

# 把最古老的米酒卖给最新潮的年轻人，这家酒企如何做到单店销售额几百万？

从徘徊于5度-15度的传统区间，到稳定达到20.4度的自然发酵高度，千年米酒突破了发展的“天花板”，真正拥有了参与国际对话的底气与实力，完成了从“低度”到“高度”的革命性跨越。

本报记者 张瑜宸 发自长沙

一边是千年米酒在酒精度上迎来历史性跨越，一边是融合文化与体

验的“网红酒馆”创下商业佳绩——湖南承源百年酒业，正在用一场“技

术+模式”的双重革命，重新定义中国米酒的未来。

## 从“低度徘徊”到“高度自然发酵”的革命性跨越

9月27日，长沙君悦大酒店内，一场由湖南省酒业协会牵头组织的鉴定专家评审会见证了米酒行业的里程碑时刻。湖南承源百年酒业自主研发的20.4%vol自然发酵米酒通过权威认证，已打破了米酒自然发酵酒精度长期徘徊在5度-15度的行业瓶颈。

这一突破背后，是长达十三年的技术攻关。传统米酒酿造中，酵母在酒精浓度达到一定阈值后，活性会急剧下降，导致发酵终止。

为了打破这一千年桎梏，湖南承源百年酒业董事长蒋承志率领团队，开始了长达十三年的技术攻关，走访了国内多位国家级酿酒名师，深入“湖南古越楼台”“长沙麻姑井”“宁乡干壶”等酒企调研，并从《北山酒经》《齐民要术》等古籍中汲取传统酿造智慧。最终，历经上千次实验，研发出“复曲·复式发酵”独门技术体系。

该技术通过科学的复合曲种配伍，结合多阶段、多层次的阶梯发酵控制，精准激活并调控微生物群落协同作用，突破了酵母活性限制的千年桎梏。湖南省产品质量检验所权威检测认证显示，其自然发酵米酒酒精度稳定达到20.4%vol，实现了“不经过蒸馏，酒精度自然达到20.4度”的技术突破。

这一突破绝非简单的度数提升，而是对米酒风味、品质、保质期的全面升级。新品米酒酒体呈琥珀金色，透明清亮有光泽，散发出米香、酒香、复合花果香气，在保留传统米酒醇厚甘甜本味的基础上，增添了更丰富的

口感层次与丝滑质感，还蕴含陈酿独有的木质香韵味。酒体平衡稳定性显著增强，无需添加外源酒精与任何调味剂，真正实现“自然发酵”的高度表达。

“这项技术不只是酒度的提升，更是米酒风味的一场革命。”湖南省酒业协会副会长兼黄酒果露酒分会会长姚胜在评审会上如是评价。

湖南农业大学教授、酿酒工程负责人、博士生导师苏小军，邵阳学院教授黄大川、享受国务院特殊津贴湖南白酒专家、国家评委叶力等专家一致认为，这一突破填补了国内高度自然发酵米酒的技术空白，打破了大众对米酒“低度、短保、地域性强”的固有认知，成功解决了行业长期困扰的技术痛点，为米酒产品高端化、国际化、年轻化、时尚化发展铺平了道路。

北京工商大学教授、博士生导师、中国轻工业酿酒分子工程重点实验室负责人黄明泉，绍兴黄酒学院院长胡普信，湖北工业大学徐健教授，中国酒业协会黄酒专家技术委员会委员、黄酒国家级评委李相友等专家进一步指出，该工艺突破是中国酿酒行业在发酵领域自然发酵酒度的重要里程碑，其价值远超企业自身发展范畴。

的确，酒精度的突破为米酒产业带来了前所未有的市场机遇。

高度发酵米酒不仅更契合国际主流消费偏好，还具备长期陈放与收藏属性，能够适应跨境长途运输需求，有望显著增强中国米酒在全球市场的竞争力。

发布会现场，多位行业专家对此表示高度认同。大国工匠、国家级酿酒大师、古越龙山副总经理、绍兴女儿红酿酒有限公司党委书记、董事长胡志明，原中国黄酒学会会长陈国昌，中国诗酒文化协会副会长熊玉亮，华夏酒报社社长、中国酒业新闻网总编辑吴贤国，中酒协文化工作委员会副理事长、原广东省酒类专卖局局长朱思旭，湖南省酒协名誉会长党支部书记、省酒协专家技术委员会主任刘维平，以及湖南省酒业协会常务副会长兼流通分会长李志龙、省酒协黄酒果露酒分会秘书长陈敬红等一致认为，高度米酒在国际化方面具有显著优势，将有力推动中国米酒走向世界。

“白酒不是用来玩的，应该有自己的风骨，中国传统米酒可能更加适宜国际化。”吴贤国进一步分析指出，当下，白酒在拼命地“玩”度数，适应年轻人的消费需求，以便于国际化。但中国米酿酒，自然发酵就在5度到15度，岂不更香？承源百年酒业将米酒自然发酵做到了20.4度，蒸馏酒降度和米酒自然发酵到了一个共同度数，这是一个白酒降度标杆。

从徘徊于5度-15度的传统区间，到稳定达到20.4%vol的自然发酵高度，承源百年酒业完成的不仅是一项技术攻关，更是一场从底层逻辑重塑米酒价值的产业革命。它让千年米酒突破了发展的“天花板”，真正拥有了参与国际对话的底气与实力，完成了从“低度”到“高度”的革命性跨越。



## 以“古酒馆”重塑米酒消费生态与行业价值范式

承源百年酒业的创新不仅在于实验室的技术突破，更延伸至市场终端的模式重构，其打造的“中国风古酒馆”，以“品酒+文化+餐饮”的深度融合，打破了传统米酒的销售窠臼，开创了年营业额超700万元的单店业绩，为整个米酒行业提供了渠道创新与价值重塑的范本。

长期以来，米酒行业面临“有品类、无品牌”“有文化、无体验”的发展困境。在销售渠道上，多数米酒产品或被陈列于商超货架的角落，与传统白酒、葡萄酒竞争，显露出价格低廉、形象传统的桎梏；或被局限于产地特产店和线上电商，难以触达更广泛的消费群体，尤其是追求品质与体验的年轻一代。这种渠道模式导致米酒深厚的文化底蕴与多元的风味价值无法被有效传递，消费者认知还停留在“低度、家常、地域性”的刻板印象。

承源百年古风馆的打造则精准地解决了这一痛点。它并非简单的“售卖点”，而是一个集文化展示、深度品鉴、社交互动与特色餐饮于一体的“米酒文化体验空间”，其背后是对当代消费趋势的深刻洞察。

首先，破解年轻化难题。它成功吸引了追求新奇、注重社交分享、崇尚“悦己消费”的年轻客群。通过打造“网红”打卡地，利用社交媒体自发传播，实现了品牌的低成本高效推广，让古老米酒焕发出时尚魅力。

其次，实现价值回归。在体验中，消费者认同的不仅是酒精饮料，更是其承载的文化故事与独特体验。这使产品得以摆脱低价竞争，支撑其高端定位，实现了价值的根本性回归。7000万元的年营业额证明，市场愿意为深厚的文化内涵与卓越的体验支付溢价。

姚胜表示，“承源百年的模式为整个米酒，乃至传统酒饮行业指明了一条可行的升级路径——以文化为内核，以品质为保障，以创新为前题，以体验为手

段，在线下构建品牌的高地，最终反哺产品的市场价值与品牌形象。”这不仅是开一家店，更是构建一个与消费者直接对话、传递品牌价值的核心枢纽。

对此，有专家分析指出，承源百年酒业的“古酒馆”，其意义远不止于一家门店的商业成功，它生动地演示了传统产业如何通过“场景革命”完成现代化转型。当技术突破解决了产品的“硬实力”问题，模式创新则为其构建了释放价值的“软环境”。它告诉行业，米酒的未来，不仅在于酿造得更“高”，更在于如何通过创新的体验，让消费者感知到它的“好”。这双轮驱动，共同推动中国米酒冲破地域与认知的边界，走向更广阔的高端市场与国际舞台。

“年轻人的调性，他们会自己做选择，而不是我们帮他们做判断。”吴贤国表示，“承源百年酒业在长沙开设了六家‘古酒馆’网红门店，可以卖到几千万，这说明，酒企要更多地思考其做的酒本心是什么？传递给消费者的生活方式和核心价值是什么？年轻人需要的是‘我的酒’，而不是‘专家酒’。”

“我们不仅在酿酒，更在推动中国米酿酒文化的现代化转型。”蒋承志强调，“希望世界能通过这杯米酿醇香，重新认识中国酿造的创新实力与发展高度。”

综合来看，承源百年20.4度米酒的诞生，标志着中国米酒产业从“传统工艺”向“现代酿造”的转型，具有划时代意义。当中国米酒从“低度”走向“高度”，从“地域”走向“全球”，我们看到的不仅是一款产品的突破，更是一个产业的重生与崛起。在文化自信与科技创新的双重驱动下，中国米酒正以崭新姿态，向世界展示中华酿造文明的深厚底蕴与创新活力。

欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众账号。

