

让“赤水河谷”千年文脉焕发时代生机



陈华

茅台集团党委书记、董事长

近日,国家工信部发布首批“中国消费名品名单”,不仅为消费领域树立了“名品标杆”,更以鲜明的政策导向和市场引领,为地方特色优势产业创新发展注入了强劲动力。

“赤水河谷 中国酱香”区域品牌的成功入选,既是对赤水河流域所有酿酒人匠心坚守的肯定,更是一份沉甸甸的时代责任。

以传承为根,让“文化基因”成为薪火相传的精神内核。

从“濮人善酿”的古老历史,到明清酒坊林立的商贸盛景,再到如今非遗技艺的薪火相传,赤水河谷的每一寸土地都浸润着酿酒文明的印记。茅台将始终铸牢文化根脉,深挖文化内涵,创新文化表达,拓宽文化传播路径,持续打造好“茅台酒节”“红缨子高粱丰收季”等特色文化IP,活化利用好工业文化遗产,开发做好文创产品,创新更多中华优秀传统文化的鲜活载体。

茅台愿始终与酒业同仁一道,做文化传承的守护者,切实推动传统文化的创造性转化和创新性发展,更加生动诠释“中国酱香”的文化内涵,让“赤水河谷”千年文脉焕发时代生机。

以品质为魂,让“消费信赖”成为行稳致远的发展基石。

在消费需求深刻变革的今天,消费者对产品品质的追求愈发严苛,我们每一瓶酒的品质,都关乎区域品牌信誉。

茅台将始终树牢“质量是生命之魂”的质量信仰,坚守传统酿造工艺,构建完善“良种”到“产品”全生命周期质量管控体系,持续开展酿酒机理、风味物质等基础研究,不断提升专业化水平,确保每一瓶酒都经得起时间与市场的检验。

茅台愿始终与酒业同仁一道,做品质坚守的践行者,用过硬的产品品质树立品牌标杆,让“赤水河谷 中国酱香”区域品牌,成为我们对消费者的品质誓约。

以生态为基,让“绿水青山”成为永续发展的生态底色。

赤水河谷独特的自然资源和微生物宝库,孕育了酱香型白酒的独特风味,塑造了“赤水河谷 中国酱香”区别于世界其他产区的核心密码。茅台将始终坚持“生态优先、绿色发展”,深入践行ESG理念,持续为流域生态治理输出茅台方案、贡献茅台力量,全力呵护流域自然生态的多样性与稳定性。

茅台愿始终与酒业同仁一道,做生态守护的同行者,共同守护好“长江上游唯一自然流态一级支流”生态底

色,呵护好赤水河谷天蓝、水清、土净的美好家园,让产业发展的生态“火种”代代相传。

以创新为翼,让“转型升级”成为奋进新程的动力引擎。

在科技创新和产业变革加速演进的当下,白酒作为传统产业,必须紧跟时代,主动创新求变,才能实现更高质量的发展。

茅台将坚持推动数字化、绿色化转型升级,持续推进智慧茅台2.0和工业互联网建设,加快营销数字化转型,切实提升数字化管理效能;围绕“双碳”目标、“一基地一标杆”和“两山”实践创新基地任务目标,持续提升全产业链绿色发展水平;顺应需求变革创新商业模式,推动“卖酒向卖生活方式转变”,让美酒走进更多消费者的生活中。

茅台愿始终与酒业同仁一道,做产业转型升级的推动者,持续探索和实践传统产业转型升级的新技术、新方法和新路径,实现更高效率和更可持续的发展。

以开放为桥,让“赤水河谷 中国酱香”成为香飘世界的亮丽名片。

区域品牌的成长和壮大,既要扎根地方沃土,更要拥抱世界舞台。茅台将始终秉持“共建、共享、共赢”理

念,引领带动产业“引进来”“走出去”,积极谋划布局酒文旅产业融合发展的新模式、新业态,引领带动更多消费者走进“赤水河谷”;始终以开拓进取的姿态推进国际化战略,加速推动产品出口和文化出海。

茅台愿始终和酒业同仁一道,做产业价值的共创者,携手推动“赤水河谷”酒文旅产业发展,助力打造世界级休闲旅游度假目的地,携手共探“出海”新模式,推动“中国酱香”的品牌文化走出河谷,走向世界,让全球消费者体验中国白酒的酿造智慧,感受中华传统文化的独特魅力。

茅台期待与大家携手,共同书写“赤水河谷 中国酱香”高质量发展的新篇章,共同推动打造世界级酱香型白酒核心产区和价值高地,为区域经济的繁荣与发展和“品牌强国”战略,积极贡献中国白酒产业力量。

作为白酒行业领军企业、“历史经典”头部企业,茅台携各区域酒企,以实际行动践行使命,带头维护和发展“赤水河谷 中国酱香”这一“金字招牌”,进一步巩固贵州赤水河流域酱香型白酒原产地与主产区的核心优势,为贵州高质量建设全国重要白酒生产基地注入了强劲动力,也为行业协同发展树立了典范。

“可负担”与“真创新”,才是葡萄酒业的未来



James Bayley

The Drinks Business 撰稿人

葡萄酒行业正站在一个决定性的十字路口。

近日,在英国伦敦举行的一场葡萄酒行业研讨会上,资深行业专家、Cru World Wine公司主席Simon Farr等贸易领袖们发出了尖锐的警告:若不能深刻反思价值、拥抱变革并回应新一代消费者的诉求,这个古老行业的未来将面临严峻挑战。其中,Farr的批评尤为引人深思——“行业一直很懒惰”,他指的是在思维模式、价值传递与叙事方式上的故步自封。

这位在葡萄酒行业深耕数十年的专家指出,当前,葡萄酒世界最核心的矛盾是价格与价值之间日益扩大的鸿沟。全球财富的增长使得稀缺性成为一种结构性现象,这必然推动高端葡萄酒价格持续走高。然而,他呼吁行业必须努力让主流葡萄酒的价格真实反映其实际价值。这不仅是定价策略的调整,更是对整个产业链效率的考验——从种植、酿造到分销,每个环节

都需要重新审视成本结构,确保最终价格与消费者获得的体验价值相匹配。如果消费者无法感知到价格与价值的匹配,行业的健康发展将无从谈起。

这种价格压力在市场的基底表现得更为严峻。Farr提出了一个发人深省的观点:欧洲作为全球最大的葡萄园区域,若取消农业补贴,许多园地很可能在五年内不复存在。酿造真正价格亲民的葡萄酒正变得无比艰难,基础市场的侵蚀已然开始。与此同时,新兴的零售模式,如允许顾客以合理价格现场品饮的体验式葡萄酒商店,正在快速占领市场,这无疑对传统餐饮渠道构成了现实压力,也证明了市场正在自发性地寻求解决方案。

除了价格,另一股塑造未来的强大力量是消费者健康观念的觉醒。

Farr洞察到,社会集体意识正在转向人们对更健康生活方式的追求。这一趋

势具体表现为低酒精、无添加、有机和

自然酒的需求显著增长,消费者越来越关注酒饮的成分构成和生产伦理。他认为,这恰恰是行业走向长期可持续的契机。当行业不再将销量作为唯一目标,而是转向专注于提升每瓶酒的品质与饮酒体验时,整个价值链将变得更加稳固。

面对这些挑战,这位行业资深人士给出了明确的方向:回归叙事本身。他坚决地认为,问题的根源不在于产品本身,而在于行业在讲述故事时缺乏能量与创意。“行业一直很懒惰”——这句批评直指现状:有大量品质卓越的葡萄酒,仅仅因为不符合某些刻板的评分标准,或是短期销售不佳,就被轻易忽视。

行业习惯于推销那些早已为人所知的“旧爱”,却不愿投入精力去发掘和推介潜藏在广阔价值洼地中、能提供更佳价值与体验的“新欢”。

Farr强调,每一次销售的本质都是一次说服。因此,将葡萄酒背后关于

风土、传承、酿造者与独特体验的故事,以引人入胜的方式传递给消费者,必须成为增长战略的核心。真正的创新不在于创造全新的产品品类,而在于用全新的方式诠释和传递葡萄酒的文化价值——无论是通过增强现实技术,让酒标背后的风土活起来,还是通过主题品鉴会,让消费者深入理解酿酒哲学,拥抱这种多样性,并为之赋予动人的叙事,是实现价值回归的关键。

综上所述,葡萄酒的未来图景由三重维度共同勾勒:在财务上确保可负担性与价值透明,在文化上契合健康与适度消费的潮流,在沟通上致力于真诚而动人的故事讲述,这是一个从“懒惰”的惯性走向“勤奋”的创新过程。正如Farr所展望的,在一个人们渴望放下手机、重建真实人际联系的时代,葡萄酒自古以来的社交属性使其天然占据优势。但它能否真正抓住这一历史机遇,取决于行业自身能否完成这场深刻的自我革新。

(本版文章仅代表作者观点,不代表本报立场。您对以上观点有何见解,欢迎通过新浪微博@华夏酒报进行讨论。)

酒类信息及配套专版



洁净级不锈钢智能酿造设备/智能不锈钢酒罐/不锈钢管道/智能化调酒系统核心供应商
联系人:任德龙 联系电话:15705381189 地址:上海市闵行区集心路168号6号楼5层

(股票代码:002160) 上海朗脉洁净技术股份有限公司,是上市公司常铝股份(股票代码002160)的全资公司,公司注册资本3.4933亿元,主要从事于白酒、黄酒、葡萄酒、调味品、医药等食品级洁净工程总包领域。是洁净级不锈钢酿造设备、不锈钢酒罐、不锈钢管道及智能化调酒系统核心供应商。上海朗脉洁净技术股份有限公司的服务宗旨是用做医药设备的洁净理念来为传统白酒行业服务。

近年服务客户

