总经理兰余;泸州老窖养生酒业有限公司副总经理徐晓东;泸州老窖养生酒业有限公司总经理李伟。

另有来自合肥工业大学、东南大学、江苏大学、云南民族大学、上海交通大学、武汉科技大学、对外经济贸易大学等全国各高校联盟校友,经销商代表及社会各界精英人士、忠实豆粉代表,现场六百多名嘉宾共同见证绿豆大曲 36 年洞藏老酒的荣耀启封,擘画绿豆大曲品牌发展的宏伟蓝图。整场大典以“见证·鉴证·

践证”为脉络,完美演绎了品牌的历史传承、品质坚守与未来愿景。

老酒开坛 以时光为证 让品质说话

典礼在激昂的鼓乐声中拉开序幕,仿佛穿越阳阳古道千年酒香,唤醒沉睡的岁月。

随着沈才洪大师的指令,36 载洞藏原酒开启,这是整场盛典的灵魂所在。当纯净的恒温空气裹挟着陈酿的醇厚气息扑面而来,淡黄的酒体在灯光下泛起岁月的光泽,这是对泸州老窖绿豆大曲“老熟蜕变”酿造哲学的生动诠释。

泸州老窖股份有限公司副总经理、总工程师沈才洪提到,早在泸州老窖浓香出海之时,绿豆大曲就已经风靡东南亚。如今,在科研技术的加持下,酒体中的绿豆黄酮类物质更多、更精准,品质更高。

泸州老窖养生酒业有限公司总经理兰余登台致辞,她指出,养生酒是行业未来的新赛道,绿豆大曲连续七年举办开坛大典,是对消费者的庄严承诺。

六位开坛嘉宾齐聚酒坛前,仔细品鉴老酒,从酒的香气、口感方面进行了细致评价,并在鉴证卷轴上签字认证,以实际行动为绿豆大曲的卓越品质背书。

最后,泸州老窖养生酒业有限公司总经理李伟发表主题演讲,他深刻阐述了绿豆



大曲的品牌发展梦想与核心价值。连续七年举办开坛大典,绿豆大曲早已将这一仪式打造成养生酒文化与品质的名片。从科研发布到全民见证,开坛大典的进化轨迹恰是品牌“以时间酿酒信任”的发展缩影。

豆粉节 以情感为桥 让品牌升温

本次活动期间,首届绿豆大曲“豆粉集市”热力全开,为这场盛典注入了全新活力。

集市上,酒饮特调、绿豆冰饮、茶酒融合等一系列新奇体验和玩法重新定义着白酒饮用场景。

豆粉们在参与互动的过程中,不仅收获了乐趣,更沉浸式感受绿豆大曲品牌带来的独特魅力。

夜幕降临,豆粉节以一场“酒香与音乐”的沉浸式体验,将盛典推向高潮。舞台上,多元文化表演轮番上演,精彩纷呈。酒道表演以仪式化体验,引导嘉宾对比品鉴 36 年老

酒。

双轮驱动 庄重与轻松一体 诠释品牌价值

开坛大典的“庄重”与豆粉节的“轻松”,看似反差实际却一体两面。前者以“敬畏之心”锚定品牌的品质根基,后者以“赤诚之意”激活用户的情感连接,两者共同构成“硬核实力+软性渗透”的品牌建设双轮。

从行业层面看,这种“仪式感 IP+参与式营销”的组合,为白酒的品牌建设提供了新范式:当开坛大典成为品质表达的新标杆,当豆粉节成为消费趋势的观测点,品牌便自然站在了饮酒新范式的前沿。

从文化维度看,这场盛典更像是一次“传统酒文化的现代表达”。36 年洞藏的坚守是对“天人共酿”古老智慧的致敬;六百位豆粉的欢聚,是对“酒以成礼”社交价值的创新。当二者相遇,绿豆大曲开坛大典已然成为连接传统与现代、工艺与生活的文化载体。

无论是开坛时的庄严承诺,还是夜宴中的欢声笑语,都在诉说同一个真理:真正的品牌影响力,从来不是孤芳自赏的宣告,而是在与时代对话、与用户共情中沉淀下来的价值认同。这或许正是绿豆大曲连续七年举办盛典的深层逻辑——以时光为酿,以人心为坛,方能成就跨越周期的品牌生命力。

从“现象级”到“长效化” ——解析叙府 IP 打造的新范式

■ 周丽梅

自 1981 年诞生,于 1984 年、1989 年蝉联“国家优质酒”称号并持续热销至今,(蓝标)叙府大曲展现出强大的品牌韧性。在当下白酒市场竞争中,如何让“国优”的厚重底蕴,转化为消费者可感知的情感认同?叙府给出的解题思路,藏在那个名为“蓝朋友”的 IP 形象里。

8月12日,“国优叙府·蓝标靠谱”2025 叙府蓝标文化季(第二季)启动会暨蓝朋友 IP 发布仪式在川酒集团中国白酒创新营销体验中心举行。会上,(蓝标)叙府大曲的专属 IP 形象“蓝朋友”焕新登场,以“靠谱”为核心价值内涵的 IP 打造范式清晰呈现。

从“互动媒介”到“IP 资产” 首季蓝标文化季的破圈启示

时间回到 2024 年首季蓝标文化季,“蓝朋友”初次登场便引发热议,通过线上线下多维活动在全国掀起互动热潮,吸引超 60 万人次参与,全网曝光量突破亿级。回头来看,这一现象级营销背后,是叙府对 IP 价值的精准把控:一是情感共鸣,叙府将消费者为(蓝标)叙府大曲自发赋予的“蓝朋友”昵称转化为品牌符号,通过超萌人偶气模与互动沟通,建立“国民好酒=贴心朋友”的认知关联。

二是场景渗透,在各种品牌活动与消费场景中植入 IP 元素,配合(蓝标)叙府大曲的线

上推广与渠道活动,实现从品牌曝光到消费转化的闭环。

三是文化赋能,叙府以国优 40 周年为叙事主线,通过 H5 互动、用户故事征集、全民荐蓝标等形式,将品牌历史转化为可感知的文化资产,为 IP 赋予深厚的文化内涵,不断强化其与消费者的深度链接。

升级 IP 打造 “蓝朋友”让“靠谱”看得见可感知

优字头、宰相腰……历经多轮设计打磨,全新升级的“蓝朋友”造型完美呼应(蓝标)叙府大曲的产品外观,这个极具人格化的 IP 形象,亲和力十足,能瞬间拉近与消费者的距离,为品牌注入年轻活力。

“优字头,宰相腰,大事儿小事儿找蓝标。”朗朗上口的语句从另一个维度道出了“蓝朋友”IP 的核心内涵:“优字头”代表优质,即永远坚守国优品质;“宰相腰”代表包容,蓝标坚决扎根大众市场,坚持打造“国民口粮酒”标杆之作;“大事儿小事儿找蓝标”,代表产品的靠谱形象。

从外形设计到内涵提炼,全新升级的“蓝朋友”IP 承载着品牌期许,但它绝非简单的流量符号,在叙府的规划里,“蓝朋友”有着立体化的“破圈路径”。

线上,叙府将以抖音、视频号、小红书为核心阵地,打造创意内容矩阵,构建年轻化生态圈;线下,则让“蓝朋友”深度融入市场运营、酒商合作与消费者互动全场景,成为连接品牌与用户的“常驻嘉宾”;更将通过一系列兼具趣味性和实用性的文创产品,将“蓝标”的靠谱融入消费者的日常生活。

叙府“蓝朋友”IP 的发布,超越了简单的形象更新,它既延续了国优品质的历史厚重感,又以年轻化、场景化的表达贴近“民酒”属性,让消费者在互动中感知“地道浓香 精酿川酒”的品质底气,通过“靠谱”这一具象化、可感知的情感价值进行绑定与传递。

“有形象,被见证,可触摸”,这种“不疾而速”的成长节奏,正是品牌以品质为锚点,以用户为中心,在长期主义道路上稳步前行的生动写照。

“靠谱”的根基 历史、体系与市场共振

靠谱,是“蓝朋友”IP 的核心价值,这源于蓝标坚实的历史积淀与体系化支撑。

“靠谱”的品质基因,来自于国优荣耀的背书。1981 年,“叙府”商标启用,正式承接酒都古称。同年,(蓝标)叙府大曲诞生。1984、1989 年,叙府蝉联“国家质量奖银质奖章”及“国家



优质酒”称号,“国优”加身的(蓝标)叙府大曲此后一路“长青”,成为陪伴一代代爱酒人士餐桌上的“优质口粮”。

“靠谱”的战略底气,来源于川酒集团的托举。在川酒集团的赋能下,叙府在品质、品牌、市场等层面全面升级,展现出强劲的势能。未来,川酒集团也将持续为“蓝朋友”IP 的落地与价值传递,提供了坚实的资源保障和广阔的舞台。

“靠谱”的市场口碑,来自持续的沉淀与深耕。40 余年的精细耕耘,蓝标大曲始终扎根市场,扎根消费者,通过落地宴席、氛围、促销等政策,持续强化与目标群体的沟通与互动。

由此可见,“蓝朋友”IP 所承载的“靠谱”价值,绝非无本之木、无源之水。它深深根植于国优品质的历史荣耀,成长于川酒集团的战略沃土,经受了行业权威的严格审视,更在广阔市场的风雨洗礼与消费者的口碑相传中历久弥坚。这份由历史积淀、体系支撑与市场共振共同铸就的“靠谱”根基,正是叙府蓝标穿越周期、赢得信赖的核心密码,也为“蓝朋友”IP 的破圈前行注入了最深厚的底气与最持久的动能。

国优叙府,正以“靠谱”为精神坐标,让这抹“叙府蓝”在岁月流转中,始终与消费者“常欢聚,共美好”。

《杏花村外史》之第三季(连载之二十二)

■ 杨仁宇

第二十二回

傅山留墨得造花香

明末才子傅山行,慕酒寻香杏花村。
申明亭水添新韵,四字墨宝传美名。

在三晋大地的核心,吕梁山东麓,有一个名叫杏花村的地方,那里的酒香,如同一缕不散的幽梦,萦绕在岁月的长河之中。杏花村,土地肥沃,清泉潺潺,得天独厚自然环境孕育出了举世闻名的汾酒。而这汾酒的故事,与一位传奇人物——傅山先生,紧紧交织在一起。

明朝末年,世道动荡,朝廷腐败,百姓生活在水深火热之中。傅山,这位饱读诗书,心怀天下的太原才子,不仅在诗词书画、医学药理上造诣颇深,更是一位有着铮铮铁骨的仁人志士。他目睹世间疾苦,却无力改变这大厦将倾的局面,心中满是愤懑与无奈。为了寻求内心的片刻宁静,也为了探寻世间的良方,傅山决定离开太原,踏上一段游历山西各地的旅程。

这一日,傅山来到了汾州府,听闻城东有个杏花村,那里酒香四溢,所产汾酒闻名遐迩。傅山本就对酒有着独特的喜爱,如今听闻杏花村的美酒,不禁心生向往。于是,他沿着蜿蜒的小路,朝着杏花村的方向走去。

刚踏入杏花村,一股浓郁的酒香便扑鼻而来。傅山放眼望去,只见村里酒坊林立,家家户户都在忙碌着酿酒。街边的酒肆里,坐满了前来饮酒的人,他们或谈天说地,或举杯畅饮,脸上洋溢着满足的笑容。傅山走进一家酒肆,要了一壶汾酒,细细品尝起来。入口的瞬间,他便被这酒的醇厚绵柔、清香典雅所折服。那酒液在舌尖上舞动,仿佛带着杏花村的灵气,直沁心脾。



● 傅山为申明亭井水题。

“好酒!果然是好酒!”傅山忍不住赞叹道。酒肆老板听到傅山的夸赞,脸上露出得意的笑容,走上前说道:“客官,您可真识货之人。我们杏花村的汾酒,那可是用村里的优质泉水酿造而成,尤其是申明亭井水,水质绝佳,酿出来的酒自然是与众不同。”

傅山听后,心中一动,对那申明亭井水充满了好奇。在酒肆老板的指引下,傅山来到了申明亭。只见一口古井静静地立在那里,井水清澈见底,水面上倒映着蓝天白云。傅山蹲下身子,伸手舀起一捧井水,放入口中。井水甘甜凛冽,带着一丝丝淡淡的花香,让人心旷神怡。“如此好水,难怪能酿出这般美酒。”傅山感慨道。

此时,一位老者缓缓走来,他看着傅山,微笑着说道:“先生,这申明亭井水可不简单呐。它不仅水质优良,还蕴含着天地灵气,是我们杏花村酿酒的灵魂所在。”

傅山连忙起身,向老者拱手行礼,说道:“还请老人家赐教。”



● 傅山来到了申明亭。

老者微微颌首,说道:“这申明亭井水,相传是当年杏花仙子为了拯救这里的百姓,特意点化出来的。自那以后,我们杏花村的人便用这井水酿酒,所酿之酒香气四溢,远近闻名。而且,这井水还有治病救人的功效呢。”

傅山听后,心中不禁对这申明亭井水更加敬畏。他心想,这世间竟有如此神奇的泉水,若能将其与医学药理相结合,说不定能为百姓们带来更多的福祉。

在杏花村的日子,傅山与酒坊的工匠们朝夕相处,深入了解汾酒的酿造工艺。他发现,汾酒的酿造过程极为讲究,从原料的筛选、发酵的控制,到蒸馏的火候,每一个环节都凝聚着工匠们的智慧和心血。而且,在酿造过程中,申明亭井水的运用更是恰到好处,它不仅为酒液增添了独特的风味,还使得汾酒有了一定的保健功效。

傅山对汾酒的酿造工艺产生了浓厚的兴趣,他时常与工匠们探讨酿酒的心得,还将自己在医学上的知识运用到酿酒过程中。他发

现,通过调整发酵的时间和温度,可以使酒中的有益成分更加丰富,从而提高酒的品质。在傅山的建议下,酒坊的工匠们对酿造工艺进行了一些改进,酿出的汾酒更加香醇可口,深受百姓们的喜爱。

随着时间的推移,傅山在杏花村的名声越来越大。百姓们都知道,村里来了一位学识渊博、医德高尚的先生,他不仅能治病救人,还对汾酒的酿造工艺有着独到的见解。酒坊的老板也纷纷邀请傅山为自己的酒坊题写牌匾,傅山也不推辞,欣然应允。他的书法笔力雄健,气势磅礴,与汾酒的醇厚风格相得益彰。一时间,杏花村的酒坊里挂满了傅山题写的牌匾,成为了村里一道独特的风景线。

然而,傅山的心中始终牵挂着天下苍生。虽然在杏花村的日子,他感受到了片刻的宁静与快乐,但他知道,自己不能就这样沉醉在这酒香之中。明朝末年,战火纷飞,疫病横行,百姓们正遭受着巨大的痛苦。傅山决定离开杏花村,继续他的行医济世之路。

在离开杏花村的前一天,傅山再次来到了申明亭。他望着那口古井,心中感慨万千。这几个月的时间里,他与杏花村的百姓们结下了深厚的情谊,这里的一草一木、一砖一瓦都让他难以忘怀。尤其是这申明亭井水,它不仅是汾酒的灵魂,更是他在这段旅程中的心灵寄托。

傅山沉思良久,突然,他转身对身边的酒坊老板说道:“我想为这申明亭井水题写四个字,以表达我对它的敬意。”

酒坊老板听后,连忙让人准备笔墨纸砚。傅山挥毫泼墨,写下了“得造花香”四个大字。这四个字笔锋刚劲有力,又不失飘逸洒脱,仿佛蕴含着申明亭井水的灵气和汾酒的香气。

“得造花香,这四个字寓意着申明亭井水能够酿出具有花香般美妙滋味的汾酒。它不仅是对这井水的赞美,也是对杏花村酿酒工艺的高度认可。”傅山解释道。

酒坊老板接过题字,激动不已,说道:“傅山先生,您的这四个字,必将为我们杏花村的汾酒增光添彩。我们一定会将这四个字刻在申明亭旁,让后人永远铭记您的恩情。”

第二天,傅山告别了杏花村的百姓,踏上了新的征程。他的身影渐渐消失在远方,但他留下的“得造花香”四个字,却如同璀璨的星辰,永远闪耀在杏花村的历史长河之中。

此后,杏花村的汾酒因为傅山的题字而声名远扬,成为了山西的一张亮丽名片。而傅山与杏花村的这段传奇故事,也在民间口口相传,成为了人们茶余饭后津津乐道的话题。每当人们品尝着香醇的汾酒,都会想起那位才华横溢、心怀天下的傅山先生,以及他与申明亭井水、与杏花村之间那段不解之缘。

欲知后事如何,请看下回分解。
(未完待续)