

十年一酱·品质共创
全国百人共创·听用户心声·成就好酱酒

十年一酱,看劲牌如何实现品质共创

劲牌用一场“品质共创”,向行业展示了什么叫作真正的长期主义,什么叫作“以用户需求定义好酒”。

本报记者 刘震东 发自仁怀

集结业内名家深鉴,凭专业智慧精磨好酒;汇聚全国用户真知,以大众共识共创佳酿。

7月17日至18日,劲牌公司在劲牌茅台镇酒业厂区内连续举办了两场特殊的活动——“十年一酱,品质共创”华轩酱酒品质共创会。一场是6位业内酱酒专家的品鉴共创,一场是100名来自全国10个城市的资深酱酒用户的品质共创。

没有锣鼓喧天的发布仪式,没有明星站台的流量噱头。两天时间里,专家和用户们围坐在一起,品酒、打分、提意见——直白、坦诚,甚至有些“不留情面”。

在《华夏酒报》记者看来,这不是一场普通的品鉴会,而是一个品牌与行业、与用户之间的深度对话。在酱酒行业从狂飙突进转向理性回归的当下,劲牌用一场“品质共创”,向行业展示了什么叫作真正的长期主义,什么叫作“以用户需求定义好酒”。

十年磨一酱,茅台镇上的“另类”酒厂

故事要从2016年说起。

那一年,白酒行业刚刚经历了长达四年的深度调整,仁怀酱酒产业还处在“寒冬”之中。很多酒厂的烟囱不再冒烟,窖池空空荡荡,从业者们站在十字路口犹豫徘徊,劲牌开始将眼光投向茅台镇。

更让人看不懂的还在后面。2017年11月8日,劲牌茅台镇酒业有限公司正式挂牌成立并投产。挂牌仪式上,劲牌董事长的一句承诺“劲牌茅台镇酒业所生产的酱酒全部封存,十年不卖酒,至少到2027年才会开始上市推广”,激起了业界一片哗然。

要知道,彼时的酱酒市场已经开始升温,2017年仁怀产区346家白酒生产企业创造了580亿元的产值,比上一年翻了一倍多。每天出入茅台镇的经销商、投资人络绎不绝,大家都在抢着上车,生怕错过了这波酱酒红利,而劲牌却选择“按兵不动”?

面对种种质疑声,劲牌没有解释,只是埋头做事。2019年11月,劲牌茅台镇酒业三期试验车间投产;2023年11月,三期项目全面投产。

十年间,酱酒市场经历了从冷到热、从热到理性的完整周期。无数资本涌入茅台镇又退出,无数品牌崛起又沉寂。而劲牌就像赤水河畔的一块磐石,任凭风浪起,我自岿然不动。

如今,八年多过去了,基酒在陶坛里完成了从新酒到老酒的蜕变。当华轩酱酒正式上市时,每一瓶酒的最低酒龄都将达到十年。

从产区到工艺,拆解一瓶好酒的底层逻辑

7月17日,行业专家品鉴共创会

上,贵州省酿酒工业协会理事长黄平,中国酿酒大师、仁怀市酒业协会会长吕云怀,原贵州大学酿酒与食品工程学院院长邱树毅教授,中国首席白酒品酒师彭茵,遵义市酒业协会会长蔡天虹,国家级特邀白酒评委徐兴江等6位国内酱酒领域的权威专家齐聚一堂。

专家们端起酒杯,观色、闻香、尝味、看空杯,每一个动作都一丝不苟。经过一轮轮的细致品评,专家们最终给出了这样的集体评语:“微黄透明,酱香突出,曲香、陈香、果香、焙烤香复合,香气舒适;酒体醇厚、圆润,香和味协调平衡,回味悠长,空杯留香持久。”

能得到如此高的评价,并非偶然。华轩酱酒的品质,建立在一套完整而扎实的底层逻辑之上。

产区,是根。

劲牌在酱酒产区布局上采取“多产区、差异化”策略:华轩酱酒扎根茅台镇核心产区,这里与贵州茅台酒厂隔河相望,是酱香型白酒不可复制的“道地产区”;而神农架酱酒则依托鄂西北独特的生态环境,走出了另一条风味探索之路。这正如劲牌在中药材采购上只选道地产区一样——不同的品类,选择最适宜的生长之地。

原粮,是肉。

劲牌秉持“原粮即第一车间”的理念,搭建了全链条可追溯的原料管控体系,从采收、储运到入库实现闭环管理,并自建制曲车间,实现用曲自给。

工艺,是魂。

华轩酱酒严格遵循酱酒“12987”传统工艺——一年一个生产周期、两次投料、九次蒸煮、八次发酵、七次取酒。但在传承古法的同时,劲牌走出了一条独特的路。

走进劲牌茅台镇酒业的智能化生产车间,《华夏酒报》记者看到了与传统酒厂截然不同的景象:机器人精准上甑,模拟“见汽压甑”和“轻、松、薄、准、匀、平”的传统标准;120多米长的摊酿板链串联起拌料、摊凉、转运等工序;热成像仪“盯”着糟醅温度,超声波探测堆积高度。“我们改变的只是生产方式,酱酒的生产工艺并没有变。”劲牌茅台镇酒业总经理黄小平说。

更值得一提的是,劲牌并没有“一刀切”地全部智能化。厂区既保留了传统手工酿造车间,又大力扩建智能化酿造车间,形成“双轨并行”。传统为体,现代为用——劲牌以智能化酿造实现对传统工艺的“完美再现”。

品控,是骨。

华轩酱酒所用的基酒,选自2016年-2017年生产的原酒。到2027年11月上市时,所有产品最低酒龄不低于10年。原酒全部用陶坛存放陈酿——陶坛的微氧环境,让酒体在岁月中慢慢老熟。

品控方面,劲牌建立了全工序标准化质量管理体系,落实各项食品安全管控要求。劲牌拥有享受国务院津贴专家7人、国家级白酒评委25人、省级白



酒评委61人,长期派驻茅台镇厂区的专业评委就有18人。

浮躁周期里的长期主义样本

酱酒行业从来不缺故事,缺的是耐心。

过去十年,酱酒经历了从“冷”到“热”再到“理性”的完整周期。行业最热的时候,资本蜂拥而入,新品牌层出不穷,有些企业恨不得今天投产、明天上市、后天回本。

劲牌却选择了另一条路。

“做少、做小、做专、做精、做好、做久”——这是劲牌长期坚守的发展理念。在7月18日的用户共创会上,劲牌公司副总裁杨强重申了这一信条:“我们始终清醒地认识到,品质的精进永无止境,好酒没有终点。劲牌做酱酒,不是为了赶风口、赚快钱,而是要做一款经得起行业检验、经得起市场考验、经得起时间沉淀的好产品。”

这句话背后,是劲牌对“长期主义”最朴素的理解——不追求短期流量红利,致力于打造经得起市场与时间检验的产品。

仁怀市酒业协会会长吕云怀在专家品鉴共创会上表示,酱酒行业需遵循“慢、静、沉”三个字。而劲牌的“十年一酱”,正是对“慢、静、沉”极致的诠释。

这也是劲牌推出华轩酱酒的逻辑起点:不是跟风,而是用十年时间,交出一份经得起市场检验的答卷。

从“我做你喝”到“品质共创”的行业新范式

如果说“十年一酱”是劲牌对产品品质的坚守,那么,“品质共创”则是劲牌刻在骨子里对用户的尊重。

7月18日,华轩酱酒用户品质共创会现场,来自北京、济南、淄博、宁波、武汉、成都、贵阳、郑州、广州、深圳10个城市的100名用户代表坐在台下。他们是中小企业主、公司高管、商会协会

负责人、酱酒新晋爱好者、酱酒资深爱好者、酒评人、品酒师、酱酒垂类达人。

劲牌茅台镇酒业首席品酒师李祖丽站在台上,引导大家按“观色、闻香、尝味、空杯香”四步完成专业品鉴。品鉴过程中,工作人员反复强调:不要提前交流,不要受他人影响,写出你最真实的感受。

问卷填完,进入“畅所欲言”环节。用户的反馈直白而真实——

“整体品质不错,但调味层次感还不够多,对比头部酱酒的上百种调味酒组合,绵醇感、回甘还有差距。”

“产品现在的酒龄是八年多,距离上市还有一年多,完全可以再加高点高年份调味酒,提升层次感。”

“价格要兼顾劲牌一贯的高性价比,同时预留出合理的渠道利润空间。”……

一条条意见,被工作人员逐条记录在案。

这不是一场“走过场”的品鉴会。早在2025年9月启动产品设计后,劲牌就先后在北京、济南、淄博、宁波、武汉、成都、贵阳、郑州、广州、深圳等10个城市开展了多轮用户测试,累计收集了186份以上酒体品鉴问卷。经过多轮迭代优化,用户测试满意度已超过90分。

而这一次,是产品上市前最大规模的一次“集中会诊”,目的只有一个:收集最真实的用户反馈。劲牌茅台镇酒业总经理黄小平说:“我们举办这次共创会,不是来听表扬的,而是来听真话的。大家的每一条建议,我们都会逐条记录、专项研讨、落地优化。好酒不是我们关起门做出来的,是要和消费者一起打磨出来的。”

劲牌将这种模式定义为“用户共创产品”。它不是品牌单向研发完成后告诉消费者“这就是好酒”,而是从酒体设计阶段就让用户参与进来,根据消费者的真实需求来定义产品。

这种“从用户中来、到用户中去”的逻辑,正是劲牌“四个友好”理念中“用户友好”的具体落地。

目前,向C端转型已经成为整个白酒行业的共识。有关行业人士指出,本轮白酒行业调整的本质,是以消费者为核心的系统性再造,2026年是酒业向C端的破局之年。2026年以来,贵州茅台、五粮液、泸州老窖、洋河股份等头部酒企纷纷实施市场化运营方案,全面推进向C端的改革。但劲牌的向C端转型,走得更早、做得更深。

大多数酒企的“用户共创”停留在品鉴会、问卷调查的层面,本质仍是品牌主导、用户被动反馈。而劲牌华轩酱酒的共创模式,是从产品研发的起点就让用户深度参与。酒体迭代的每一步,都有用户的意见在里面。

“任何一杯酒不讲成本的话,叫做勾无止境,这杯酒永远都勾不好,也永远都没个定。但如果以消费者的需求为导向,就有了明确的方向——消费者喜欢什么,我们就往什么方向去调。”遵义市酒业协会会长蔡天虹在专家品鉴共创会上这样说。这番话,点出了“品质共创”的核心价值。

是的,好酒没有绝对的标准,但消费者的喜好就是最好的标尺。劲牌把用户请进来,让他们参与到产品研发的全过程,用真实的需求定义好酒的标准——这本身,就是对消费者最大的尊重。

更重要的是,这种共创不是一次性的活动,而是一种可持续的机制。据了解,华轩酱酒明年11月上市后,还将持续收集用户反馈,不断迭代优化产品。

从“我做你喝”到“我们一起做”,劲牌用“品质共创”,为白酒行业探索了一条以用户为中心的新范式。

会议结束,100位“品质共创官”参观了劲牌茅台镇酒业厂区和3号酒库,现场品鉴了7个轮次的原酒。站在巨大的倒计时雕塑前,大家纷纷拍照留念。

雕塑上的数字还在跳动——距2027年11月8日11时08分,还有478天。

十年一酱,品质共创。让我们一起,静待花开。