

AI与文创深度融合,推动酒业“智造”升级



徐岩

江南大学原副校长、教授、
博士生导师

当今世界,新一轮科技革命与产业变革正以前所未有的速度重塑全球经济格局。

人工智能技术作为第四次工业革命的核心驱动力,已深度渗透至生产、消费、文化传播等各个领域。全球酒业格局也随之发生深刻变化:法国葡萄酒产业依托AI实现精准风土分析,日本清酒行业借力数字孪生技术优化酿造工艺,美国烈酒品牌通过元宇宙构建沉浸式消费场景……在这场全球产业智能化竞赛中,中国酒业唯有以创新为桨、以文化为帆,方能勇立潮头。

AI与文创的深度融合,将为中国酒业带来三大范式革命:

其一,重塑消费生态。据波士顿咨询预测,到2025年, AI将推动全球酒类市场30%的消费场景创新。个性化定制、智能推荐、虚拟侍酒师、区块

链溯源等技术的应用,正在构建“千人千面”的消费体验。更值得关注的是, AI与文创的叠加效应,将催生“酒旅融合”“数字藏品”“元宇宙酒庄”等新业态,开辟万亿级市场蓝海。

其二,焕新文化表达。酒文化是中华文明的重要符号,但在数字化时代,其需要更具穿透力的表达方式。AI赋能下,文创产业可构建“数字酒史馆”还原千年酿造技艺,开发“虚拟品鉴师”传递感官美学,创作交互式非遗剧本杀激活年轻群体文化认同。当敦煌壁画中的“酿酒飞天”借助AI动画重现,当苏轼“把酒问青月”的场景通过XR技术沉浸体验,中国酒文化将真正实现跨时空、跨媒介的创造性转化。

其三,重构生产逻辑。从“经验驱动”转向“数据驱动”,AI技术正在颠覆

传统酿造模式。通过机器学习对微生物群落、环境参数、工艺变量进行智能分析,我们将实现风味设计的科学化、品质控制的精准化、生产流程的柔性化。行业头部企业已率先建立智能酿造实验室,而更多中小酒企也将通过AI平台共享技术红利,推动全行业向“智造”升级。

站在历史与未来的交汇点,中国酒业需要以更开放的胸襟拥抱变革。

第一,构建协同创新生态。呼吁成立“中国酒业AI创新联盟”,联合高校、科研机构、科技企业共建技术平台,降低中小酒企数字化转型门槛。

第二,夯实文化数字基建。启动“中国酒文化基因库”工程,运用AI对酿酒技艺、历史文献、艺术IP进行系统化解码,打造全球最大的酒文化数字资产平台。

第三,培育跨界融合人才。推动“新工科+新文科”教育模式改革,培养既懂酿酒工艺,又通AI技术、兼具文化创意的复合型人才队伍。

在AI与酒业融合创新的征程中,我们欣喜地看到一批敢为人先的企业正勇闯“无人区”。而张支云酒业正是这样一家以追求极致精神铸就品牌灵魂的行业标杆,其通过探索中国白酒品牌实施AI文创定制新模式,为中小酒企在AI时代找寻发展新路径。这些创新实践,不仅彰显了企业对品质的极致追求,更体现了当代酒企“以科技传承文化,以智慧酿造未来”的使命担当。

从甲骨文中“酒”字的象形刻画,到智能工厂中传感器跳动的数据流光,中国酒业始终承载着文明传承与时代创新的双重使命。

黄酒的高端化与年轻化战略并重



杨刚

会稽山绍兴酒股份有限公司总经理

中国的经济驱动因素,正在从“铁公基”转向消费和科技。科技靠创新,创新要平权,技术平权决定喝酒平权。

当前,市场上高度白酒的占比在50%左右,而黄酒在家里小酌的也占50%左右。这个数据充分说明,黄酒是极度悦己的品类。

有数据显示,黄酒占整个酒类市场规模仅为2%左右,相比其他酒种,黄酒产业规模较小。但是透过国际市场,我们看到了一些好的迹象。近日,在日本的大阪北山公园,黄酒企业以曲水流觞的方式做中国人喜欢的文化,很受当地消费者的喜爱,说明黄酒的增长空间是无限的。

未来,会稽山黄酒的发展有两个方向,一个是高端化,一个是年轻化,这两者之间是有关联度的。二者相

比,年轻化有爆发力,但是充满不确定性;黄酒的高端化虽然缓慢,但是充满确定性。我们看到喝酒的平权价值,看到悦己的价值、健康饮酒的价值,这些价值是确定无疑的,所以,我们把黄酒的高端化作为一个确定性的未来。

但是,高端化是一个循序渐进的过程,要满足四个条件:

一是场景。每年到秋风起、蟹脚肥的时候,人们会想起阳澄湖,而在想起阳澄湖的时候,我们希望能同时想到会稽山,这就是巨大的市场;冬天,我们想起某一种酒需要热着喝的时候,会想到什么酒?那就是黄酒。因此,我们也一直在努力打造场景,比如,去年我们做了蟹酒三部曲,连续做了1000场兰亭的雅宴,我们在小酒馆里面,包括餐饮店里面加了暖酒的器

具,黄酒煮起来,整个屋子都是香的。

二是功能。我们要突出健康,很多朋友觉得黄酒不过硬,因此,我们把度数适当提了一下,糖分也往下降,这两个方面让我们的产品更突出健康。当然,黄酒的健康不仅仅在于这两个指标,从实验的数据来看,其对心血管、对肠胃有明确帮助。同时,很多中医也推荐大家喝黄酒。

三是需求。黄酒的酒精度适中,其口感是酸酸甜甜的。在这样的情况下,我们可以做出年轻化的口感,也可以做出酒精度向上延伸的口感。

定位年轻化的这些单品在做什么?在为未来的高端化做大众化的普及,这个很重要。在超市里,当年轻消费者能够普遍看到黄酒并且选择购买的时候,大家一定可以相信,我们的高

端酒是有未来的。所以,我们的年轻化、高端化不是孤立的两个战略,是连在一起的战略,是有未来的战略。

四是利润。对于会稽山来说,推出新的产品,以及我们向消费者提供产品和服务的方式,最终能不能成功,要靠我们的合作伙伴——经销商,所以,我们永远把经销商盈利作为第一目的,这比我们自己赚钱要重要。大家可以看会稽山的财报,虽然我们保持营收每年几个亿的增长,但是利润增长非常低,每年增长一点点,我们的目标是让经销商盈利,只有经销商赚钱了,会稽山才有未来。我们的经营理念、场景的打造、供应链的保障、营销与推广的支持、培训与管理的支持、资金与政策的支持等等,这些背后的理念,都是指向同样的目标。

从欧盟新政看全球葡萄酒行业困境



Sophie Arundel

The Drinks Business撰稿人

欧盟近期宣布了一系列支持葡萄酒产业的政策,旨在应对该行业面临的多重挑战。作为全球葡萄酒生产的核心区域,欧盟的葡萄酒产业不仅贡献了可观的就业机会和GDP,还承载着深厚的文化传统。然而,近年来,该行业正经历着前所未有的困境,包括生产成本持续攀升、气候变化导致的极端天气频发,以及消费者偏好向低酒精和有机产品的转变。这些因素共同作用,使得2024年全球葡萄酒产量降至1961年以来的最低水平,其中,法国作为主要生产国的产量更是大幅下滑23%,凸显了问题的严峻性。

在应对措施方面,欧盟推出了包括紧急蒸馏、绿色采收和市场推广支持在内的多项政策。紧急蒸馏方案通过资助过剩葡萄酒的蒸馏处理来调节市场供应,短期内确实能够缓解库存

压力并稳定价格,特别有利于保护中型酒庄的生存。然而,这种干预长期实施可能导致行业对政府补贴形成依赖,反而削弱了企业的市场竞争力。绿色采收政策则为自愿降低产量的种植者提供财政补偿,这一做法在理论上可以通过调节供需关系来维持价格稳定,但在实际操作中需要建立严格的监管机制,以防止部分生产者为了获取补贴而过度减产,进而影响产业的长期生产能力。

在市场拓展方面,欧盟计划增加对非欧盟市场的推广投入,这一策略着眼于开拓新兴市场来弥补本土需求的下降。虽然亚洲和北美等市场存在增长潜力,但这些地区同样面临新世界葡萄酒产国的激烈竞争,仅靠宣传推广可能难以取得预期效果。与此同时,欧盟还致力于简化行政流程,这一

改革将显著降低企业的运营成本,有利于规模较小的酒庄提升运营效率。但需要注意的是,过度放松监管可能会影响产品质量标准,因此,需要在提高效率和维护标准之间找到平衡点。

在可持续发展方面,欧盟鼓励采用环保种植的方法,这一方向既符合全球环保趋势,也能满足消费者对可持续产品日益增长的需求。然而,向可持续种植转型往往需要大量前期投入,这对资金有限的小型酒庄构成了不小的挑战,需要配套的资金支持,政策才能真正落地见效。另一个值得关注的改革是允许有机葡萄酒生产脱醇产品而不丧失有机认证,这一调整及时回应了市场对低酒精饮品的需求变化,为传统酒庄开拓了新的市场空间。但这项政策也存在技术门槛较高的问题,部分传统酒庄难以快速适应。

综合来看,欧盟当前的政策组合在短期内确实能够缓解行业面临的压力,但从长远发展来看,仍存在一些值得关注的问题。首先是潜在的补贴依赖风险,过度依赖政府支持可能削弱企业的市场适应能力;其次是针对气候变化的应对措施还不够全面,虽然提倡可持续种植,但对于极端天气的具体防范方案仍有待加强;最后,在市场推广方面,面对全球化的激烈竞争,单一的宣传策略可能效果有限。为此,建议欧盟可以进一步补充完善相关政策,比如加大对耐候葡萄品种研发的投入,建立专门的气候风险保险机制,以及推动数字化农业技术的应用。通过这些结构性改革的组合实施,才能真正提升欧洲葡萄酒产业的气候适应能力和国际竞争力,确保其在全球市场中的领先地位得以延续。