



这届特色酱酒峰会，释放出哪些关键信息？

本次峰会不仅为酱酒企业提供了交流合作的平台，更为推动酱酒产业高质量发展提供了前瞻性的思路与解决方案。

本报记者 刘雪霞 魏斌 发自成都

在行业深度调整与变革的浪潮中，特色酱酒产业正站在新的历史节点。

3月23日，一场聚焦酱酒产业未来发展的盛会——“2025中国特色酱酒主题峰会”在成都城市名人酒店隆重举行。此次峰会由北方酱香酒联盟、华夏酒报社主办，山东云门酒业股份有限公司协办，汇聚了众多行业专家、企业代表以及媒体人士，共同探讨新消费时代

下中国特色酱酒产业的创新发展路径。

作为行业的重要风向标，本次峰会不仅为酱酒企业提供了交流合作的平台，更为推动酱酒产业高质量发展提供了前瞻性的思路与解决方案。

论坛现场，中国特色酱酒华夏行活动正式启动。中国副食流通协会会长何继红，中国食协白酒专委会副主任、辽宁酿酒协会名誉会长、第五届全国评

酒会专家组成员王贵玉，山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐，北方酱香酒联盟主席、云门酒业集团党委书记、董事长汲英民，宿迁市酒产业发展促进中心主任杨国民，《华夏酒报》总编辑吴贤国，苏酒高质量发展联盟轮值主席、宿迁市酒业协会会长、宿迁酒业集团党委书记、乾隆江南股份名誉董事长张建良共同推动推杆，见证这一重要时刻。

品牌+文化，撬动特色酱酒新增量

现场对话环节，由《华夏酒报》总编辑吴贤国主持。北方酱酒企业代表围绕特色酱酒的品质匠心与文化内涵展开探讨。

贵州承天门酒业营销有限公司执行董事、总经理王坤表示，承天门酒业一直坚持品质为先、差异化发展理念，在上级单位糖酒集团的支持下，在酱酒核心产区贵州习水投资10亿元打造现代化酿酒基地，预计总体产能可达1.5万吨，目前，由糖酒集团旗下北京华都酒厂管理和运营。50年前，茅台对口帮扶华都酒厂，成就了“南酱北传”的行业佳话，如今，华都“北酱南溯”，同样交上一张满意的答卷。承天门酒业严格遵循12987传统坤沙工艺，构建从原料到成品的全链条品质管控体系。与此同时，依托国有企业制度优势和产区资源禀赋，构建了集生产保障、品质管控、市场服务于一体的全维度合作体系，通过精细化产品矩阵突破市场困局，着力打造厂商价值共同体。未来，承天门酒业目标是成为酱酒核心产区第五大国有酱酒企业，期待与合作伙伴携手共进，共同开创行业发展新格局。

云门酒业股份有限公司总经理潘学森强调，云门酒业以青州产区价值升维为核心战略支点，通过构建“历史-生态-品质”三位一体的价值体系，打造中国酱酒北方典范。在营销端实施“文化+数字+生态”三维创新，一是通过文化营销，把“产区文化、企业文化、地域文化”融为一体，酒旅融合，打造省级工业文化旅游示范基地；二是数字化营销，云门除了在酿造、储存、成品生产端建立智能化、数字化系统之外，还成立云商中心，线上线下一体化助推；三是构建厂商命运共同体，大力引入平台商、联盟体、品牌运营商，通过扶持优质经销商，以长期主义思维，与合作伙伴共担共荣，打造命运共同体。

伊犁酒业党委副书记、总经理闫雷亮介绍，公司拥有优质的水源、高钙高粱以及独特的气候和地理环境，形成了独特的微生物群落，为酱酒发酵提供了不可复制的环境。在酿酒工艺上，伊犁酒业坚持传承与创新并重，遵循传统12987酿造工艺的同时，根据伊犁河谷的气候条件和生态环境进行创新。公司推出的产品更适合新疆饮用习惯，酒体更醇厚、更柔顺。

苏酒高质量发展联盟轮值主席、宿迁酒业集团党委书记、乾隆江南股份名誉董事长张建良分享了宿迁酒业的发展经验。公司坚持酿一瓶好酒，生产芝麻香、酱香、浓香等香型品类白酒，在酱香方面提出了多粮配方、专曲多菌、控温发酵等三项技术，追求更好喝的酱香酒。公司还建立

了具有特色的酒庄，融合了宿迁文化与品牌文化，打造乾隆江南酒庄三区十二景酒旅地标。通过品类创新和酒庄打造，宿迁酒业的品牌从无到有，在江苏市场取得了显著成绩，并逐步向长三角、珠三角地区辐射。

古贝春集团总经理张洪昌认为，坚守传统工艺、注重历史传承、坚持自身定位，是北方酱酒在当前形势下发展的重要策略。公司在1983年就开始生产酱酒，积累了大量原酒，为品质提升提供了保障。近年来，公司推出了古贝元1983等高品质产品，赢得市场认可。同时，公司与多所院校合作开展技术研发，成立酒粮研究院，建设高标准农田，保障酿酒品质。在文化建设方面，公司深入挖掘地域文化和品牌历史，将大运河文化与酱酒文化深度融合，投资保护古薛池遗址，增加品牌厚度和底蕴。

山东红太阳酒业集团有限公司总经理任志刚表示，公司通过创新营销方式，将麒麟、祥云等元素融入包装设计，并推出“祥瑞时刻，祥酒相伴”系列活动。品牌传播聚焦于“见证您的每一个祥瑞时刻，中国年喝祥酒”，通过举办祥酒晚宴、开发联名产品等方式，进一步提升品牌高度。

河南蔡洪坊酒业总经理王永华强调，公司不断加大原酒储备，打造老酒梯队，回归酒是食品的本质，提升消费者的体感和口感，并充分利用其独特的环境、工艺和文化优势，满足消费者多样化的产品需求。

凤城老窖集团副总经理樊柯成分享了公司在产品创新和市场拓展方面的经验。公司打造了两款光瓶型产品，走大众酱酒路线和作为东北商会的家乡伴手礼推广。在渠道方面，公司经历了多次尝试，最终找到适合自己的路，实现了东北特色的餐酒融合。通过“百城万店”活动和特色餐酒推荐官活动，公司成功拓展了省外市场。

河北迎春酒集团有限公司销售总经理张艳华介绍，公司位于河北省廊坊，地处北京、天津、雄安新区的核心腹地。公司传承了130多年的酿酒历史，是我国北方优质酱香酒的主要产地。公司采用线上线下相结合的多渠道发展战略，拥有稳定的客户群体，将继续推出符合市场需求的高品质产品。

黑龙江不老源酒业董事长关丽霞表示，公司家族传承被载入北京故宫，拥有独特的风格和近2万吨的老酒储备。公司在传承非遗文化的同时，于2021年参与制订了进出口酒类行业标准，填补了行业空白。公司将继续提升产品品质，制定更高标准，推动企业高质量发展。



酱酒行业的价值深耕与生态共建

相关数据显示，2024年，我国酱酒实现销售收入2400亿元，同比增长4.35%；实现利润约970亿元，同比增长3.19%；但酱酒产量约65万千升，同比下降13.33%。

数据表象中，透视出酱酒产业结构性变革，产能布局、价格体系、厂商协作及产业生态，均在经历系统性重构。如何加速开启新生态价值链的重构？加强企业转型与变革？是所有酒企所面临的一个新课题。

“当前，行业正迎来‘新周期、新个性、大健康’三重机遇叠加的历史性窗口，我们既要面对压力，更要抓住机遇。”北方酱香酒联盟主席、云门酒业集团党委书记、董事长汲英民表示。

汲英民强调，在当前行业深度变革的关键阶段，唯有秉持对传统工艺的敬畏之心，方能守住酱酒千年酿造的匠心本质，这是产业发展的根基所在。面对

消费升级与全球化竞争的双重挑战，必须以创新思维重构产业生态，通过品质、健康、科技、文化与全球布局的协同发力，推动酱酒从传统酿造向现代化、国际化产业生态的跨越，为行业穿越周期提供系统性解决方案。

中国副食流通协会会长何继红在致辞中表示，消费升级推动高品质、高性价比和个性化白酒需求增长，为企业带来市场机遇的同时，也对品质、品牌和市场提出了更高要求。希望特色酱酒企业以峰会为契机，加强合作，探索产业发展新路径，在传承与创新中实现突破。通过提升产品品质和品牌特色，满足消费者多样化需求，共同推动酱酒产业迈向新的高度。

在本次会议上，中国食协白酒专委会副主任、辽宁酿酒协会名誉会长、第五届全国评酒会专家组成员王贵玉，深入剖析了北方酱香酒的起源、特点与未

来发展。

王贵玉指出，北方酱香酒的发展历程可追溯至1963年辽宁凌川酒厂的试点探索，此后，1964年茅台试点的启动，进一步推动了酱香酒的工艺发展，并且北方酿酒科技人员在茅台试点中发挥了重要作用。他强调，酱香酒并非仅源于贵州，北方在酱香酒的发展史上，同样具有深厚的历史底蕴。

在王贵玉看来，北方酱香酒在市场上具有独特的优势，尤其是在满足消费者对高品质、健康饮酒的需求方面。在技术创新方面，他表示，北方酱香酒企业正在积极探索传统工艺与现代科技的结合，通过技术创新、细菌应用等技术手段，进一步提升酒的品质和风味。他还强调，北方酱香酒企业应注重品牌建设和产业升级，避免低价竞争，注重质量创新和风味提升，以在市场竞争中占据更重要的地位。

特色酱酒破局之道

“我坚信，后酱酒时代，一定是‘用户的消费清醒+用户的认知升级+用户的品质觉醒’，低质高价一定会被用户识别出来，低质高价支撑的畸形商业模式也因此会塌房。”湖南今自在酒业董事长浦文立犀利地表达自己的观点。

浦文立表示，作为一家定位中高端精品酱酒的新企业，湖南今自在酒业以“慢即是快”为发展哲学，用一年半时间验证了商业逻辑：实现8000万元销售额、1036元客单价，积累7000+高复购用户（55%）和82%盲品胜率，公司坚持做对三件事：用户倒逼体系、品质硬刚

和模式硬碰。

在“后酱酒时代”，湖南今自在酒业以高质实价打破行业低质高价怪圈，用体系化能力走出一条“先品质后品牌”的长期主义路径。“让用户最值、最自在，让合作伙伴最赚、最满意，价值创造才是王道。”浦文立表示。

黑格咨询集团董事长、CCTV大国品牌战略顾问徐伟认为，当前，酱酒市场呈现出“渠道和消费者表现冰火两重天”的现象：一方面，销售渠道内普遍存在库存积压问题；另一方面，消费者群体仍在扩容，尤其对高品质酱酒的需求

持续增长。

特色酱酒企业应从广泛撒网向深度根据地市场转型，深耕本地市场，建立深度用户基础。他提出，特色酱酒的优势在于本地化对抗全国化、区域文化对抗流行文化、地方情感对抗品牌势能。企业应充分利用地方文化、情感和特色，打造具有差异化竞争优势的品牌。

徐伟呼吁，北方酱香酒企业应加强区域强对标，形成特色酱酒品牌新生的沃土，通过品牌建设和市场推广，提升品牌势能，推动酱酒产业的高质量发展。