

汾文化 酒化



04 | 2026 总第61期

61

内部
交流
资料

山西省内部资料准印证号（晋）K525



总 顾 问:袁清茂

总 策 划:李振寰

总 编:张树明

副 主 编:张江丽

责任编辑:任京娟

地 址:融媒体中心楼109

电 话:0358-7329206

网 址:www.fenjiu.com.cn

邮 箱:fenjiuneikan@163.com

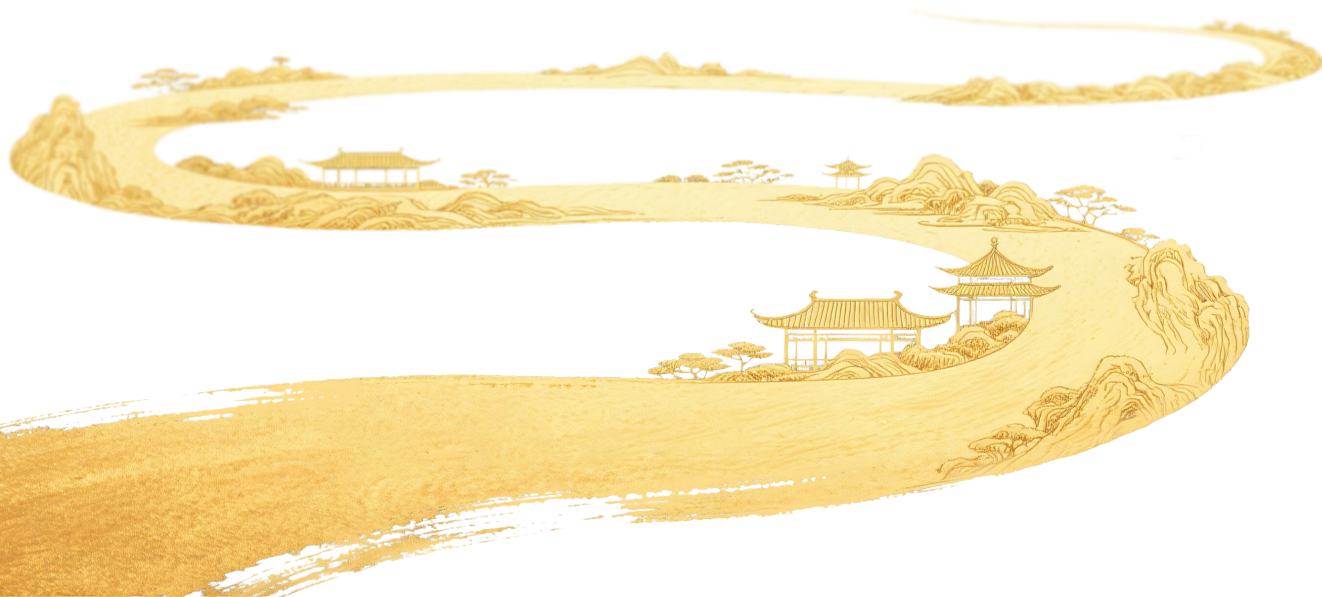
准印证号:山西省内部资料准印证号(晋)K525

主 办:汾酒融媒体中心

发送对象:汾酒集团各单位

印刷日期:2026年4月

规 格:210mm×285mm



青花汾酒



开启高品质生活

FOR HIGH QUALITY, FOR BETTER LIFE



目录 CONTENTS

聚焦
汾酒

P06-23

研酒所

P24-62

P06 / 汾酒集团五届五次职工代表大会、四届五次工会会员代表大会胜利召开

P11 / 汾酒亮相2026年陕西省老字号嘉年华暨“带老字号回家过年”活动

P12 / 强基工程——山西省文联新春特别行动山西省书协“万福迎春”公益活动走进汾酒集团

P14 / 汾酒召开科技人才队伍建设专题座谈会

P15 / 汾酒集团党委启动部署树立和践行正确政绩观学习教育

P16 / 汾酒集团召开2025年度党建工作责任制暨党组织书记抓基层党建工作述职评议会、2026年全面从严治党暨党风廉政建设工作会

P18 / 汾酒召开海外经销商座谈会

P19 / 2026全球南方金融家论坛青花汾酒之夜在京举办

P20 / 汾酒应邀参加2026全球南方金融家论坛

P22 / 陈皮汾酒新品发布会在成都圆满举办

P25 / 当六千年汾酒香，注入国民情感的节拍

P29 / 天赋之地，解码汾酒【绿色基因】——杏花村·生态记

P33 / 重构“人酒关系”，汾酒复兴纲领背后的场景之变

P37 / 江湖很远，汾酒很近 | 如果汾酒会说话

P45 / 多元新品开拓新阵地
汾酒持续构建“白酒+”生态

P49 / 汾酒成功融入年轻消费圈层
为白酒行业提供转型范本



汾酒
文化

P63-88

酒墨
齐香

P89-97

P57 / 1957的当代回响,杏花村经典版如何“再生”?

P64 / 这波敬酒词直接焊死在嘴 8大场景+万能公式

P67 / 万里茶路有酒香

P73 / 津门烟火里的汾酒——跟着汾酒邂逅每一座城市

P77 / 汾酒与汾阳:从诗酒叙事到产城融合 | 跟着汾酒邂逅每一座城市

P81 / 严守人机料法环 匠心酿就汾酒香

P82 / 一脉清香里的青春答卷

P84 / 中国女性新闻教育的实践经验与现实启示

P87 / 踏春汾酒工业园林诗二首

P88 / 鹧鸪天·春游杏花园

P90 / “审美革命者”吴冠中笔下的杏花村

P93 / 杏花春雨润汾州 一盏清酒醉流年

P96 / 杏花深处 我心安处



中国 酒视

聚焦
汾酒

汾酒集团五届五次职工代表大会、 四届五次工会会员代表大会胜利召开

擎旗定向纲领引领,奋楫扬帆实干争先。2月11日,汾酒集团五届五次职工代表大会、四届五次工会会员代表大会在汾酒会议中心胜利召开,200多名代表以高度的责任感和饱满的热情,立足汾酒发展大局,认真履行代表职责。思想在讨论中统一,共识在交流中凝聚,力量在互动中汇聚,大会的胜利召开为推动汾酒全要素、高质量发展凝聚了广泛共识,注入了强劲动力,奏响了奋进强音。





公司党委书记、董事长袁清茂，党委副书记、副董事长、总经理武跃飞，公司领导韩向宇、刘卫华、李沛洁、梁建文、王怀，外部董事高彦清参加大会，吕梁市总工会党组成员、副主席、二级调研员任旭华，吕梁市总工会组织民管部副部长庞婷应邀出席大会，股份公司高管、主席团成员、正式代表、特邀代表及列席代表参加大会。任旭华为大会致辞。会议由公司纪委书记、监察专员韩向宇主持。

上午8点30分，大会在雄壮的国歌声中正式开幕。

袁清茂作题为《构建汾酒复兴纲领体系》的讲话。他表示，“十四五”期间，汾酒实现了稳健、高质量发展，经营业绩一再赶超，又好又快地扎根中国酒业第一方阵的目标如期实现。袁清茂

从消费者的深刻变化、时代的深刻变化、名酒企业的深刻变化三个方面分析了汾酒当前面临的形势，并指出，汾酒必须走出一条与消费者共创、与AI共创，以新需求引领新供给，以新供给创造新需求，不断激发消费端的潜力，从而带活整个产业链的发展道路——“汾酒复兴纲领体系”，创新性地把汾酒集团打造成一个面向消费端的“共创型组织”。具体任务是：

一要坚持思想共创、价值链共创、生态圈共创、AI共创，做好发展共创。

二要持续推进产品共创、场景共创、IP共创、系统共创，做好市场共创。

三要确立品质市场化导向，推进“与消费者共创试点项目”，引领调酒新潮流，坚守品质底线，做好品质共创。



四要抓好企业文化宣贯,推动文化工作与市场营销深度融合,全面打造汾酒道场,继续高举“活态文化”大旗,持续发挥媒体矩阵作用,做好文化共创。

五要进行园区化改革,推进酒旅融合机制改革,探索打造“共创型组织”的方法和路径,做好改革共创。

六要强化一体化管理、精益管理、知识管理,做好管理共创。

七要在实践中培养青年干部,进一步引进现代化专业人才,建立鼓励干部职工共创的激励机制,做好人才共创。

八要贯彻“全员营销”“全员品质官”等理念,全力以赴推动公司成功实现转型发展,做好全员共创。

袁清茂强调,构建“汾酒复兴纲领体系”,打造“共创型组织”,是汾酒面向未来的长期战略,也是汾酒二次创业的关键一招。全体汾酒人要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,按照汾酒复兴纲领体系的要求、部署,坚定信心、乘势而上,走出汾酒独一无二的成功转型之路,全要素、高质量扎根中国酒业第一方阵,打造新时代引领中国酒业思想和产业双发展的“汾酒样本”!

武跃飞向大会作《经营工作报告》,报告客观翔实总结了公司2025年在党建、发展、市场、品质、文化、改革、管理、人才、安全、民生十个方

面所作的工作和取得的成效,对2026年经营工作进行了安排,明确了2026年指导思想、经营方针和重点工作。

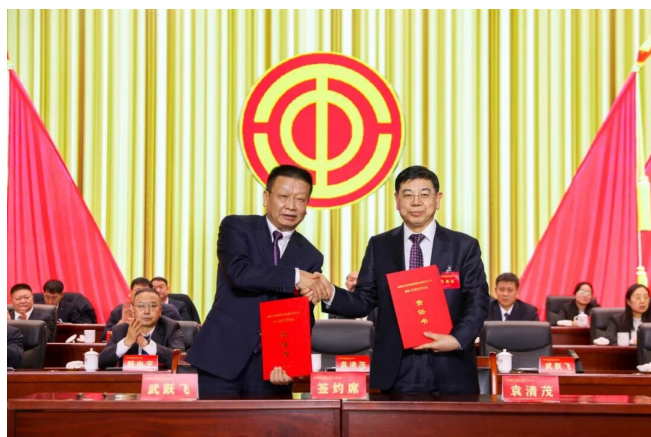
报告指出,2025年是实现“十四五”规划的收官之年,是汾酒复兴第二阶段的起步之年。公司以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神,坚决落实习近平总书记考察山西重要讲话重要指示精神,认真执行省委、省政府、省国资委的一系列安排部署,坚持“八个面向”,践行“八大纲领”,落实“五要五不”工作准则,推行“三定”工作方法,以“快”强管理,以“硬”攻项目,以“细”铸匠心,以“好”拓市场,以“善”惠民生,推动全年各项工作取得有效进展。

报告强调,2026年是“十五五”规划的开局之年,是汾酒复兴夯实基础、全面发力的关键时期。公司将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神,深入学习贯彻习近平总书记对山西工作的重要讲话重要指示精神,认真贯彻落实省委、省政府、省国资委的决策部署,不折不扣执行公司党委、董事会的各项决定,坚持“聚焦经营创效,深化精益管控;紧盯战略执行,积蓄发展动能;坚持创新驱动,提升科技赋能;强化风险防控,树牢底线思维”的经营方针,深入践行汾酒复兴纲领,重点抓好聚势领航,擘画战略新篇;聚力破局,锐意品牌升级;聚古承

今,澎湃文化动能;聚基固链,赋能持续发展;聚智深耕,铸就品质高地;聚效协同,凝聚全员合力;聚安护航,共建幸福家园;聚心铸魂,引领奋进征程“八个汇聚”工作任务的落实,全要素、高质量、又好又快扎根中国酒业第一方阵。

公司党委委员、副总经理、工会主席刘卫华作《工会工作报告》。报告从突出政治引领,凝聚“同心筑梦”磅礴伟力;突出服务大局,彰显“建功立业”奋斗本色;突出维权服务,传递“情系职工”工会温度;突出强基固本,夯实“强会兴企”组织保障四方面总结2025年公司工会工作,并对2026年工会工作进行安排:一要大力实施思想政治领航铸魂行动,锤炼锻就党委把舵、工会撑帆的政治引领力;二要大力实施产业工人队伍赋能增效行动,锤炼锻就应者云集、聚力攻坚的组织动员力;三要大力实施服务保障提档升级行动,锤炼锻就无微不至、保障有力的服务保障力;四要持续鲜明大抓基层贴近职工导向,锤炼锻就组织有力、干部有为的硬核战斗力。

大会听取审议通过了《经营工作报告》《工会工作报告》;书面审议了《财务





工作报告》《关于业务招待费使用情况的报告》《2025年〈集体合同〉履行情况报告》《关于五届三次职代会提案(建议)处理情况的报告》《工会经费审查工作报告》和集团公司、股份公司领导述职、述廉报告;表决通过了调整职代会专门工作委员会组成人员;《汾酒集团“十五五”发展规划》(草案)及其他报告和大会决议;签订了2026年度经营目标责任书、2026年度安全生产工作目标责任书。

大会号召,全体汾酒干部职工要更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,拿出跃马扬鞭的勇气,激发万马奔腾的活力,保持马不停蹄的干劲,为全面完成年度各项目标

任务,开创汾酒高质量发展更加辉煌的明天而努力奋斗!

山海寻梦,不觉其远;前路迢迢,阔步而行。蓝图既已擘画,号角催人奋进。本次大会凝聚共识所形成的纲领体系,将战略愿景、实施路径与组织保障熔铸一体,为这场深刻的复兴实践确立了根本遵循。2026年全体汾酒人必将以此为行动总纲,以主人翁的姿态,把对企业的忠诚与感恩,体现在恪尽职守的每一天,落实到推动发展的每一项具体工作中,将汾酒复兴纲领体系擘画的“路线图”,一步一个脚印地转化为攻坚克难的“施工图”与高质量发展的“实景画”,共同书写汾酒品牌稳步向上、职工生活持续向好的崭新华章!



汾酒亮相 2026 年山西省老字号嘉年华 暨“带老字号回家过年”活动

1月31日,由山西省商务厅指导、山西省老字号协会主办、汾酒集团战略支持的2026年山西省老字号嘉年华暨“带老字号回家过年”活动在太原举办,汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰应邀参加。此次活动以“国货潮品 焕彩焕新”为主题,汇聚了近50家中华老



字号与三晋老字号企业,通过“展示+体验+消费”的多元模式,打造一站式新春消费盛宴。

活动现场,汾酒携手其他特色老字号,共同打造了“喝酒吃肉蘸点醋·品茗赏壶一口饼”的特色互动体验区,携多款核心产品与创新单品惊艳亮相,不仅能沉浸式感受汾酒“搭万物”的“调酒品鉴区”,还带来了汾酒冰激凌、文创产品以及白酒闻香器等互动体验项目,让消费者近距离感受老字号与新国潮的碰撞交融。在汾酒展区,“那些藏在汾酒里的过年往事”故事展吸引了很多游客驻足拍照,并留下自己与汾酒的“悄悄话”。

活动期间,还举办了“晋新国潮 潮向全球”山西省老字号国潮新品推介活动,发布了第一批山西省老字号国潮新品:汾酒侏罗纪文创酒被列为典范国潮新品,汾酒与爱顿博格联名巧克力被列为风尚国潮新品。

汾酒将以此次活动为契机,持续深化老字号协同发展,以匠心品质护航新春消费,以文化赋能点亮年味经济,为广大消费者送上一份兼具传统底蕴与新潮活力的新春大礼,书写中华老字号高质量发展的新篇章!

强基工程——山西省文联新春特别行动 山西省书协“万福迎春”公益活动走进汾酒集团



笔走龙蛇辞旧岁，墨腾骏马报新春。2月12日，强基工程——山西省文联新春特别行动、山西省书协“万福迎春”公益活动走进汾酒集团，以笔墨书香为职工送上诚挚的新春祝福。省文联党组书记王志峰，省书协主席、晋中学院党委副书记薛珠峰等省文联、省书协相关领导，汾酒集团党委书记、董事长袁清茂，党委副书记、副董事长、总经理武跃飞，党委专职副书记、副董事长李振寰，及汾酒集团相关部门负责人参加活动。

李振寰在致辞中表示,省文联、省书协深入基层、走进企业,将“万福迎春”文化惠民活动带到汾酒,充分体现了对汾酒的亲切关怀,希望通过本次活动,进一步深化与省文联、省书协的交流,共同探索文化事业与白酒产业协同发展的新模式、新路径,推动双方在艺术创作、文化传播、品牌建设等领域互促共进。汾酒集团愿与各方一道,共同担当起传承弘扬中华优秀传统文化、繁荣发展山西文化事业的代责任,为助力山西省文化产业高质量发展、加快推进文化强省建设作出新的更大贡献。

薛珠峰在致辞中表示,汾酒集团在创造卓越经济价值、引领行业发展的同时,始终秉持高度的文化自觉和强烈的社会责任感,鼎力支持山西文化事业的发展。“万福迎春”公益活动是省书协坚持十余载、“深入生活、扎根人民”的志愿服务活动品牌。走进汾酒集团,既是书法艺术服务人民、回馈社会的生动实践,也是传统文化与现代企业文明的一次温暖对话,期待双方未来共同挖掘和弘扬汾酒文化与书法艺术中蕴含的匠心精神、美学追求和哲学智慧,携手打造“文化+产业”融合发展的新典范,为繁荣发展山西文化事业、增强文化自信、建设文化强省贡献力量。

王志峰宣布活动正式启动。

活动现场翰墨飘香、红纸翻飞。各位书法家同台切磋,挥毫泼墨,篆之古雅、隶之朴厚、草之奔放、行之流畅、楷之端庄尽收方寸红笺,“骏驰天地 酒润山河”等量身创作的联语,既承古韵,亦寄新愿。万福迎风疾,正是一马当先时。笔尖下流淌着祝福,墨香中传递出温情,这场酒香墨韵的文化盛宴,为丙午新春写下最炽热的祝福。

汾酒召开科技人才队伍建设专题座谈会



2月28日，汾酒召开科技人才队伍建设专题座谈会。公司党委专职副书记、副董事长李振寰，相关部门负责人，企业导师代表，中青年科技人才高级研修班、新型学徒制专题班学员参加座谈。

会上，职工教育培训部相关项目负责人分别介绍了“青科班”及新型学徒制专题班的培训学习情况、“十四五”期间公司新型学徒培养工作的开展情况及取得成效。学员代表分享了培训期间的收获与感悟，一致表示将立足岗位、深耕科研、助力汾酒高质量发展的决心。企业导师代表结合生产实践，围绕人才培养、技术传承等方面分享经验做法。

党委组织部（人力资源部）、党委宣传部（统战部）、科技质量管理部相关负责人分别从人才

体系建设、宣传思想引领、科技质量管理等方面，对加强科技人才队伍建设提出了具体思路与举措。

李振寰在讲话中表示，科技人才是汾酒复兴的核心支撑，全体科技工作者要坚守匠心、勇于创新。他表示，坚守是汾酒的根与魂，要坚守传统酿造技艺的精髓，坚持“酿好酒、储老酒、售美酒”的长期主义品质路线，秉持“极致酿造”发展理念，为消费者提供高品质产品；创新是发展的动力源泉，要聚焦酿造技艺优化、品质提升、绿色生产等关键领域，大胆探索新技术、新方法，以科技创新赋能产业升级。未来，汾酒将持续完善人才培养机制，搭建成长成才平台，营造尊重人才、鼓励创新、支持创造的良好氛围，让更多科技人才在汾酒复兴的征程中担当作为、建功立业。

汾酒集团党委启动部署树立和践行正确政绩观学习教育

3月4日，汾酒集团召开党委(扩大)暨党建工作领导小组第一次会议，专题启动部署树立和践行正确政绩观学习教育。公司党委书记、董事长袁清茂主持会议并作动员讲话，公司党委副书记、副董事长、总经理武跃飞，公司领导李振寰、韩向宇、刘卫华、李沛洁、梁建文、王怀，部分股份公司高管及相关部门负责人参加会议。

会议深入学习贯彻习近平总书记关于树立和践行正确政绩观学习教育的重要讲话和重要指示精神，传达贯彻党中央、省委党的建设工作领导小组会议精神，听取审议《在全公司开展树立和践行正确政绩观学习教育的实施方案》，启动部署树立和践行正确政绩观学习教育。

会议指出，要统一思想，提高站位，深刻认识开展学习教育的重大意义。各级党组织要深刻认识开展学习教育是贯彻落实党的二十届四中全会战略部署、确保基本实现社会主义现代化取得决定性进展的必然要求，是践行党的根本宗旨、夯实党的执政根基的重要举措，是巩固拓展党内集中学习教育成果、持之以恒推进全面从严治党的有效途径；要进一步提高政治站位，切实增强抓好学习教育的自觉性和坚定性，着眼长远、立足全局，求真务实、真抓实干，推动“十五五”开好局、起好步。

会议强调，要聚焦重点，把握要求，精准落实学习教育各项任务。各级党组织要坚持深学细悟，在“学习研讨”上聚焦发力，进一步坚定理想信念、增强宗旨意识；坚持刀刃向内，在“查摆问题”上聚焦发力，深入查找问题，深刻检视问题成因；坚持动真碰硬，在“整改整治”上聚焦发力，做到立行立改、系统整改、靶向整改、从严整改；坚持标本兼治，在“建章立制”上聚焦发力，推动形成重实干、重实绩、重实效的鲜明导向；坚持问计于民，在“开门教育”上聚焦发力，把职工群众满意度作为检验学习教育成效的重要标准。

会议要求，要强化担当，改进作风，确保学习教育取得扎实成效。要加强组织领导，确保学习教育有力有序开展；要坚持以上率下，真正把政绩观树得正、把责任扛得牢、把工作干得实；要突出务实高效，切实把学习教育成果转化为推动高质量发展的成效，实现汾酒“十五五”良好开局，为推动汾酒全要素、高质量发展作出新的更大贡献！



汾酒集团召开2025年度党建工作责任制 暨党组织书记抓基层党建工作述职评议会、 2026年全面从严治党和党风廉政建设工作会议

3月5日，汾酒集团召开2025年度党建工作责任制暨党组织书记抓基层党建工作述职评议会、2026年全面从严治党和党风廉政建设工作会议。公司党委书记、董事长袁清茂，党委副书记、

副董事长、总经理武跃飞，公司领导李振寰、韩向宇、刘卫华、李沛洁、梁建文、王怀，部分股份公司高管，二级党组织负责人、党群及职能部室负责人、纪检干部、党代表、人大代表及职工代

表参加大会。

袁清茂在讲话中就如何进一步营造风清气正、崇廉尚实的浓厚氛围提出三点意见：

一要总结成绩不足，以清醒认知校准政治航向。要抓思想强政治，抓作风树新风，抓支部筑堡垒，抓监督强震慑，为公司全要素、高质量发展提供坚强保障。

二要抓实基层党建，以系统思维建强战斗堡垒。要突出思想引领，全面固本强基，服务生产经营，扛稳压实责任，确保责任落实拧成“一股绳”、力量汇成“一股劲”。

三要深化党风廉政建设，以自我革命精神推动全面从严治党向纵深发展。要突出政治引领、深化监督实效，在加强政治建设上持续发力、久久为功；织密制度笼子、深化同查同治，在强化作风建设上持续发力、久久为功；坚持严的基调、深化标本兼治，在一体推进“三不腐”上持续发力、久久为功。

公司党委专职副书记、副董事长李振寰作2026年党建工作安排，各级党组织要强化思想政治建设，筑牢忠诚根基，把准汾酒发展正确方向；深化党建经营融合，持续党建规范提升，夯实基层战斗堡垒；建强干部人才队伍，强化支撑保障，激发干事创业内生动力；扛起意识形态责任，巩固舆论阵地，营造良好发展氛围；深化正风肃纪反腐，涵养政治生态，筑牢廉洁自律防线；健全监督体系，提升治理效能，推动监督协同

发力。

公司纪委书记、监察专员韩向宇总结了2025年汾酒集团党风廉政建设工作，并对2026年工作任务进行部署，他表示，各级党组织要领会精神、全面贯彻，坚决把中央纪委五次全会和省纪委六次全会部署的各项任务在汾酒扎实落地；要持续发力、砥砺前行，推动纪检监察工作高质量发展在守正创新中见行见效；要忠诚履职、再接再厉，以全面从严治党新作为保障汾酒“十五五”开好局起好步。

会上，部分二级党组织作2025年度党建工作责任制落实情况汇报；部分二级党组织书记作2025年度党组织书记抓基层党建工作述职汇报、2025年度“一把手”和领导班子监督工作个人述责述廉汇报；部分二级基层党组织作表态发言。会议对落实党建工作责任制、党组织书记抓基层党建工作、“一把手”和领导班子监督工作情况进行现场测评。与会人员观看了警示教育片。

会议强调，各级党组织要更加紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，坚决贯彻党中央、省委决策部署，锚定汾酒复兴战略目标，以“时时放心不下”的责任感和“事事心中有底”的执行力，奋力谱写新时代汾酒全面从严治党新篇章，为全省高质量发展和全方位转型贡献更强劲的汾酒力量！

汾酒召开海外经销商座谈会

沐春风清香寻根，越山海共赴新程。3月10日，汾酒召开海外经销商座谈会。汾酒集团党委副书记、副董事长、总经理武跃飞，汾酒海外经销商代表，汾酒国贸公司相关负责人参加座谈。

武跃飞对广大海外合作伙伴长期以来给予汾酒的信任与支持表示感谢。围绕汾



酒国际化布局，他提出三点意见：一要把握机遇，坚定国际化信心。要运用好“文化牌”“口感牌”“品质牌”“战略牌”“前景牌”五方面得天独厚的优势，持续扩大汾酒的全球品牌影响力。二要聚心聚力，推进国际化战略。要锚定“深入实施国际化1.0战略”的目标，坚持“固本”与“拓新”两条路径，把握“稳中求进、精准施策、久久为功”三个原则，实现从“走出去”到“走进去”的根本性转变。三要统筹兼顾，强化国际化保障。要处理好内外关系，实现国内、国际市场内外联动、协同发展；做好组织保障，建立高效顺畅的沟通协调机制，确保快速响应、及时解决。汾酒愿与海外经销商伙伴携起手来，以文化为魂，以品质

为基，以创新为剑，以共赢为念，共同开创汾酒国际化的崭新篇章。

汾酒国贸公司负责人对汾酒国际化工作近年来取得的成绩和下一步具体规划、落地举措进行汇报。2026年汾酒国贸公司将以稳健经营为总策略，围绕“三驾马车、九个重点”与“市场化布局、品牌化运营、国际化试点、差异化产品、本土化价格”五个关键，以开放格局与务实举措全面推动汾酒国际化再上新台阶。

座谈会上，海外经销商代表齐聚一堂，共商汾酒国际化发展大计，并围绕渠道拓展、品牌推广、消费者培育及本土化运营等内容，分享实战经验，提出务实建议。

2026全球南方金融家论坛青花汾酒之夜在京举办



3月24日,由新华社品牌工作办公室、中国经济信息社共同主办的2026全球南方金融家论坛青花汾酒之夜在北京举办。新华社副社长刘健,中国经济信息社党委书记、董事长潘海平,汾酒集团党委副书记、副董事长、总经理武跃飞及来自全球30多个国家和地区的金融机构、政府部门、国际组织和媒体、企业、研究机构代表参加。

潘海平在致辞中表示,汾酒清香纯正、温润淡雅,恰如全球南方“开放包容、和衷共济”,希望通过此次论坛,搭建一个连接文化与金融的独特对话平台,在汾酒的醇厚底蕴中,探讨金融领域的格局与担当,于平和的交流氛围里,寻求更深层的共识与理解。通过持续而深入的对话,凝聚长远共鸣,携手为全球南方国家间的金融合作注入更坚实、

更持久的发展动力。

武跃飞在致辞中表示,我们致敬匠心,始终秉持“酿好酒、储老酒、售美酒”的长期主义品质路线,让价值在岁月中沉淀;我们拥抱开放,着力构建开放、透明、包容的发展环境,激发各方活力,让机遇在合作中共享;我们携手复兴,持续推动中华优秀酒文化活态传承,积极开拓国际市场,让世界通过中国白酒读懂中国,让文化在交融中繁荣。未来,汾酒将以更开放的姿态面向世界,为构建人类命运共同体贡献中国企业的智慧与力量。

活动现场,沉浸式文化体验,将中国传统艺术的韵律之美与汾酒的清香典雅巧妙结合,为现场嘉宾带来一场视听与味觉的双重盛宴,让来宾深切感受到中华文化的深厚底蕴与独特魅力。



汾酒应邀参加 2026 全球南方金融家论坛

3月25日，主题为“融金聚智 点亮南方”的2026全球南方金融家论坛在北京举行，汾酒应邀参加。来自全球30多个国家和地区的政界、金融界、智库、企业代表及专家学者出席论坛，围绕金融赋能、绿色转型、产业协同等话题，共同探索全球经济繁荣稳定发展的新动能。汾酒集团党委副书记、副董事长、总经理武跃飞参加论坛。

武跃飞在致辞中表示，在新时代浪潮中，汾酒深耕中国酒业第一方阵，既是晋商精神的忠实传承者，更是现代企业治理的积极探索者。围绕论坛主题，结合汾酒复兴实践，武跃飞提出三点意见：

一要以金融“活水”润泽产业沃土。从绿色农业到数智转型，从渠道触达到场景共创，白酒产业发展离不开金融工具的创新应用，汾酒将继续与各方伙伴一道，探索

绿色金融创新实践,共同书写“点绿成金”的全球南方故事。

二是要以长期定力穿越周期风云。汾酒 1500 年名酒史这份跨越千年的传承,赋予汾酒穿越周期的底气。汾酒倡导“耐心资本”,以更长远的眼光支持产业基础能力建设、品牌培育和科技创新,在周期波动中站稳脚跟、行稳致远。

三要以多元价值共绘大同愿景。汾酒深入推进“与消费者共创未来”的经营战略,通过数智化转型和活态文化创新,打造与消费者“真情共鸣、彼此成就”的新场景,书写互利共赢、共同繁荣的新篇章。

2026 全球南方金融家论坛,不仅是一次品牌价值的国际展示,更是一场产业智慧与金融思想的深度交融。未来,汾酒将继续担当起全球南方沟通的桥梁、合作的纽带、友谊的见证,与全球伙伴共商共建、共享共赢,携手在绿色金融、产业协同、价值共创等领域深耕细作,把绿色发展的共识转化为合作成果,将产业协同的愿景转化为务实行动,将全球南方共同发展的信心转化为更加可持续的增长动能,以一杯穿越千年的中国清香,致敬全球南方的共赢愿景,以实际行动书写“美美与共”的崭新篇章。

陈皮汾酒新品发布会在成都圆满举办



3月25日,在第114届全国糖酒商品交易会举办之际,“典籍载露·汾酒启新”陈皮汾酒新品发布会在成都举行。汾酒集团党委委员、副总经理刘卫华,梁建文,汾酒集团专职外部董事高彦清,部分汾酒股份公司高管,行业专家、国家图书馆研究员及经销商代表共同参加,并启动陈皮汾酒新品发布。

刘卫华在致辞中表示,本次发布会具有三个特殊意义:一是从典籍中走来的文化盛宴,系统梳理了三千年来中国露酒的历史源流;二是“汾酒+”战略的重要落子,陈皮汾酒作为汾酒露酒系列首款产品,标志着“守正创新”迈出坚实一步;三是面向未来的诚挚邀约,竹叶青酒拥有“名酒基因”“双非遗技艺”“健字号认证”三重

优势,共同构成难以复制的品质护城河。

中国酿酒大师、中国酒业协会副秘书长杜小威表示,陈皮汾酒以千年汾酒为基酒,融入新会陈皮,实现了“白酒、中药双国粹叠加”的品质创新,为露酒产业树立了新标杆。国家图书馆古籍馆副研究馆员赵大莹系统介绍了《典籍里的露酒》研究成果,从126种文献中梳理出露酒源于殷商、拓于楚汉、盛于唐元、丰于明清的发展轨迹。

活动现场,陈皮汾酒新品正式亮相并完成首单签约。汾酒相关部门负责人对酿造工艺进行专业解读,产品选用“广东三宝之首”的新会陈皮,以传统浸提与数字提取技术相结合,实现古法智慧与现代科学的融合。

本次发布会是汾酒“双轮驱动,守正创新”战略的生动实践,也是“汾酒+”平台创新成果的集中展示。汾酒将以文化为魂、以创新为翼,推动露酒产业高质量发展,为汾酒国际化战略贡献力量。



The background is a traditional Chinese ink wash landscape painting. It features misty mountains, a small pavilion on a hill, and a path leading through the scene. In the foreground, a person is walking, and a bull is being led. The overall style is minimalist and artistic, with a focus on natural elements and a sense of tranquility. A solid red rectangular box is positioned on the right side of the image, containing the text.

研酒所

Wine Research Institute

当六千年汾酒香，注入国民情感的节拍

当岁末的钟声次第敲响，人们总在寻找一种仪式，来安放流逝的时光，也寄托未来的期许。而在这新旧交替的喧腾与温情中，一缕穿越千年的清香，正悄然融入一场场庆典，成为连接历史与当下、个人与家国的温润纽带。





于重要时刻温暖相伴

十二月的尾声，在福州奥体中心璀璨的夜空下，一场巅峰演唱会以音乐点燃了岁末的激情。青花汾酒作为特约赞助，让穿越千年的醇厚清香，与当代最动感的旋律交织共振，在声光与韵律中，完成了一次与传统文化的年轻化握手。

紧随其后，在跨年夜的氛围中，青花汾酒的身影同时点亮了南北两地。于北京，它特约赞助“更好2026BRTV跨年之夜”，并精心打造“更好2026线下跨年联创特展”。展陈之中，千年酿造的历史通过创意互动娓娓道来，观众得以在品鉴与体验中，亲身触碰那份传承的匠心，让“更好”的祈愿伴随酒香沁入心田。

同一晚，青花汾酒的故乡山西吕梁，迎来了“启航2026——中央广播电视总台跨年晚会”，

由青花汾酒独家冠名、央视文艺与央视频联合打造的“云端会客厅”特别节目——《“汾”享好时光》同步温暖上线，在这片厚重的红色热土上，一展千年清香的气度与风华。

元旦之夜，“扬帆远航大湾区——2026新年音乐会”的乐章恢弘奏响，青花汾酒作为独家冠名，将悠远的酒文化底蕴注入这座充满创新活力的前沿之地。在面向未来的旋律中，纯正酒香化为对新征程的深情致敬与陪伴。

而当农历新年的脚步临近，这份陪伴更深入至国人情感谱系的核心。青花汾酒宣布再度独家冠名2026年北京卫视春晚与2026山西卫视春晚，预备在一年中最为隆重的团圆时刻，以一抹熟悉的清香，烘托万家灯火下的欢笑与温暖。

这已是汾酒连续第四年独家冠名北京卫视春晚。从2023年到2026年，从“杏花春影”的磅礴唱响，到与“春天花会开”的文化共鸣，再到2026

年与景泰蓝非遗技艺在“春风得意马蹄吉”主题下的匠心辉映，青花汾酒用持续四年的准时守候，将自己深深嵌入北京卫视春晚这一国民级文化仪式之中，也嵌入亿万家庭大年初一的团圆记忆里。

今年，青花汾酒六千年的非遗酿造传承将与景泰蓝、金镶玉、花丝镶嵌等“燕京八绝”非遗技艺一起，在马年新春焕发全新活力。同时，在2026年春晚筹备期间，青花汾酒还深度参与了

“神马都好玩”新游园会后台直播，将品牌互动融入非遗体验、潮玩创意与美食交流之中，让“青花汾酒”从一个遥望的冠名符号，变为可触摸、可参与、可共情的节日陪伴。

从南到北，从时尚欢聚到家国团圆，青花汾酒以贯穿始终的“在场”，全程参与并见证了一个民族辞旧迎新、情感汇聚的完整周期。它恍若一位静默而可靠的挚友，将自己深深织入社会集体的情感记忆与生命节律之中。



于文化根脉启程远征

当亿万观众的目光跟随央视跨年晚会的镜头聚焦于山西吕梁，一场始于文明最深处的品牌叙事也随之盛大启幕——“中国酒魂”青花汾

酒借此完成了向其文化根脉的一次深情回溯与庄严展示。

山西吕梁，这片坐落于黄河中游、吕梁山脉纵贯的土地，其名源于山，其魂铸于史。这里铭刻着大禹导河治水的远古传说，回荡着晋商驼队踏出“万里茶路”的历史足音，更在近代中国



革命史上,以一部《吕梁英雄传》谱写了“对党忠诚、无私奉献、敢于斗争”的精神史诗。

而与这雄浑英雄气概交织千年、同根共生的,是一缕清新隽永的酒香。吕梁作为“世界十大烈酒产区”之一,其核心奥秘,便藏于汾阳市的杏花村镇——这里正是汾酒产地,酒魂之乡。考古发现中的小口尖底瓮,见证了约六千年前仰韶文化时期谷物酿酒的星火;《北齐书》中“帝饮汾清”的记载,则铭刻了其一千五百年的名酒史。从明清作坊的遗迹到当代的规模化生产,这缕清香在吕梁大地上从未断绝,构成了一部持续书写的“活态”文明史诗。

基于此,再来看青花汾酒从吕梁启程的这一系列步履不停的“在场”,其终极目的已然清晰:将品牌独占的、跨越六千年的文明深度,淬炼并沉淀为当下消费者可触碰、可感知、可认同的当代价值。

从吕梁的文明源头出发,无论是融入福州演唱会的年轻脉搏,还是嵌入北京特展的创意互动;无论是冠名大湾区音乐会以对话未来,还是登陆南北春晚以守护团圆——每一次亮相,都是一次对“六千年活态文化”的创造性转译。它将古老的诗意化为舞台上的华章,将地缸发酵的匠心变为可体验的故事,让“清香”从一个抽象概念,转化为与家国情怀、个人欢庆、艺术审美紧密相连的情感载体与身份象征。

最终,当消费者举杯时,他们所品尝到的,不仅是“入口绵,落口甜,饮后余香,回味悠长”的极致风味,更是一份与文明源头相连的文化自信,一种被六千年时光淬炼过的生活美学与精神归属。这场始于文化根脉的当代远征,其深刻之处,恰在于它让浩渺的历史,真正流淌进了时代的杯盏之中。

天赋之地，解码汾酒（绿色基因）——杏花村·生态记



天地钟灵，山水育魂。

汾酒的绿色基因，早已深植于每一缕清风、每一滴清泉中，它是与生俱来的天赋，更是矢志不渝的守护。

我们探寻的，不仅是一瓶美酒的诞生，更是一条从田野到酒杯的完整“绿链”如何奔腾不息。这背后，是近乎执拗的“粮心”坚守，是对“净界”品质的铁律遵循，亦是数字化浪潮为古老技艺注入的崭新动能。

这一切，共同勾勒出一幅关于生态、品质与未来的宏大蓝图——它根植于厚土，律动于当下，更智见着永续的明天。

【杏花村·生态记】专题，带你阅读汾酒交予山河的答卷，吟诵献给世界的绿色诗篇。



在杏花村的土地上,时间仿佛以另一种方式流淌。漫山遍野的杏花,婉转的牧笛,还有那穿越千年依然沁人心脾的酒香,共同织就一幅“天人共酿”的画卷。

这里不仅是诗意栖居的所在,更是被自然眷顾的酿酒天堂。汾酒,作为这片土地的精灵,其“清字当头、一清到底”的风格,不仅源于古法技艺的传承,更根植于一方水土所孕育的“绿色基因”。这基因,写在水土之间,藏于微生物世界,也融入汾酒人对生态的敬畏与延续的智慧之中。

而要读懂这一风味,或许要从以下三个关键词开始。

FENG FU 丰富

水土与气候是酿酒的“舞台”,微生物,则是酿造大戏中真正的主角。它们微小却强大,无声却关键,是汾酒“绿色基因”中最为灵动的部分。研究表明,杏花村产区微生物



种类多达数十种。如此丰富的微生物资源,与杏花村占尽天时地利的自然环境有着很大关系。

北纬37°,被誉为“黄金酿酒带”,而杏花村正位于这一神秘而优越的纬度线上。这里四季分明,节气应律,全年日照充足,降水适中,无霜期长,形成“温而不潮、干而不燥”的独特气候。这种气候不仅适宜农作物生长,也为微生物的繁衍与代谢提供了稳定而理想的环境。

地理条件,同样得天独厚。吕梁山如母亲般将杏花村环抱怀中,其黄土层中夹有亚黏土与亚砂土,土质疏松均匀,透气性好,酸碱度适中,这为高粱等酿酒原粮的根系发育与淀粉积累提供了天然养分。

水,是酒的血液。汾河蜿蜒而过,滋养着这片土地。正是这方水土的独特性,奠定了汾酒“入口绵、落口甜”的物理根基,也塑造了其不可复制的“地域指纹”。

DUTE 独特

杏花村的微生物资源不仅丰富,而且独特。考古发现表明,杏花村在6000年前已有酿酒活动。千年酿酒历史的积淀使得杏花村形成了独特的微生物体系,为这一方酿酒天地增添了无穷的魅力。

白酒泰斗秦含章在多项考察和多次试验后明确指出,杏花村的空气与土壤中,含有形成清香型汾酒独特品质的“微生物体系”。

1963年,秦含章带领科研工作组在汾酒厂区的发酵池和酒曲中,分离出两株异常汉逊酵母——“汾酒1号”与“汾酒2号”。它们能产生果香,被认定为清香型白酒“香”与“味”的关键来源。这是中国白酒行业首次从微生物层面揭示风味的奥秘。

时间的指针拨至2023年,汾酒科研团队再次取得突破,在厂区土壤中发现并鉴定出一株全新的酵母物种——中国土星形酵母。这一发现,不仅丰富了世界酵母菌种的库藏,更以科学实证强化了杏花村酿酒微生态的独特性和不可复制性。这些独有的微生物,如同天赋的密码,直接参与并主导着酿酒过程中酯、酸、醇等风味物质的代谢,最终塑造出汾酒纯净而独特的风格。



YANXU 延续

拥有天赋的资源固然幸运,但如何守护并延续这份天赋,则考验着一家企业的远见与定力。汾酒的答案,在于对微生物研究的延续性投入。

自1964年“汾酒试点”开始,汾酒便系统性地开展微生物菌种的分离、鉴定与保藏工作。数十年来,那些发现的珍贵菌种得以妥善保存,成为汾酒品质稳定的生物基石。这种延续,不仅是技术的传承,更是一种对自然馈赠的尊重与负责。

2024年,汾酒再次启动“41999”科研工程,其中“大曲专题”被置于首位。研究发现,历史悠久的核心产区,其大曲中微生物的多样性最高,群落结构最稳定,所产酒体品质也最优。

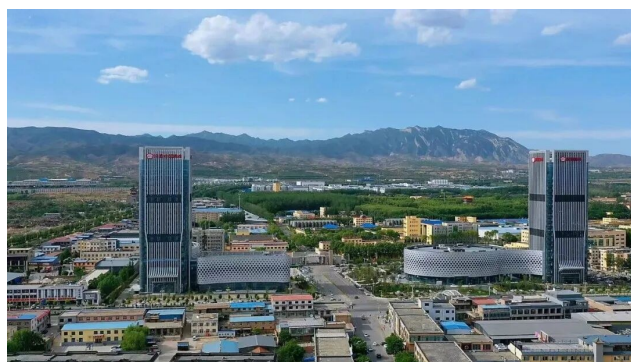
这表明,酿酒微生态的稳定与健康,与酒的品质呈正相关。基于此,汾酒将整个酿酒微生态细分为五个园区,进行精准化研究与维护,旨在保证微生态的一致性与稳定性,从而系统性提升产品品质。

目前,行业对酿酒微生物的研究大多仍处于基础阶段,而汾酒已将目光投向未来:聚焦于挖掘核心功能微生物,解析其发酵机理,明确其对风味的贡献,进而优化传统工艺,并探索纯种发酵等前沿技术,为新产品的研发注入绿色科技动力。

从对微生物资源的系统性研究,到对酿酒微生态的精细化管理,汾酒正以科学的态度和长远的眼光,践行着“绿水青山就是金山银山”的发展理念。这既是对传统“匠心”的延伸,也是对现代“创新”的补充。

读懂汾酒的绿色基因,我们看到的不仅是一瓶清香纯正的美酒,更是一个生命体与它所依存的环境之间,和谐共生的生态哲学。

守护好这片天赋之地,便是守护汾酒清香流淌的下一个千年。



重构“人酒关系”， 汾酒复兴纲领背后的**场景之变**



“我们要想方设法让消费者快乐，要跟消费者一起嗨。”

汾酒集团党委书记、董事长袁清茂在汾酒集团五届五次职工代表大会、四届五次工会会员代表大会上如此说道。

这句话所折射出的是酒类消费生态正在发生改变。

长期以来，中国人的饮酒场景有悦人与悦己之分。而今，“悦人”的增长引擎因宏观环境减速，近3亿单身人口催生了“一个人小酌”的新常态，白酒还是那瓶白酒，但举杯的人和他们所处的空间，已然不同。

中国酒业协会理事长宋书玉预言，2026年将是场景创新和消费方式创新爆发的关键年。面对这场重构，汾酒给出的答案不仅是产品的适配，更是一场关于“人酒关系”的系统性重塑。



“悦人”深耕让社交回归品质

在“悦人”的传统性消费场景中，分为商务消费、节日赠礼的功能导向与婚丧嫁娶、生日、升学等宴席所需的习俗导向等两大类型。

在袁清茂看来，“功能导向”受宏观经济影响出现收缩，而“习俗导向”的宴席市场则成为白热化竞争的“红海”。



面对于此，汾酒明确提出“拓展传统营销阵地”与“打造悦己消费标杆”两条战线并行的战略。

在传统“悦人”场景中，汾酒采取的策略是价值回归与精准服务。在汾酒经销商大会上，汾酒股份公司副总经理张永踊提出，高端产品通过适度控量保价实现价值回归。这就在一定程度上维护了品牌在商务社交中的稀缺属性。

更值得关注的细节在于服务端的深耕。

针对消费者人均饮酒量下降、对品质要求提升的趋势，汾酒正在通过线下体验网络的建设，将单纯的卖酒行为转化为有温度的文化沟通。这就有助于引导消费者“品透一口酒”而非“拼尽一杯酒”，将单纯的社交压力转化为有品

质的社交体验。

白酒企业过去长期对微醺、休闲、家饮、自饮等场景关注不足，甚至视而不见。而这种视而不见的弥补，恰恰从传统阵地的服务升级开始。

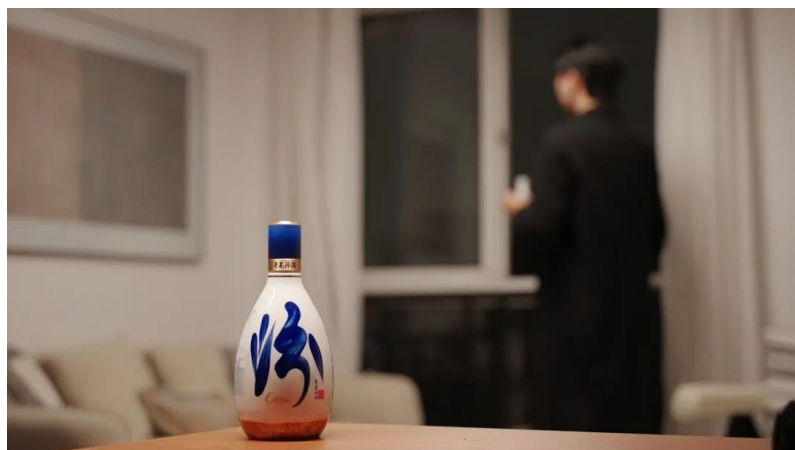
“悦己”探索重构独酌与众欢

提及个性化消费场景，袁清茂特别指出20-45岁单身人口约1.8亿这一数据背后，折射出生活方式的深刻变迁，将成为塑造饮酒习惯的最大变量。

他直言，“悦己消费”崛起，消费者更愿意为“有品质的理性价格”和“有理由的情绪溢价”买单。

这正是汾酒创新动作最为密集的领域，也是其“年轻化1.0”战略的核心落地场景。

在独处场景中，汾酒不仅储备了“汾享青春”28度系列等低度、利口的产品，更在品牌传播上完成从“历史名酒”到“情感伙伴”的转变。



在友情社交场景中，汾酒的探索更具实验性。今年2月于上海天后宫举办的“禧事汾呈BAR”活动，将非遗手作、青花瓷元素与特调酒饮

结合。现场以汾酒青花30为基酒推出的“步步高升”“马上发财”等新春限定特调,打破了传统白酒的饮用边界。



更值得关注的是,活动设计了青花瓷画手作、马年拓印等非遗互动项目,让消费者在动手创作中获得“可品、可玩、可藏”的文化满足感。

据统计,活动预热期天猫汾酒官方旗舰店的年轻客群访问量大幅提升,18-29岁人群占比超过半数。

在更深层的文化链接上,汾酒与山西博物院联名推出的“鸛卣汾酒”,将商代青铜器“最萌文物”转化为年轻人的社交收藏。这款产品瓶型等比微缩文物造型,既是酒器也是艺术品,凭借“愤怒的小鸟”般的亲和力,成为连接年轻消费群体的理想桥梁。

这种将传统文化转化为个人可感知的操作,精准击中“欣赏品鉴类”消费者的内心需求。

共创型组织从卖产品到造场景

袁清茂表示,汾酒必须走出一条“与消费者共创、与AI共创,以新需求引领新供给,以新供给创造新需求”的发展道路,创新性地把汾酒集团打造成一个面向消费端的“共创型组织”。

这意味着汾酒的场景创新已上升为企业级的战略主线。





具体来看,就是要持续推进产品共创、场景共创、IP 共创、系统共创,做好市场共创。比如“老字号嘉年华”活动中,汾酒设置的“闻香识汾酒”互动装置、现场调制的玫瑰汾酒体验,正是这一理念的落地实践。

通过汾酒的一系列动作,我们可以看到它正在打破传统白酒的刻板印象壁垒。

以往,白酒的消费场景是相对单一且固定的,而汾酒通过场景创新,将 6000 年活态文化转化为年轻人可触摸的“微醺体验”,饮酒不再是目的,而是享受生活、社交分享的媒介;消费也被赋予仪式感和情绪价值。

张永踊在谈及品牌战略时表示,汾酒正全力构建以消费者为核心的战略导向,致力于将深厚的品牌底蕴转化为市场竞争优势,不断探索如何将品牌价值与消费者的现代生活深度链接。

白酒企业必须重新认识市场、消费者与自身,并作出改变。当“悦人”的逻辑退潮,当“悦己”的价值升维,白酒产业的价值锚点必须从面子转向里子,从解决问题转向呼应内心。汾酒以“活态文化”为魂,以“场景创新”为体,正在完成一场深刻的蜕变,也在证明,真正的复兴是让酒在更多元的场景里,与人产生更深刻的共鸣。

江湖很远，汾酒很近 | 如果汾酒会说话

时光深处，总有故事等待被倾听。

汾酒博物馆的每一件文物都是凝固的时间，封存着跨越千年的呼吸。它们静立在光影间，看似沉默，却蕴藏着中华酒文明最动人的秘语。

本栏目循着酒香溯源，让文物成为故事的讲述者。如果汾酒会说话，我们听见的是先民的匠心、岁月的沉淀、文明的流转，以及那份穿越千年依然醇香的文化自信。

倾听它们的声音，便是聆听中华民族的酿造史诗。



电影《镖人》的热映
让许多人再次想起那个久违的词语
江湖

江湖是什么？
是大漠狂沙、边陲落日里的刀光剑影
是烟波浩渺、剑拔弩张里的快意恩仇
以及，酒

酒在江湖中扮演着什么角色？
是结义的见证
是独行的慰藉
还是壮行的豪情
而在众多名酒之中



汾酒与武侠的渊源尤为深厚

金庸一生写就十五部武侠小说
汾酒与竹叶青的名字反复出现

这绝非偶然
当侠客端起酒碗
那清冽的液体里
装的其实是江湖的魂魄

行走江湖，酒是通行证
而在华语世界最具影响力的江湖叙事里
被称为“北酒之首”的汾酒
同样占据着独特的位置

这是来自历史的定论
也来自传奇的演绎
乾隆年间
甘肃巡抚、山西巡抚均在奏折中提到汾酒
金庸、古龙、梁羽生笔下的侠客
也多选择汾酒或是竹叶青





之所以如此
或是源自汾酒的品性与
侠客精神之间的暗合

汾酒的“清”
不只是酒体的清亮透明
更是一种人格的隐喻

金庸笔下，侠客们性格迥异
但内心都有一方清白天地

郭靖的“清”
是质朴纯良，一生行事无愧于心

令狐冲的“清”
是率性洒脱，不愿与伪君子为伍

张无忌的“清”
是仁厚宽恕，即便手握屠龙刀也不失本心

汾酒很“清”

清香纯正，一清到底
恰是侠客的人格底色
任凭外界风云变幻
内心始终清澈澄明

汾酒很“烈”

清香纯正、醇甜柔和、余味悠长
暗合江湖法则
看似风平浪静，实则暗流汹涌
外表云淡风轻，内里肝胆相照

真正的侠客

往往也是表面随和、内心刚烈
乔峰平时饮酒谈笑
聚贤庄上却能以一敌百
令狐冲看似放浪形骸
面对是非却从不苟且
汾酒的“烈”，不是张扬的烈
而是深藏于内的烈
恰似侠客的风骨
平时不显山露水，遇事方见真章

这并非刻意为之的隐喻

而是酒与江湖在文化气质上的天然契合
汾酒的酿造，本身就在诠释着这种品性
“清蒸二次清”



地缸发酵

不与其他杂味混杂

酿出的酒才能如此纯净

这与侠客的成长何其相似

历经磨砺,却始终保有初心

身处江湖,却不被江湖同化

汾酒的“清”与“烈”

是一体两面

因为足够清澈,才能容纳足够刚烈

因为内心清白,才能行事决绝

汾酒出现在金庸笔下

不是偶然的笔墨游戏

而是两种文化符号的自然相遇

一个是传承千年的名酒

一个是影响几代人的江湖叙事

二者在在“清”与“烈”这两个维度上

达成了惊人的默契

汾酒不仅活在小说里

也真实地走进过一代人的文化记忆

1950年

汾酒、竹叶青出现在了港岛的货架上

成为当时报纸广告中的“佳酿”

与此同时,金庸的武侠小说正在连载

令狐冲、乔峰、郭靖等人

成为一代人的向往

这是一个有趣的时空交汇

来自山西的汾酒

与诞生于香港的武侠小说

在同一片土地上相遇

酒出现在小说里

成为侠客们的最爱

酒也出现在现实中

成为普通读者遥想江湖的媒介

汾酒的文化远征

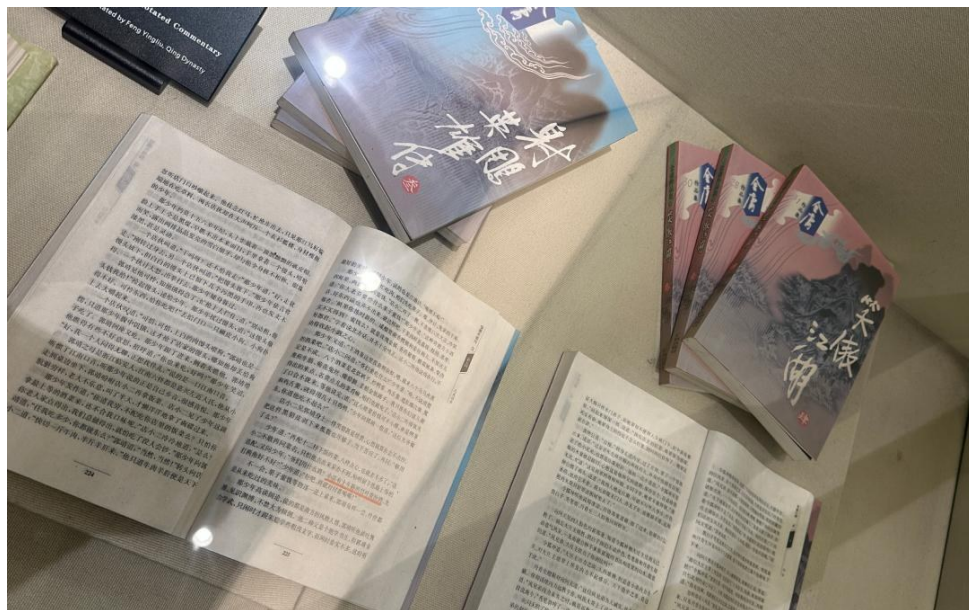
不仅是从山西到香港的地理跨越

更是从历史到当下的精神传承

它见证了晋商的驼铃

也伴随着金庸的笔墨

走进无数读者的江湖梦





汾酒博物馆里，收藏着金庸的著作

泛黄的书页、老版的封面……

它们不是文物

却比很多文物

更生动地记录了汾酒的文化旅程

书页无声

但承载的故事有声

酒不说话，但见证了

无数侠客的聚散

文人的唱和、时代的流转

如果你有机会走进汾酒博物馆

在那些泛黄的书页前驻足片刻

或许会想起令狐冲的那句话

“真好酒也！”

江湖或许遥远，但酒在杯中。

多元新品开拓新阵地

汾酒持续构建“白酒+”生态

当前，中国白酒行业正处于深度调整与结构性变革的关键周期，消费需求迭代、市场格局重塑、品类竞争加剧成为行业发展的核心特征。在此背景下，清香型白酒凭借清爽纯净的口感、低负担的饮用体验、健康化的产品属性，精准契合当代消费趋势，走出逆势增长的独立行情，成为行业中增长韧性较强、发展潜力较大的赛道。

作为清香型白酒的领军企业，山西汾酒始终以战略远见抢抓行业机遇，自去年以来连续发布侏罗纪汾酒、陈皮汾酒、龙尊系列等战略新品，以产品创新对接消费新需求，以场景重构打造产业新阵地，以全域深耕提速清香全国化进程，走出一条白酒行业守正创新、破局突围的高质量发展之路。

产品创新破圈，

以多元布局适配消费新场景

在白酒行业深度转型的当下，产品创新是



品牌适配消费趋势、抢占市场先机的核心抓手。

面对饮酒文化迭代、体验经济爆发、年轻消费崛起的行业新变化，汾酒始终坚守“守正创新”的



品牌基因,以市场需求为导向,在第114届成都春季糖酒会上重磅推出陈皮汾酒,精准对接新消费时代的多元需求,为清香型白酒全国化筑牢产品根基。

陈皮汾酒的发布,是汾酒“汾酒+”战略的标志性实践,更是中国露酒文化复兴的里程碑。以国家图书馆馆藏古籍为文化根基,梳理近三千年中国露酒发展脉络,将传统露酒工艺与现代科技完美融合。产品选用山西汾酒优质基酒为核心,搭配“广东三宝之首”的新会陈皮,采用传统浸提工艺与数字提取技术相结合,精准把控温度、时间与配比,并且萃取陈皮活性成分与馥郁香气,陈皮添加量大于6克/升。

从消费需求来看,露酒市场正迎来黄金发展期,健康化、年轻化、时尚化成为露酒消费的核心趋势。陈皮汾酒克服了传统露酒口感粗糙、药味过重的痛点,以温润陈香、清爽绵柔的口感,适配Z世代、新中产、女性消费者的饮用偏好,

同时拓展了居家小酌、微醺社交、轻礼赠等多元场景,打破了传统白酒的消费边界。

在年轻化文创赛道,去年年底发布的侏罗纪汾酒凭借潮流设计、高性价比与多元圈层适配性迅速走红市场,被业内称为白酒国潮赛道的“新物种”。作为潮牌白酒、汾酒首款年轻化轻奢白酒,产品以远古文化与千年酒脉融合为核心,采用不规则琥珀色水晶玻璃瓶身,搭配精致浮雕与金色旋钮瓶盖,兼具复古质感与现代潮流美学;瓶身采用中英双语标识,兼顾国内消费与国际传播,实现东方美学与国际视野的融合,成为老字号焕新、国潮白酒创新的典型代表。

从侏罗纪汾酒的潮流破圈到陈皮汾酒的健康创新,汾酒始终以多元化产品矩阵主动适应行业新变化、精准对接消费新趋势,为品牌抢抓新消费机遇、提速清香全国化进程筑牢了坚实的产品根基。



开拓新阵地， 以全国化2.0战略深耕全域市场

在中国酒业协会第十五届白酒T9圆桌会议上，汾酒集团提出，新场景需要新阵地，要构建轻松快乐的新型酒桌文化、覆盖酒吧、咖啡店、茶酒融合的中式饮酒阵地、具有正能量与健康美誉的网络文化场景。汾酒以此为战略指引，将阵地建设与全国化2.0深度融合，以地域深耕筑牢市场底盘，以文化破圈链接年轻消费群体，全面推动清香型白酒从区域香型迈向全国主流品类。

依托三大阵地建设，汾酒彻底打破传统白

酒的消费边界，精准适配新时代消费趋势——

一是重塑健康酒桌文化阵地，大力倡导自主、适度、微醺的饮酒理念，推动酒桌回归轻松社交本质；二是打造中式饮酒场景阵地，跳出餐桌、礼赠等传统场景，布局酒吧、咖啡店、茶酒融合三大新兴业态，以“观汾”小酒馆为载体，推出汾酒特调、汾酒咖啡、DIY调酒等潮流体验，让白酒真正走进日常化、年轻化社交场景；三是占领网络文化传播阵地，以正能量内容为核心，通过数字化营销破圈年轻群体，连续三年发起#大家都爱汾酒#抖音挑战赛，打造“汾·动24H”快闪店，创新“日咖夜酒”模式，联动非遗IP推出文创产品，





将千年酿造史转化为Z世代喜爱的国潮社交货币。

在阵地建设的强力支撑下，汾酒全国化2.0战略成效显著，发展重心已从“广度覆盖”转向“深度精耕”。公司聚焦长三角、珠三角等12大重点市场，匹配专项费用支持，定向培育潜力客户，市场深耕动作精准落地，省外营收占比持续攀升，充分印证其已具备深度全国化的扎实基础。2026年，汾酒将持续推进全域深耕，目标实现全国2800多个县级市全覆盖。

构建“白酒+”生态， 以模式创新助推行业高质量发展

从新阵地拓展到全生态系统构建，汾酒正以“白酒+”战略打通产品—场景—渠道—用户全链路，完成从渠道思维向用户思维、产品竞争向生态竞争的跨越，为清香全国化筑牢长效发展根基，引领白酒行业迈入高质量发展新周期。

2026年汾酒定为“经营模式转变之年”，品牌锚定“真情共鸣，彼此成就，与消费者共创未来”核心主线，确立以全国化2.0为基座、年轻化1.0与国际化1.0为两翼的立体发展架构，在巩固传统阵地的同时，全力开辟第二增长曲线。

产品生态上，汾酒实施分层布局策略与核心产品协同发力，青花20年站稳百亿单品，玻汾年销量超2亿瓶领跑光瓶酒赛道，青花30、青花40等高端产品稳步上攻，构筑全价格带竞争

矩阵；同步推出陈皮汾酒、侏罗纪汾酒、低度创新款、果味花香系列新品，精准切入年轻悦己、轻养生消费场景，以产品多元化适配全人群、全场景需求。

场景生态上，汾酒以杏花村酒家、小酒馆、老作坊酒馆为载体，打造“美酒+美食+文化”三位一体消费终端，打破白酒与年轻群体、日常场景的壁垒，以标准化+本土化模式快速复制，构建覆盖全国的中式饮酒场景生态。

渠道与数字生态上，品牌深化“汾享礼遇”体系，推动渠道从利益博弈转向生态共建；以数字化升级实现市场精准洞察、用户高效链接，形成线上线下融合、全域协同的运营格局，为生态运转提供硬核支撑。

面对消费人群迭代，汾酒将年轻化、健康化、场景化提升至战略高度，坚持与消费者共创，在口味研发、包装设计、场景打造等环节广泛吸纳市场意见，推动生产端从“以企业为中心”向“以消费者为中心”转变，让品牌更贴近当代消费习惯。

“十五五”时期，我国白酒产业迈入创新升级与格局重塑的全新周期。站在新的历史起点，汾酒将坚守文化根脉与匠心传承，以产品创新、阵地深耕、生态赋能助力中国白酒产业迈向更高质量、更可持续的发展新未来。

汾酒成功融入年轻消费圈层 为白酒行业提供转型范本





当Z世代逐渐成为消费主力,“年轻化”不再是酒企的附加题,而是生存与增长的必答题。作为拥有6000年酿造史的传统名酒,汾酒以“年轻化1.0战略”为纲领,在2025年一系列标志性活动中,通过产品表达布局年轻化消费属性;通过文化表达将汾酒历史转化为年轻人感知、认同、参与的文化符号;通过传播破圈,以用户共创、趣味话题、沉浸式互动等形式实现认知跨越;通过聚焦年轻人消费场景构建精准触达的渠道体系。为传统酒企年轻化提供了可借鉴的范本。

根据中国酒业协会等联合发布的《2023年中国白酒行业消费白皮书》,1985年至1994年出生的人群,正在成为新的白酒消费主力。在年轻人追求时尚化、个性化的推动下,白酒行业也顺势迎来了年轻化浪潮。越来越多的品牌聚焦年轻消费者,试图与年轻人建立更紧密的联系。

作为行业先行者,汾酒在2024年全球经销商大会上正式提出“年轻化1.0战略”目标,并明确以功能化、时尚化为核心方向,抢占年轻人青睐的泛预调酒市场等。

汾酒在战略高度上将年轻化与全国化、国际化并列为复兴纲领第二阶段三大重点方向之一,并定位为“汾酒的未来所在”,确立“共情、共识、共享”的核心目标,以“七个年轻化”(颜值、产品表达、品质表达、文化表达、传播形式、意见领袖、传播渠道)为矩阵,构建全要素战略工程,展开了协同实践。

不仅如此,2025年,汾酒更以一系列活动为抓手,从产品、文化、传播、场景四大核心维度突破,将“七个年轻化”的战略要求转化为可感知、可参与的用户体验,实现了对年轻人的全方位触达与深度链接。而汾酒的各项活动,都对应了一个或几个年轻化维度,最终形成“战略指引活动,活动反哺战略”的闭环。

颜值年轻化让产品可分享

清香型“一清到底”的工艺特性(醉得慢、醒得快)与Z世代轻松饮酒理念天然匹配,与竞品相比,这是汾酒年轻化的独特优势之一。

而玻汾消费主要由年轻人贡献,就证明汾酒拥有的黄金定位。以此为基础,产品创新成为年轻化的重要载体,通过“颜值年轻化”“产品表达年轻化”等,汾酒力图跳出白酒传统属性的局限,以适配年轻人消费需求的设计及文化内涵,让产品成为可分享、可体验的社交载体与文化符号。

2025年7月,汾酒集团在上海举办青花汾酒30复兴版升级款上市发布会暨《与会世界文明交响》圆桌论坛。汾酒在发布会上表示:“白酒是一个关于时间价值的产业,青花汾酒30复兴版升级款将成为汾酒穿越周期的关键能力。”



作为汾酒高端核心产品，青花汾酒30复兴版升级款上市，进一步完善了年轻化产品矩阵。升级款在设计上延续国潮美学，融入更贴合年轻审美的细节优化，契合“颜值年轻化”要求；在品质上强化清香型核心特性，适配年轻群体喜爱的“神仙喝法”等混搭场景，呼应“品质表达年轻化”；上市传播阶段更联动年轻意见领袖开展品鉴共创，通过线上话题营销扩大年轻圈层影响力，实现“产品升级+传播破圈”的双重效应。

白酒行业要实现可持续发展，必须解决消费者断层问题，而产品创新则是突破这一瓶颈的关键。汾酒把握露酒品类消费人群Z世代崛起的机遇，打造独立的“汾酒+”系列，发力果味、花香、药材三大创新方向，打破露酒行业的产品创新瓶颈，通过开辟新产品线，拥抱以“健康、微醺、悦己”为特征的年轻消费群体。竹叶青特调以汾酒为基酒，融合12味草本，适配“加冰直饮、混搭汽水、鲜果特调”等多元喝法，使竹叶青酒实现了品牌形象的成功转型，成为现代化生活方式的载体。

文化活化链接传统与现代

汾酒的文化底蕴是其核心优势,如何让6000年酿造史摆脱之前的标签,成为年轻人认可的重要社交载体,是年轻化的关键命题。通过在地文化联动等创新形式,汾酒正跳出传统白酒文化印象,将汾酒文化转化为年轻人可感知、可参与的体验内容与社交符号。

“梅好相汾”杨梅节是汾酒践行“文化表达年轻化”的核心时令IP活动,自2020年首次举办以来已连续开展6年,2025年活动于6月再次如期落地。活动将时令风物杨梅、非遗文创与轻饮酒场景深度融合,推出杨梅汾酒特调、青花汾酒宝宝萌系周边,同时设置非遗手作互动环节。这一活动不仅让传统酿造文化与年轻人的“养生微醺”需求精准匹配,更将文化从静态展品转化为动态体验。年轻消费者在参与特调制作、非遗互动的过程中,自然而然地感知汾酒的文化内涵。活动不仅实现观看爆量的传播成效,更创新了老字号与地方特色产业深度融合的路径,进一步强化了汾酒“传统而不陈旧”的品牌形象,为年轻化战略提供文化与场景双重支撑。

除时令文创外,汾酒进一步以“非遗+非遗”的高阶共创模式升级文化活化实践。2025年10月,汾酒“五窑承古韵,青花启新辉”发布会,推出青花汾酒五大名窑系列产品。将中国白酒与陶瓷全球文化IP推向世界舞台,标志着汾酒“活态文化”战略的又一次里程碑式突破。发布会联动京东,通过线上线下文化话题引发行业及年轻圈层广泛关注,实现传播破圈,借助高端渠道资源完成年轻化场景的精准渗透,让汾酒从饮品升级为传递东方生活美学的文化符号。

同时,“汾瓷共生·青花焕潮”汾酒城市快闪活动在景德镇陶溪川文创街区精彩启幕。活动以非遗跨界为核心,融合创意调饮、Live演出等多元形式,实现青花汾酒与景





景德镇陶瓷两大国家级非遗的创新碰撞,成为汾酒推进品牌年轻化战略、践行“活态文化”传承理念的重要实践。景德镇陶溪川文创街区是年轻群体与艺术爱好者聚集的潮流地标,这次快闪活动精准匹配“非遗+潮流”的核心定位,既让双非

遗文化在沉浸式体验中完成活态转化,又通过专业调酒表演强化汾酒纯净易饮的品质认知,适配年轻群体的创新饮法需求。

潮玩的吸引力,在于互动共情。活动用年轻人的语言翻译传统,让青花汾酒从“父辈的酒”变成“年轻人愿意打卡的潮品”,汾酒通过可感知、可互动的体验形式,构建起年轻群体对品牌文化的认知桥梁,聚焦文化艺术圈层精准破圈,让汾酒的场景布局在广度覆盖基础上实现深度渗透,进一步完善了全维度场景矩阵。

凭“神仙喝法”圈粉年轻人

很多传统酒企的传播多为单向,难以打动追求自主表达的Z世代。汾酒以共创式传播重构沟通逻辑,依托年轻群体高频社交平台,以用户共创、趣味话题、沉浸式互动等形式,实现品牌信息的轻量化、裂变式渗透。通过活动激发用户参与热情,让年轻群体从受众变为品牌传播者。汾酒在抖音上连续三年举办主题活动,正是这一思路的典型实践。

2025年第三届“大家都爱汾酒”抖音挑战赛以“神仙喝法”为创意核心,吸引全网“粉丝”花式整活。从橙汁到咖啡,超百万条“汾酒特调”创意视频涌现。官方发布三支种子特调视频,同时设置话题奖励,引导年轻群体解锁、发掘汾酒的更多神仙喝法,以更具时代感的打开方式,完成汾酒文化的价值表达、情感表达。

这一活动精准对应“传播形式年轻化”与“意见领袖年轻化”等维度,不仅联动了众多调酒师、

生活方式博主等年轻意见领袖示范引领,更激发了全民创作热情。三届活动累计话题播放量达23.2亿,产出百万+条视频,“汾酒+柠檬”“汾酒+桂花”等新饮法在年轻圈层广泛传播。当前汾酒线上25-35岁买家占比已近半数。

凭借“神仙喝法”,汾酒持续圈粉年轻人,形成线上线下的传播闭环。一方面,普通用户的创意喝法不断产出新的传播内容,让汾酒清香易调的认知持续渗透;另一方面,这些UGC内容又反哺线下场景,成为调酒教学的灵感来源,进一步降低年轻群体的尝试门槛。

年轻人选择汾酒后,绝大部分不会像自己的父辈们一样常规地饮用,而是

争相进行“二创”。通过与年轻人玩在一起,精准触达目标受众,汾酒正在成为年轻人生活方式的组成部分。从“品牌说教”到“UGC狂欢”的颠覆性转变,让汾酒品牌完成了从“商品商标”到“社交货币”的质变。汾酒携手抖音发起的线上热潮,正成为白酒品牌年轻化的标杆范式。



全维度场景布局触达年轻人

年轻人的消费场景呈现“碎片化、悦己化”特征,传统的饭局饮酒难以满足其需求。汾酒突破

传统酒类销售与宣传渠道局限，聚焦年轻群体聚集的线上社交平台、线下文创街区、潮流市集等，构建全时段、多场景的体验体系，精准切入年轻群体的高频生活场景。

“汾·动24H”日咖夜酒快闪店重点布局春糖，采用全时段运营模式，将白酒与咖啡、鸡尾酒结合，推出轻量化饮品。这一设计深度契合“渠道年轻化”与“产品表达年轻化”维度，既通过线下快闪店实现了线上种草到线下转化的闭环，又以微醺特调、便携小瓶装试饮等形式，降低了年轻群体的尝鲜门槛，打破了白酒重场合、重仪式的刻板印象。

2024年3月，汾酒城市巡游计划以“恰如其汾·巴巴适适”为主题落地成都，深受巴蜀青年喜爱。2025年10月，“恰如其汾 好彩好彩”汾酒城市巡游计划广州站启动，活动以“分享、交友、微醺、文创”为核心，深度结合广州本地文化特色，将广府非遗舞狮、粤剧快闪与汾酒文化融合，通过创意市集、特调品鉴、互动游戏等形式构建沉浸式户外社交场景，实现传统与潮流“恰如其汾”的完美交融。未来，汾酒还将与懂生活、富活力的各地青年齐聚，将清香名酒恰到好处地融入当代城市生活。

在此基础上，汾酒进一步构建文化体验场景，推出汾酒老作坊酒馆，以文化为桥梁撬动酒类消费新市场。位于山西朔州的标准店于2025年12月25日开业，该店选址历史文化街区，以“千年酿造历史的活态载体”为定位，通过古法酿造技艺展演、沉浸式品鉴、非遗互动等形式，将静态的汾酒文化转化为动态的消费体验。这种“品牌直营+体验式消费”的新模式，既突破了传统酒企销售渠道的局限，契合“渠道年轻化”要求，又让年轻人在饮酒社交中自然感知品牌文化，实现“场景体验+文化认同”的双重目标，与快闪店形成“阶段性引流+长期沉淀”的场景渗透闭环，完善了汾酒年轻化的场景布局体系。

除汾酒老作坊酒馆外，作为“酒+餐+文化”融合核心业态的杏花村酒家全国门店已突破20家，定位“新中式全天候社交场”的杏花村小酒馆首店2025年11月在太原开业，这与快闪店等形成互补，构建起全维度场景布局，为年轻人提供更具创意表达、信任黏性的体验，让汾酒的年轻化场景渗透更具地域适配性与用户触达效率。

从认知重构到增长赋能

汾酒的年轻化之路，本质上是传统品牌与现代消费的对话。2025年一系列活动作为这一对话的核心载体，成功搭建了品牌与年轻人的沟通桥梁。从战略锚定到活动落地，再到价值转化，汾酒的实践证明，传统酒企的年轻化，不是对传统的否定，而是对传统的活态传承与现代重构。



围绕年轻化的系列活动，不仅实现了品牌认知的代际突破，更带来了实实在在的市场增长，验证了其全要素年轻化战略的可行性。

通过与消费者共创，汾酒开发出更多全新的饮用方式和饮用场景，改变了以往品牌单方面输出的路径，完成了一场品牌话语权的转移，实现了品牌与年轻消费者的价值共创和情感共鸣，也将汾酒的消费场景由传统的酒桌推向更多元、更精彩的独酌微醺、朋友小聚、露营野餐甚至下午酒等，让汾酒有更多机会融入到年轻消费者生活的多个方面，真正成为年轻人生活方式的有机组成部分。

凭借文化共创，汾酒成功打入年轻消费圈层，更以“玻汾现象”“抖音挑战赛”“日咖夜酒”等创新案例为白酒行业的年轻化转型提供了教科书级的范本。

后浪研究所《2024年轻人喝酒报告》指出，汾酒是90后最爱的网红酒，也是00后最爱的网红酒里唯一上榜的白酒品牌。在规模越来越庞大的年轻酒饮消费人群中，汾酒已悄然构筑起超然地位，演绎着中国名酒“逆龄生长”的品牌传奇。

1957的当代回响， 杏花村经典版如何“再生”？



时间在山西沉淀下的，是地下的乌金，是巷间的醋香，是巍峨的古建，也是那一缕穿越千年的清冽酒魂。当一瓶酒决定不单单讲述当下，而是转身与自己的历史进行一场郑重对话时，它所承载的便不再是单纯的液体，而是一段可触摸的岁月。

近日，杏花村经典版 1957 在线上首发，开启的便是这样一场对话。

市场的回应，迅疾而真切。产品在抖音官方旗舰店初次面世，尚未广泛宣推，便因订单踊跃而一度面临快递箱告罄。这悄然印证了，真诚的历史对话自有其打动人心的力量。

由此可见，这不是一次简单的怀旧模仿，而是一次系统性的“经典再生”，让 1957 年的时代印记，在 2026 年的消费语境中，重新焕发叙事的光泽与价值。

这背后，是一场关乎设计、记忆与品牌战略的静水深流。

形之传承

XINGZHI
CHUANCHENG



所有深刻的复刻，都始于精准的溯源。要理解经典版1957的“新”，必须先回到它的“旧”。

五六十年代的杏花村包装，烙印着鲜明的时代笔迹：朴拙的手绘杏花、承载“放眼世界”抱负的地球符号、粗重醒目的手刷标语字体……共同构成了一种质朴、真诚且充满理想主义色彩的工业美学，那是物质虽不丰裕、精神却昂扬向上的岁月在产品上的直观投射。

经典版1957的设计，正是以此为蓝本进行的一场“形意兼备”的系统升级。

首先，是对核心视觉符号的提炼与重塑。复古杏花插画还原了六零年代的质朴笔触，五瓣单层杏花被重构为正圆形烫金浮雕徽章，既保留了手绘的质朴神韵，又通过金属质感与立体触感，赋予了其现代的华贵与精致。

由此，品牌识别性在复古基调中被悄然强化。

其次，是对时代精神的符号化承接。地球图案是上世纪五六十年代中国轻工业品极具代表性的设计语言，承载着“立足本土，放眼世界”的开放抱负。经典版1957完整保留了这一符号，成为连接两个时代的精神纽带，让当代消费者得以透过包装，感知那个年代的理想与情怀。



最后,是对“复古质感”的系统还原。主色调复刻了旧时油墨的温润色泽,“杏花村”三字沿用厚重劲挺的手工刷制字体特征。

更值得注意的是那些“有意识的不完美”:刻意保留的笔触痕迹、模拟套色偏差的轻微错位。

这些细节绝非瑕疵,而是设计的“呼吸孔”,旨在传递工业化流水线所缺失的手作温度与历史真实感,拉近产品与消费者之间的情感距离。

瓶型沿袭了经典的直筒轮廓,而创新的锤纹肌理犹如岁月自然刻下的印记;瓶底蚀刻的“杏”字火漆印,则如一枚从历史档案中盖下的印章,强化了产品的溯源真实感。

于是,新与老在瓶身上达成了和谐:轮廓是历史的记忆,肌理是当代的解读。

意之再生 YIZHI ZAISHENG



复刻一款近七十年前的产品,并不是一时兴起的怀旧。其背后,是品牌对自身历史坐标的重新确认,也是对当下市场情绪的敏锐回应。

选择“1957”作为时空锚点,本身便是一种叙事。

对于杏花村品牌而言,那是一个承前启后的关键年份,代表了其酿造技艺与品牌声誉的一个高点。复刻这一年,是对自身辉煌历史的致敬,更是将品牌根基深植于更厚重的文化土壤之



中,回答了“我是谁,我从哪里来”的根本性问题。

从行业视角看,当下白酒市场正经历深刻转型。一方面,主流消费群体对品牌故事、文化底蕴和情感价值的需求日益高涨,简单的广告轰炸已难以打动人心。另一方面,众多老名酒面临“品牌老化”的挑战,如何在年轻化与保持经典调性之间取得平衡,成为共同课题。

在此背景下,“经典复刻”成为一种选择。它跳出了推倒重来或简单换装的窠臼,通过“考古”自身最富魅力的历史阶段,用真实的历史资产与消费者进行对话。这既避免了凭空创造的品牌风险,又赋予了产品无可辩驳的独特性和故事性。

经典版 1957 的推出,正是杏花村面对这一行业命题交出的答卷。

它不刻意追逐年轻炫酷,而是选择回归“更经典、更真实”。它的目标,是那些珍视传承、品味与文化内涵的消费者。通过设计,它将一瓶酒转化为一个可收藏、可品读的文化物件,满足了市场对真实故事和时光价值的深层渴望。



境之升华 JINGZHI SHENGHUA

杏花村经典版 1957，不仅是一款产品，更是一次生动的品牌实践，印证了“六千年很远，杏花村很近”的深刻理念。它指出了一条老名酒品牌复兴的可行路径：通过系统的文化设计与体验再造，让浩瀚的历史变得可亲可感，实现从复古到复兴的跃升。

这一路径的核心，在于将在地文化进行当代化的美学转译。

山西不缺深厚的历史文化，但如何让六千年的汾酒文明不再遥远？经典版 1957 提供了一个清晰的答案：通过设计，将“杏花村”从一个酒品名称，提升为一个集“清香之源”、古法酿造与时代精神于一体的、可触碰的文化符号。

其更深层的设计哲学，在于对“经典”的重新定义与对“距离”的主动消解。

在这个追求极致标准化和完美无瑕的时代，经典版 1957 反其道而行之，用“不完美”的细节来传递历史的温度与真实。这实质上是在引导一种新的审美与消费逻辑：价值不仅在于“新”和“完美”，更在于“真”和“有故事”。





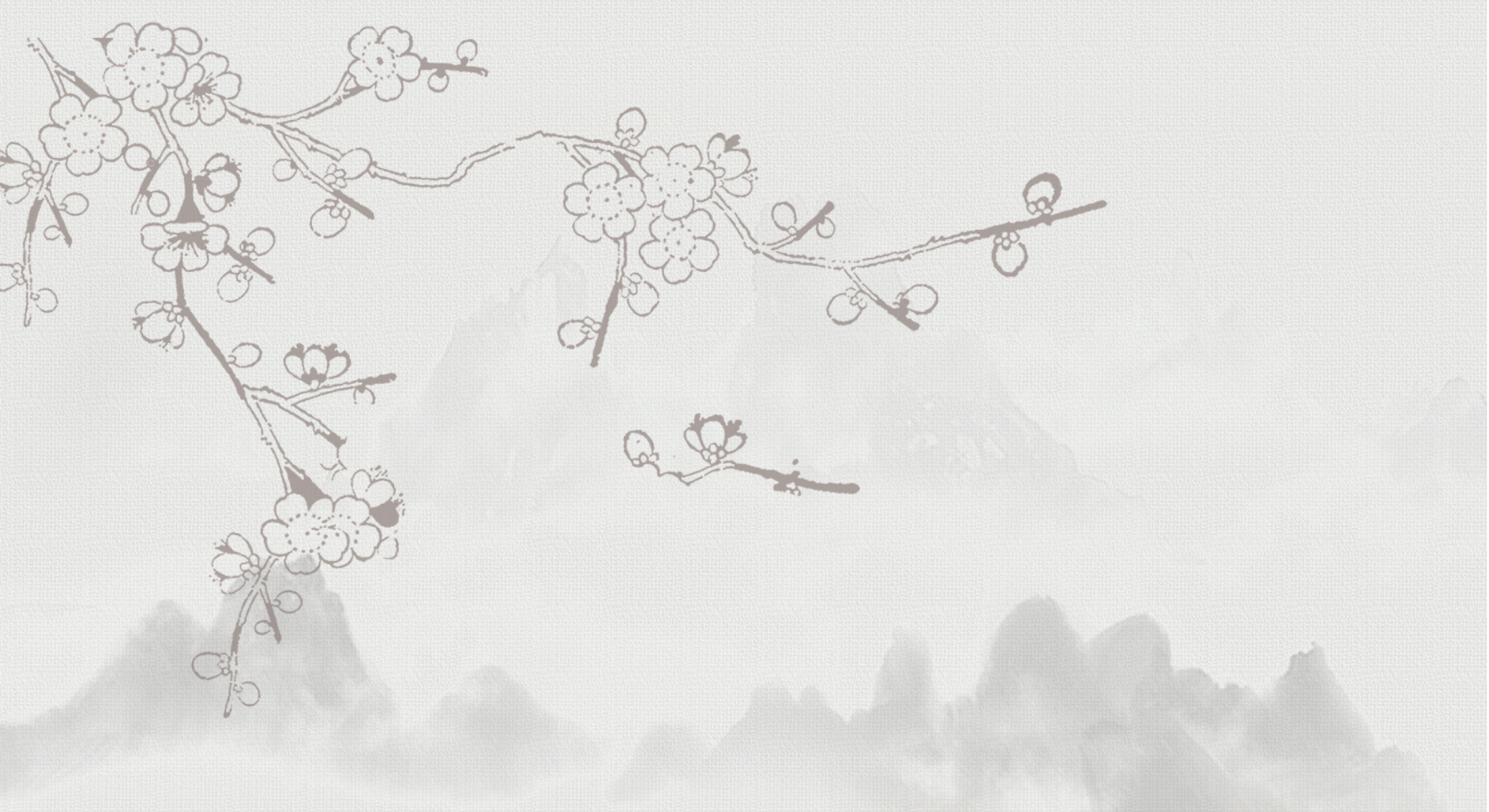
它让消费者能以更轻松、更直观的方式——通过一枚徽章、一处肌理、一种色调——品味跨越六千年的酒文化，真正实现了“品质上可依赖、价格上可亲近、文化体验上可触及”的品牌承诺。

从更广阔的视角来看，杏花村经典版1957的尝试，标志着中国白酒行业竞争维度的一次升级。它预示着，未来的竞争将不仅是酒体、渠道和价格的竞争，更是品牌叙事能力、文化挖掘深度和设计转化水平的竞争。

谁将自己的历史娓娓道来，谁将文化基因转化为可感知的当代体验，谁就能在消费者心中占据更独特、更牢固的位置。这款产品仿表明，最好的未来，往往藏在对过去真诚的凝视与再造之中。

这正是“六千年很远，杏花村很近”在产品层面的完美注解：让文化回归体验，让历史触手可及。





汾酒 FENJIU
文化 Culture





这波敬酒词直接焊死在嘴

8大场景+万能公式



聚餐敬酒时大脑空白,要么干巴巴说“干杯”,要么语无伦次越说越尴尬

整理了全网爆火的实用敬酒模板,分场景 + 带公式,照着念就能夸到人心坎里,还不踩雷!

8 大高频场景专属敬酒词

老师，您辛苦了！



敬恩师“恩师如灯，照我前行！”感谢您当初的倾囊相授，不仅教我知识，更带我看清前路方向。这杯酒敬您的教诲与厚爱，愿您桃李满天下，岁岁常欢愉，万事皆胜意！我干了，您随意~



敬合作伙伴“单丝不成线，独木不成林！”X 总，感谢咱们一路并肩作战，从项目起步到如今的硕果累累，每一步都离不开彼此的信任与支持。这杯酒敬我们的默契与共赢，盼未来继续携手，再创更多精彩！



敬新婚夫妇“佳偶天成，百年琴瑟！”今天见证你们的幸福时刻，太为你们开心啦~愿你们往后余生，三餐四季有温馨，柴米油盐有浪漫，朝朝暮暮皆甜蜜，岁岁年年永同心！这杯酒，祝你们新婚快乐，白头偕老！



敬寿星“岁月如歌，喜乐常伴！”今天是大喜日子，这杯酒祝您福寿安康，笑口常开~愿您往后的每一天，都能被温柔以待，阅遍山河仍觉人间值得，日子过得红红火火，舒心又自在！



敬同学“青春不散场，情谊永难忘！”一晃这么多年，我们从青涩少年到各自奔赴，不变的是这份纯粹的同学情。这杯酒敬我们呼啸而过的青春，也敬我们来日方长的情谊，愿我们历尽千帆，归来仍是少年！



敬远道而来的朋友“有朋自远方来，不亦乐乎！”感谢你跨越山海赴约，为我们的相聚增添了满满的欢喜。这杯酒为你洗去旅途风尘，也祝我们的友谊细水长流，愿你此行尽兴，玩得开心，吃得舒心！



敬长辈的长辈“家有一老，如有一宝！”您是咱们家族的定海神针，更是我们晚辈的榜样。这杯酒敬您的健康长寿，愿您身体硬朗，笑口常开，尽享四代同堂的天伦之乐，日子过得有滋有味！



敬全场“缘分让我们相聚，情谊让我们珍惜！”今天能和各位亲朋好友欢聚一堂，真的特别开心。千言万语都融在这杯酒里，敬生活，敬缘分，更敬在座的每一位！祝大家事事顺心，阖家幸福，未来皆可期！

万里茶路 有酒香





山东酒：山陕会馆藏日月，秦池古窖觅春秋

茶叶随运河进入山东，沿枣庄—济宁—聊城—德州线一路向北，带动了沿途经贸活动。晋商在山东的商业贸易中占据主导地位，“晋之人长于商，车辙马迹遍天下，齐鲁秦晋燕赵诸大市，执商市牛耳者咸晋人”，看来晋商的精明还真是名声在外。山西商人在齐鲁大地上迅速占领市场，酿酒业肯定也是手到擒来。明清时期，山西人在山东开烧锅者甚众，山东境内的酿酒业是山西人发展壮大起来的。

聊城酒：汾阳商人在山东者颇多，在聊城甚

至有“太汾公所”，这太汾公所就是聊城山陕会馆的前身。当聊城的山陕商人多的连太汾公所也容纳不了时，山陕会馆就应势而起了。太原府、汾州府商人多为酒商，清道光二十五年（1845年），聊城山陕会馆第五次重建，这山陕会馆成为汾酒商在聊城的大本营，汾酒在此地的集散地。山陕会馆的旧址至今保存完好，沉默的建筑也在似乎诉说那段辉煌的历史。

阳谷酒：阳谷县的张秋镇是黄河和运河的交汇之地，是重要的商业码头，因经济发达、商



业富庶、人口云集，与颜神镇、景芝镇并称山东三大镇，顾炎武称赞张秋镇是山东三镇之一，被誉为“小苏州”“小济宁”，商业和交通地位很高。明代，有山西商人来到张秋镇，山西酒业在此开始盛行，此时有“南有苏杭，北有临张”之说，把山东的聊城临清、阳谷张秋和苏州杭州并称，可见其重要和商业的繁华，清朝这里更加发达，可谓是“船只接踵云集，航桅林拥，车水马龙；商铺星罗棋布，门类齐全，业种繁多，仅山西商号就有上百家。”康熙三十二年在张秋镇还建了山西会馆。但随着运河的淤废，这里不复昨日的繁华，酿酒业衰落下去，1958年，阳谷县把原来的小酒厂集中起来，建成阳谷县酒厂，沿用传统工艺酿制白酒。阳谷张秋镇的兴起与渐落，其实也是整个万里茶路的一个缩影。其兴也勃也，



茶路的一支，从河南进入山西，再入宁夏、甘肃、新疆，直达俄罗斯。陕西的酿酒历史也很悠久，但陕西白酒的成名则源于山西白酒。清朝前期，北方酿酒以山西、直隶、陕西、河南、山

其亡也忽焉。茶业如此，酒业如此，大抵同理。

临朐酒：明初，山西移民来到临朐县，将山西酿酒技术带到当地；清代，临朐人又到山西学习酿酒技术。至今，山西闻喜县还有个临朐村，全村90%以上是山东临朐后人。这些在山西学会酿酒技术的临朐人后又返回山东临朐开了酒坊。在临朐县城南冶源镇老龙湾有泉涌若沸，汇水成池。秦始皇东巡曾在此休息，后人为了纪念秦始皇，称之为“秦池”，秦池窖酒也曾名噪一时，原来还是有点渊源的。



陕西酒：东龙西凤的窖池秘密

东五省最盛，当时称之为“北五省”，“北五省向多开设烧锅，以酒为业”。陕西是有名的踩曲造酒之地。陕西人踩曲积累了丰富的经验。咸阳等地的居民，开设曲坊，“伊等并不自己造酒，只



踩成曲块发往外省。”所制曲块大部分由山西商人定造,陕西本省的白酒却很凋零。

西凤酒的由来:关于凤翔西凤酒的由来,有几种说法。一种是载于《凤翔县志》的“有山西客户迁入,始创西凤酒”。另一种是山西清徐人董振荣在凤翔府任知州时所创制。1934年编的《第三届铁展陇海馆专刊》云:“陕省则以凤翔、岐山、宝鸡等县所产凤酒最优质、味醇馥,与山西汾酒不相上下。”1956年,在公私合营的潮流中,凤翔县人民政府集合了县城及柳林、陈村等酿酒作坊的力量,成立了新民酒厂,即后来的凤翔县酒厂。而宝鸡县虢镇西秦酒厂,始建于1950年,由国家收购“西凤号”、“同心福”等13家私人酿酒作坊合并而成。1955年以前酒厂以中国专卖事业公司陕西省公司印制的“西凤名酒”商标出厂,1966年改名为“秦川大曲”,沿用至今。在关中西部,1956年,陕西省西凤酒厂在凤翔县柳林镇破土动工,1957年建成投产。

龙窝酒的秘诀:在陕西,凤翔、眉县属于西府,户县属于东府,但距离不远。在百公里之内,东府龙窝酒与西府西凤酒相对应,旧有“东龙西凤”之说。清光绪年间,一位名叫费永泰的烧酒师傅,从河南来到户县龙窝村,发现水质甘甜,就在这里建了烧酒作坊。他运用汾酒制曲技术,酿制龙窝酒。陕西的酒曲是山西人投资垄断经营的。龙窝酒的制曲用曲为中温曲,采用关中地区优质大麦、小麦、豌豆这三种原料,成曲分

为青茬曲、槐瓢曲、红心曲、金黄一条线等,与汾酒大曲基本一致。龙窝酒的制酒工艺有九条口诀:“人得其诚、水得其甘、曲得其时、粮得其实、器得其洁、工得其细、拌得其准、火得其缓、酒得其真”,这与山西汾酒的七大工艺秘诀“人必得其精,曲必得其时,器必得其洁,火必得其缓,水必得其甘,高粱必得其实,缸必得其湿”非常类似,可见工艺基本是一样的。龙窝酒采用窖池发酵。窖池采用砖砌,内壁敷一层泥皮,每年更换一次泥皮。物料入窖后,四周用泥压封。冬季用稻糠皮覆盖住可保持窖池温度,窖池与西凤酒、太白酒窖池基本一致。西凤酒也是采用这种窖池发酵。

龙窝酒传统工艺的发酵期一般是16天,为增进成品酒的芳香醇和感,可延长至24天。整个发酵过程分为前期、中期和后期。对酒的发酵温度掌握“前缓升、中挺足、后缓落”的规律,与汾酒发酵“前缓、中挺、后缓落”几乎一模一样。据户县政府网站资料,户县龙窝酒的历史不过100多年,显然,其酿造工艺是受了汾酒工艺的影响。

山西汾酒传到陕西后将“地缸发酵”改为“窖池发酵”。所谓窖池发酵,就是挖地为窖,将原料堆积其中,让其自然发酵。这显然比购买大量的地缸埋入地下成本低。酿酒专家赵迎路在《浅谈发酵缸对汾酒的影响》一文中指出:“清香型汾酒发酵,与浓香型酒发酵,两者之间并没有

一条不可逾越的天然鸿沟。只要条件具备了，两者就可以转化。”而这个转化的条件，就是对待土壤的态度。清香型白酒切忌使用陈年老缸和破缸，就是要千方百计减少土壤细菌对酒醅的影响。陕西白酒在窖池内壁敷泥皮一层，而且要每年更换一次，很明显是受了山西汾酒工

艺的影响。但毕竟是用窖池发酵，酒醅与泥皮接触，受泥土细菌的影响要大一些，所以陕西白酒的风格在清香型和浓香型之间，比浓香型的淡一些，比清香型的浓一些，另辟蹊径发展成凤香型白酒。



新疆、内蒙酒:奇台古城有大曲,宁城烧锅自晋来

新疆之奇台古城酒:在最遥远的边疆,有山西酿酒师傅带来的滚滚财源。清乾隆二十四年,朝廷平定了准格尔部的叛乱,为了巩固边疆,实行“屯田设户”政策,山西、河北、山西、甘肃各省大量移民实边。这些移民给边疆带来了许多的生产技术和经商理念,其中就有山西的酿酒技术,后又随着晋商入疆,大兴酒业,当地的酒业也发展起来,新疆有了自己名酒——奇台酒。

《新疆酒文化》刊载了新疆古城酒业公司董事长写的文章《地生奇台奇,酒源古城古》一文中说:新疆的清香型“古城大曲”,是清乾

隆二十二年,由山西汾阳杏花村的酒师来到新疆奇台县北斗宫巷烧酒作坊,从那个时候开始的。

明代时,奇台就有酿酒业。清乾隆年间,古城有罗氏开设的“大生泉”、段氏经营的“永生泉”和山西人张氏开设的“杏林泉”,杏林泉取意为其源出于杏花村,酒如泉涌。据说张氏选择了北斗宫开坊酿酒,雇匠人掘一口深井,竟然水源旺盛,水质纯净,用此水酿酒,入口香醇,余味悠长,成为酒中上品。山西人在古城做生意的很多,在北宫斗巷形成了以山西人为主体的,以酿酒为主业的工商业集中地。



杏林泉酒坊成了奇台古城酿酒的首坊。清朝名士纪晓岚饮此地酒,作诗赞曰:“十里闻酒香,无需问牧童。”古城奇台成为名副其实的“酒城”。

按照传统工艺酿造清香型古城大曲有“水甘、料实、工精、器洁、曲时、窖湿”六大酿造秘诀,这与山西汾酒的酿造技法“异地同工”。发酵池后来用水泥池,采用清蒸、清烧三次清工艺,这是山西汾酒对新疆酒业的莫大贡献。1930年代,山西人在这里做生意达到了鼎峰,北斗宫巷成为晋商的天堂,内蒙呼市的人都知道奇台古城有个山西巷子叫“酒巷”,甘陕人都很羡慕、向往,纷纷说“想要挣银子,走一趟新疆古城子!”

新中国成立后,奇台县酒坊实行联营,1956年,在对私营经济的改造中,奇台县白酒厂划分为一厂和二厂,一厂设在鼓楼街,二厂设在北斗宫巷杏林泉旧址。

内蒙酒之宁城老窖:随着茶叶之路的开通,晋商很早就来到草原经商。现在内蒙人说话的口音,和山西,尤其是晋北地区的口音都非常像。明代晋商与蒙古民族的贸易,主要是边境地区的茶马互市,以内地的丝、布、茶、酒等生活用品和蒙古诸部的马匹、皮张进行交换。这些做生意的晋商,大多来自晋中的汾阳、介休、孝义。内蒙有很多酒,我们只说一说宁城老窖和海拉尔。

宁城县八里罕镇有上千年的酿酒历史。宁城地区的汉族人口,主要来自山东、河北和山西,从康熙年间开始,逐渐来到喀喇沁中旗定居,从事农耕,繁衍定居。八里罕因为其重要的交通地理位置,成为宁城商埠之冠。明清时期,从华北进入蒙古地区的重要经过喜峰口、古北口、张家口、独石口、杀虎口这“五口”,连接关里关外的赤峰至喜峰口的公路从八里罕穿过,交通位置极为重要。八里罕成为繁华的商铺也带来了酿酒业的发展兴盛,明清到民国时期,山西人开办了许多烧锅,宁城的酒业更加繁盛。宁城县有很多村子都是直接以某某烧锅命名。历史上有名的酿酒作坊是兴裕泉烧锅。1958年,宁城县政府改造过去的酿酒作坊,成立八里罕糖酒厂。1964年,更名为八里罕酒厂,专营白酒,人称“宁城老窖”。

中国的茶叶、绸缎,还通过海拉尔、塔尔巴哈台进入俄国。清嘉庆年间,山西清源人齐安南村人齐从文、齐从武兄弟在海拉尔经营烧锅数十家,并通过制酒发家,又开设染坊、碾坊数十家,织布、被服厂几座、当铺、杂铺、粮店等数十家,厂房和铺面达到20000多平米,库存白银约5000万两。扎兰屯、牙克石、海拉尔等地亦采用汾酒技术生产白酒,并直接命名为“北汾”、“海浪汾”等,可见当地人对汾酒的喜爱。



津门烟火里的汾酒

——跟着汾酒邂逅每一座城市

题记：

一壶酒，承载的是一方水土的精魂；一座城，流淌的是千年岁月的回响。

当汾酒的清香穿过时光，与每一座城市的独特气息相遇，便开启了一场关于风土、记忆与情感的对话。

我们以酒为媒，循着清冽的甘醇，去触摸城市的脉搏，聆听故事的低语。这不仅是一场风物的探寻，更是一次与山河、与故人、与自己的温柔重逢。





六百余载的天津卫，与汾酒渊源颇深。

这段城与酒的叙事里，有人的双向奔赴，有港口城市与酒的同频共振，还有千年酒脉与津门文化的交融共鸣。

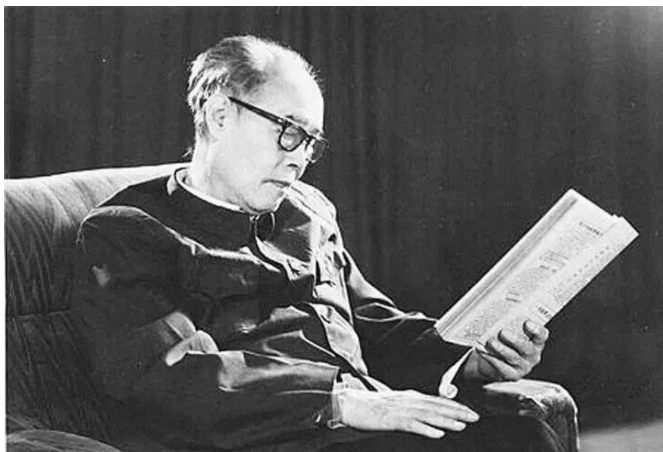
跨越六百余年的双向奔赴

天津与汾酒的故事，有三个关键事件。

明朝的大移民把汾酒带到天津。从山西到天津的大移民，不仅充实了明朝边镇，还让汾酒成为城市的味觉记忆，其汾酒酿造技艺在天津扎根。

晋商入津奠定汾酒影响力。天津设卫的六百余年里，晋商经营逾三百年。除汾酒外，晋商还涉足典当、票号、茶叶等贸易。依托晋商的圈层社交，汾酒在津门的影响力稳步攀升。

天津“黄海化学工业研究社（简称“黄海社”）”的技术反哺。1933年，黄海社社员，我国现代微生物学的重要开拓者方心芳，分析了数百个汾酒酿造数据，发布我国第一部制曲酿酒实用性科学论文《汾酒酿造情形报告》，对汾酒生产的科学化、规范化起到革命性作用。



▲方心芳

三大事件，让汾酒与天津的双向奔赴，形成了完整的逻辑闭环。

首先是移民帮助汾酒突破地域局限、扎根天津。移民带来了成熟的酿造体系，为汾酒在天津的传播奠定了基础。而移民的情感认同，为汾酒融入天津筑牢了群众根基。

其次是晋商深耕天津，为汾酒持续提升影响力提供了关键支撑。晋商积累的财力、人脉及成熟贸易网络，是汾酒不可替代的流通载体和身份标识。晋商商贸体系的运转，构成了开放而稳定的文化空间与饮酒场景，使汾酒得以在异乡被系统性地消费与展示，从而深深扎根。

最后，技术反哺并非偶然，而是天津与汾酒渊源升级的核心标志。数百年的移民血脉联结、商业往来羁绊，搭建了天津科研力量与汾酒产业对接的桥梁，不仅推动了传统酿造技艺与现代科学结合，也让天津与汾酒的联结，升级为产业技术、文化内核的深度共生。

天津卫以汾酒对话世界

1860年，天津开埠，率先接轨国际商业规则与市场体系，站在了中国近代商业对外开放的潮

头。而酒作为跨越文化的通用交流语言，历来是国际贸易与文化交流的重要纽带。

天津与汾酒渊源极深，汾酒凭国际声誉、成熟供应链、硬核品质，成为天津对话世界的优选。

国际声誉方面，汾酒在1915年巴拿马万国博览会斩获甲等大奖章这一最高荣誉，率先在全球市场建立起品牌认知，打破了国际市场对中国酒类的认知空白。

这份殊荣，让汾酒拥有了远超普通酒类的海外知名度，成为国际酒商认可、全球市场接纳的中国白酒名片，也为天津对外酒品输出，筑牢了最具分量的品牌底气。

供应链方面，依托晋商在津的三百年经营积淀，汾酒构建起从山西杏花村产区到天津港的完整流通链路，奠定了出海的基础。

天津开埠后，晋商与本地酒行进一步完善汾酒出口的本地配套，让国际贸易拥有高效、可持续的执行保障，铸就了难以复刻的供应链优势。



品质方面，汾酒作为清香型白酒鼻祖，酒体清香纯正、口感绵甜净爽，风味特质更易被国际消费者接受，更容易突破国际地域消费壁垒。

此外，经由方心芳团队的科学梳理与规范，汾酒的酿造工艺实现科学化、标准化，品质稳定可控，兼具传统酿造的匠心与现代生产的严谨，也更符合西方标准。

三重优势加持，让汾酒成为天津对话世界的历史必然选项。而汾酒借助天津港出海后，逐渐在国际市场站稳脚跟，又反向赋能天津对外文化交流与商贸往来，形成良性循环。

汾酒融入津门文脉

数百年交融，让汾酒与天津当代文化完美融合，辐射多个领域。

天津相声是津派文化核心标识，也是城市的重要名片。对于很多天津人而言，相声是生活的一部分。而汾酒不仅俘获了听相声的观众，也受到天津相声艺术家的青睐。



著名相声表演艺术家赵津生认为,相声是在发展中坚持传承,继承传统并发扬光大,而在这一方面,“汾酒就是把传承做得最好的典范之一,用传统匠人的心来为天下喝酒的人服务。”

津派小说生动再现了天津的文化特色和码头氛围,成为文学领域中一道亮丽风景线。妙笔生花的作家们,在生活里也离不开汾酒。

因为父亲从事糖酒行业,天津市作协副主席、中国作协全委会委员龙一和汾酒结缘很深。他表示:“我最早接触的老酒,就是汾酒。汾酒在天津算是第一流的酒。”

此外,天津现代诗歌繁荣发展,形成了独具特色的现实主义传统,在国内外拥有广泛影响力。汾酒凭借其深厚的文化底蕴与精神内核,同样获得天津诗人群体的钟爱。

《天津诗人》诗刊总编罗广才深有感触:“汾酒是中华民族酒文化的创造者、引领者和推动者。同饮一杯汾酒,是晋津商业文明的共鸣,是晋津历史感情的见证。”

由浅入深、层层渗透,汾酒与天津文脉深度交融,共生共荣。



生活层面,汾酒走进相声茶馆、作家案头、诗人雅聚,成为天津文化场景的天然组成,丰富了文化表达的烟火气。

精神层面,汾酒以人为本、坚守传承、精益求精的匠人精神,与天津相声深入群众、津派文学坚守传统、深耕本土的文化特质高度契合,形成精神同频。

文化层面,汾酒承载的晋地文化基因,与天津码头文化、商业文明碰撞交融,搭建起晋津文化沟通的桥梁,为天津文脉注入了酒文化底蕴。

一杯汾酒,藏着晋津两地的市井烟火,也载着相声、文学、诗歌的文化风骨。它扎根于天津的历史肌理,浸润着城市的精神内核,终成津门文脉里挥之不去的印记。

汾酒与汾阳

从诗酒叙事到产城融合——跟着汾酒邂逅每一座城市



题记：

一壶酒，承载的是一方水土的精魂；
一座城，流淌的是千年岁月的回响。

当汾酒的清香穿过时光，与每一座城市的独特气息相遇，便开启了一场关于风土、记忆与情感的对话。

我们以酒为媒，循着清冽的甘醇，去触摸城市的脉搏，聆听故事的低语。这不仅是一场风物的探寻，更是一次与山河、与故人、与自己的温柔重逢。



诗酒叙事+名酒风华+酒城共兴，汾酒与汾阳的羁绊在时代演进中持续更新。

从仰韶时期的小口尖底瓮到“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”的家喻户晓，再到5次蝉联中国名酒、跻身“世界十大烈酒产区”，汾酒与汾阳文脉相契、产业相融、共生共兴。

汾酒与汾阳的诗酒叙事

酒因城而生，城因酒而兴。这个故事最绚烂的章节，源于杜牧以直白生动的场景勾勒，让汾酒与杏花村的形象深入人心，成为跨越千年的文化记忆锚点。

古往今来，历代文人为汾酒留下的诗词文赋多达3000篇，构建起一套具有普世价值的“诗酒文化传播体系”，让汾酒从汾阳的河谷盆地走向更广袤的华夏大地。



由此，汾酒不再只是汾阳的酒，汾阳也不只是一座汾河边的小城。汾酒成为承载文人情感、时代气象的精神载体，而酒香浸润的汾阳，也成为诗酒文化交融共生的历史名城。

另一方面，当汾酒之名传遍华夏大地，其领先时代的酿造技艺和无可替代的卓越品质，成为凝聚人流的磁场，吸引八方来客齐聚汾阳。



因酒汇聚的人流带动了城市繁荣，酒肆、驿站、商铺应运而生，逐步形成成熟的产业生态。而后，这一生态不断与城市的商贸、交通等功能深度耦合，深度绑定城市发展脉络。

在千百年时光里，不同地域、不同身份的人群往来与交流，不仅打破了地域文化壁垒，为汾阳注入开放包容的城市特质，更让诗酒相伴的生活方式融入城市日常，催生出独有的浪漫气质，使汾阳的文化个性更加鲜明。

汾阳独特的气候与水土酿造了汾酒，而汾酒奠定了汾阳的诗酒底色，铸就了城市物质根骨，塑造了其精神气质，两者相辅相成，书写了中国诗酒史、城市发展史的独特篇章。进入新时代后，这种共生关系也显现出强大的稳定性与延续性。

新时代的酒与城

1949年，汾酒登上开国第一宴，拉开新时代的序幕，而汾酒与汾阳，也迈入了被新时代塑造的全新阶段。

70余年的奋斗征程中，汾酒不仅在1952年至1989年的五次全国评酒会蝉联中国名酒，取得辉煌成就，还从多维度奠定汾阳发展根基。

经济层面，作为清香型白酒龙头，汾酒贡献了大量产值与税收，为城市基础设施建设、公共服务提升提供了稳定的财政支撑。

产业层面，围绕汾酒形成的包装、运输、原料加工、文旅等上下游配套，构建起完整的酒产业生态链，不断优化汾阳的产业结构。

就业层面，汾酒及配套产业提供大量优质就业岗位，持续吸纳本地劳动力，助力“企业发展—人口流入—城市繁荣”的良性循环。

在汾酒的带动下，白酒为汾阳贡献了50%的GDP、60%的税收、40%的就业岗位。2024年，汾阳市规上工业总产值达354.71亿元，白酒产业贡献了271亿元，占比高达76%，带动1239户关





联企业发展,吸纳超6万人就业。(数据来源于澎湃新闻)

汾阳也不断为汾酒的发展注入活力。汾阳市相关负责人介绍,汾阳已经推出“一点两轴三片区”文旅总规划,“一点”即以遗址为原点;“两轴”包含“产业发展历史轴”与“文化演绎历史轴”;“三片区”即诗意杏花村、文旅杏花村、产业杏花村。

该负责人还透露,目前,该规划已完成汾酒大道、清香大道、汾阳市博物馆等建设项目,并启动牧童街诗酒文化园等项目。

汾酒在发展,城市在蜕变,两者交相辉映。前者已不再是单纯的文化符号范畴,而是深度融入城市肌理脉络,驱动城市前行的重要引擎,后者则持续搭建优质发展环境,完善产业配套,让这份酒城共生关系愈发稳固绵长。这场双向奔赴,正打开一个崭新的未来。

以酒为媒激活城市未来

“十四五”已经收官,作为行业龙头,汾酒在行业周期调整中保持了稳健发展,全国化、年轻化、国际化战略成效显著。

汾酒与汾阳的发展,走向了更具韧性与张力的共生范式。

文化方面,汾酒持续发力“活态文化”,把历史的“资源库”,转化为驱动未来的“创意源”。其6000年底蕴不仅是背景与背书,更是持续生成新价值、吸引新人群的引擎,持续为汾阳注入全新的文化内涵与时代气质。



产业方面,汾酒做强白酒主业同时,联动上下游、拓展关联业态,构建起以白酒为内核、多元产业互融共生、协同赋能的产业生态。而更完善的产业生态,将有助于持续提升汾阳经济系统的整体韧性与核心竞争力。

酒与城,正携手将一个依托于特定地理与历史资源的成功案例,升级为一个持续进化的、具有全球影响力的产城融合生命体,在新时代画卷上续写新的传奇。

严守人机料法环 匠心酿就汾酒香

刘二虎

人怀谨惕护汾香，恪守安规不怠荒。
岗前交底明权责，防护穿戴齐整装。
点检设备查异常，规范操作记心房。
慎微戒躁拒慌忙，莫因轻忽酿祸殃。
同心共守安全岗，匠心筑梦续华章。

机转有序保安良，日查月检固其强。
蒸馏管线勤擦拭，无漏无渗无损伤。
电机轴承常润滑，螺丝紧固莫松张。
启停循规守纲常，故障早除免灾藏。
轰鸣伴安酿琼浆，护航汾韵出工坊。

料取精纯承古方，甄选细辨显担当。
汾疆粮谷筛杂质，无霉无蛀无杂糠。
储仓通风防潮湿，分类摆放守规章。
无污无杂保纯光，严防变质护原粮。
每粒皆含匠心愿，安护原料酿佳酿。

法承汾艺守新章，严循规范不疏狂。
拌曲发酵遵时序，蒸馏摘酒守计量。
每步躬身细考量，操作规程记端详。
戒疏戒躁忌逞强，依规作业保安康。
艺精法严行致远，汾酒醇香满庭芳。

环净风清正气扬，尘无垢染韵悠长。
消防器材勤点检，压力充足亮锋芒。
酒渣清运归原位，隐患排查不脱岗。
通风有序驱湿凉，洁净无尘护汾香。
筑牢人机料法环，安全生产酿美酒。





一脉清香里的青春答卷

■ / 任广辉

二十多岁的年纪，像清晨初起的光。尚未炽烈，却已明亮；未至正午，却充满延展的空间。这样的时光，总让人不自觉地向前看——看事业的起步，看理想的轮廓，也看生活逐渐铺展的方向。在忙碌与成长之间，我渐渐意识到，青春不仅意味着速度，更意味着沉淀；好比一杯汾酒，既是醇香的，又是清烈的，青春岁月由此更多了一份笃定。

于我而言，汾酒几乎伴随着成长的全部记忆。家里人都在汾酒厂工作，关于汾酒的印象，并不始于举杯，而始于日常。清晨，长辈们踏着露气出门，衣襟间带着淡淡的酒香；傍晚归来，谈起一天的工作，语气平实却认真。那时我尚不懂酿酒的意义，只觉得这种气息与生活紧密相连，像空气一样自然存在。汾酒在记忆中，从来不是抽象的符号，而是一种具体的、温暖的生活背景，也是一种潜移默化的精神底色。

随着年岁渐长，我才逐渐理解这份日常背后的分量。车间里的严谨操作，师傅们反复推敲的细节，四时更替中对温度与时间的精准把握，让“酿酒”成为一种需要耐心与定力的守望。家里人谈起工作时，总会反复提及：酒要清，工艺要稳，步骤不能省，时间不能急。这些朴素的话语，在岁月中慢慢沉淀为一种生

活态度——做事讲究本真，成长依靠积累，真正的成熟并非骤然抵达，而是在长期坚持中自然形成。

步入社会之后，第一次以青年人的身份举杯，心境已与童年不同。杯中清澈，入口柔和，回味悠长，那种熟悉的气息忽然有了更深的意味。这不仅是味道，更是一种从家庭延伸到个人的传承——从父辈到我们，从车间到生活，从记忆到现实。那一刻我意识到，饮下的不只是汾酒，更是一段时间的延续，一种精神的传递。酒液之中，仿佛凝结着无数平凡而坚定的身影，也映照出青年一代继续前行的方向。

二十多岁的阶段，是逐渐承担责任、确立方向的阶段。工作中不断学习新的知识，生活中逐渐形成稳定的秩序，每一天都在为未来积蓄力量。忙碌之余，偶尔在深夜小斟一杯汾酒，为一天画上一个安静而完整的句号。酒香缓缓舒展，思绪也随之沉寂下来：白天的努力被重新梳理，前行的目标更加清晰。这样的片刻，并非停顿，而是一次内在的蓄力，让脚步更稳，让方向更明。

汾酒的“清”，让我想到青年人的精神底色。清，并非单薄，而是一种坚定。青年正处在人生起步之时，理想逐渐清晰，步伐渐趋稳健。我们在岗位上学习，在实践中磨砺，在一次次尝试中积累经验。成长的过程，如同酿酒，需要时间的浸润，也需要对细节的打磨。看似平常的日子，在持续努力中慢慢沉淀，终会酝酿出属于自己的厚度。

渐渐地，我开始把饮汾酒视为一种与生活对话的方式。二十多岁的阶段，是打基础的时期，也是塑心境的时期。越是在这个阶段，越需要一种“稳”的力量。汾酒的清香不张扬，却能让人沉下心来，重新整理思路，确认方向。它像一次短暂的停靠，让人积蓄力量，再次出发，也提醒我，真正的成长，是在从容不迫中坚定地向前方前行。

二十多岁的生活，正如这清香之酒，明净而富有层次。从家庭的记忆到个人的成长，从日常的努力到未来的期许，汾酒始终默默相伴。举杯之间，不只是饮酒，更是对生活的体悟、对传承的理解、对未来的回应。待再次出发时，我心中已有答案：清香仍在，青春向前，而属于我们的时代，也在一代青年的奋斗中，慢慢酿成更为深远的回响。



中国女性新闻教育的 实践经验与现实启示

■/ 任京娟

全面抗战爆发后,全国革命形势愈发紧张。为了更好地发动女性参与到革命斗争中来,党决定成立专门院校来培养女性干部以领导全国妇女运动。中国女子大学应时而生。而后,在这所学校中,开展女性新闻教育对于中国新闻教育的发展有着深远的意义。

一、中国女子大学开展新闻教育的实践

1. 传播马克思主义新闻观 强化专业理论课程学习

中国女子大学开办新闻教育,是马克思主义新闻观在中国落地生根的早期实践之一。从当时的课程设置来看,该校的学员需

进行必修课和选修课两大类的学习。马克思主义、三民主义以及中国各种实际问题等成为学员必须了解和学习的重要版块。

2. 创造专业实习实践机会 助推理论实践紧密结合

新闻是一门应用性很强的课程,除了扎实的理论知识外,新闻工作者还必须具备丰富的实践经验。这个时期,女大实行严格的军事化管理,以强壮革命女青年的体魄,培养其服从组织纪律的意识。在这里,学员除完成规定的理论学习外,还要和延安人民共同劳动,完成生产任务。同时,女大新闻班的学

员还可以去报社实习。

3. 创新新闻教育教学模式 探索新闻理论发展路径

通过集中授课和自主学习相结合的方式进行教学。学员在选择自己感兴趣的方向后开始做更深入地研究,如对某个学术问题提出自己的看法,或是在阅读完某本书后整理出自己的读书笔记,和大家分享交流。

二、延安时期女性新闻教育的特点:

1. 从属于党的干部教育

延安时期,女性新闻教育最大的特点就是它从属于党的干部教育。中国共产党将教育工作与实践工作置于抗战的大背景之下,鼓励学生在工作中学习。

2. 注重本土化发展

延安时期,新闻教育更加注重本土化发展。以中国女子大学的新闻教育为例,从教学内容上看,主要是以马克思主义新闻观为指导,结合中国具体实际开设相关课程。中国女子大学立足于本国新闻生产的现实需求推动了一系列新闻教育实践的落地,体现出新闻教育逐渐走向本土化的特点。

3. 重实践轻理论

自新闻教育在中国开办以来,对新闻理论的研究从未停止。北大校长蔡元培创学会、办刊物、揽人才,在“北京大学新闻学研究会”成立大会上,他说:“惟其发展之道,全恃

经验,如旧官僚之办事然。苟不济之以学理,则进步殆亦有限。”指出我国新闻教育缺乏系统的理论指导,鼓励学生要重视新闻理论,从而推动了北大的新闻教育的发展。

三、中国女子大学开办女性新闻教育的社会功能

在抗战越发艰难的时候,占全国半数的女性仍没有从封建的桎梏中解放出来,在此背景下,中国女子大学开展新闻传播的实践是积极而有益的。

1. 为根据地新闻事业的发展注入了新鲜血液

这一时期,大批知识女性来到延安,在经过一段时间的培训后,她们逐渐走向新闻工作岗位,在新闻宣传、号召更多女性参与革命斗争时,用女性的视角和话语为当时由男性主导的新闻行业增添了新的内容,推动了陕甘宁边区新闻事业的繁荣发展。

2. 为社会营造了尊重女性、重视女性的良好氛围

开办专门的女子大学是对封建思想“女子无才便是德”的猛烈抨击,是鼓励女性实现自我成长、创造自我价值的重要途径。尊重女性、重视女性不仅体现在新闻教育中,更重要的是通过中国女子大学的教育,更多的女性成为农村妇女运动的领导者,可以在抗日战争中最大限度地发动更多有理想、有信念、



坚强勇敢的女性参与进来,女性的社会地位也随之提升。

3. 启发了女性的自主意识,女性主体性增强

中国女子大学的学员在深入群众、深入农村的过程中真正了解了中国所面临的困境,她们振臂高呼,点燃了农村群众,尤其是广大农村女性的革命热情。在这个过程中,她们在新闻工作中实现自己的人生价值,日益成长为一名坚强的共产党战士。

四、中国女子大学开办女性新闻教育的现实启示

1. 坚持马克思主义新闻观是新闻教育的灵魂

如今,新媒体和新技术的日臻完善为创新教学模式提供了便利:借助网络各类学习平台,我们得以接触到更丰富的学习资源,结合自己的兴趣对马克思主义新闻观进行深入了解;通过创设的情境,走近新闻人物、感受新闻事件、理解新闻作品、回味历史经典,从而拉近自己与历史的距离,更直观认识马克思主义新闻观的同时提升对社会问题的思考和分析能力,从而更好地践行马克思主义新闻观。

2. 立足中国实际 建设具有中国特色的新闻教育

新媒体的异军突起使我国新闻媒介生态

和传播范式发生了巨大变化。网络传播中的信息良莠不齐,对新闻传播意识形态产生冲击。这不仅削弱了新闻价值,也造成了新闻人才的流失,对新闻行业的健康发展产生不利影响。

要改变这种状况,新闻教育者必须站在新的起点上,从自身出发,提高自己的政治理论素养。认真关注新闻业态,引导大众用辩证的眼光看待新闻网络上的消息。始终立足实际,为推动新闻行业的发展贡献力量。

同时,放眼国际,寻求发展。用具有中国特色的教育模式、创新理论和教学方法在国际社会的新闻教育领域中开辟新路径,为全球新闻教育的发展贡献中国方案。

3. 新闻教育要坚持理论与实践相结合

理论与实践是新闻教育的两个方面,两者相互结合,共同推动新闻教育的发展。一方面着力构建系统的理论知识体系,另一方面,加大实验设备的建设力度。通过将技术的先进性与理论的先进性紧密结合,创作出形式更加丰富、呈现更加个性的新闻作品。

4. 新闻教育要为女性赋能

延安时期,中国女子大学开设新闻教育的实践启示我们,新闻教育为女性赋能可以启发其自主意识,提升女性地位。因此,在当今的新闻教育中,应该重视“她”力量,帮助女性提升自身的能力,更好地创造社会价值。



踏春汾酒工业园林诗二首

■/ 党志栋

（其一）

杏花风暖入园林，
古酿新芳醉客心。
碧水环亭藏雅韵，
青林绕厂焕文襟。
千年技艺承非遗，
十里清香伴好音。
文旅相融开胜境，
酒都春色满胸襟。

（其二）

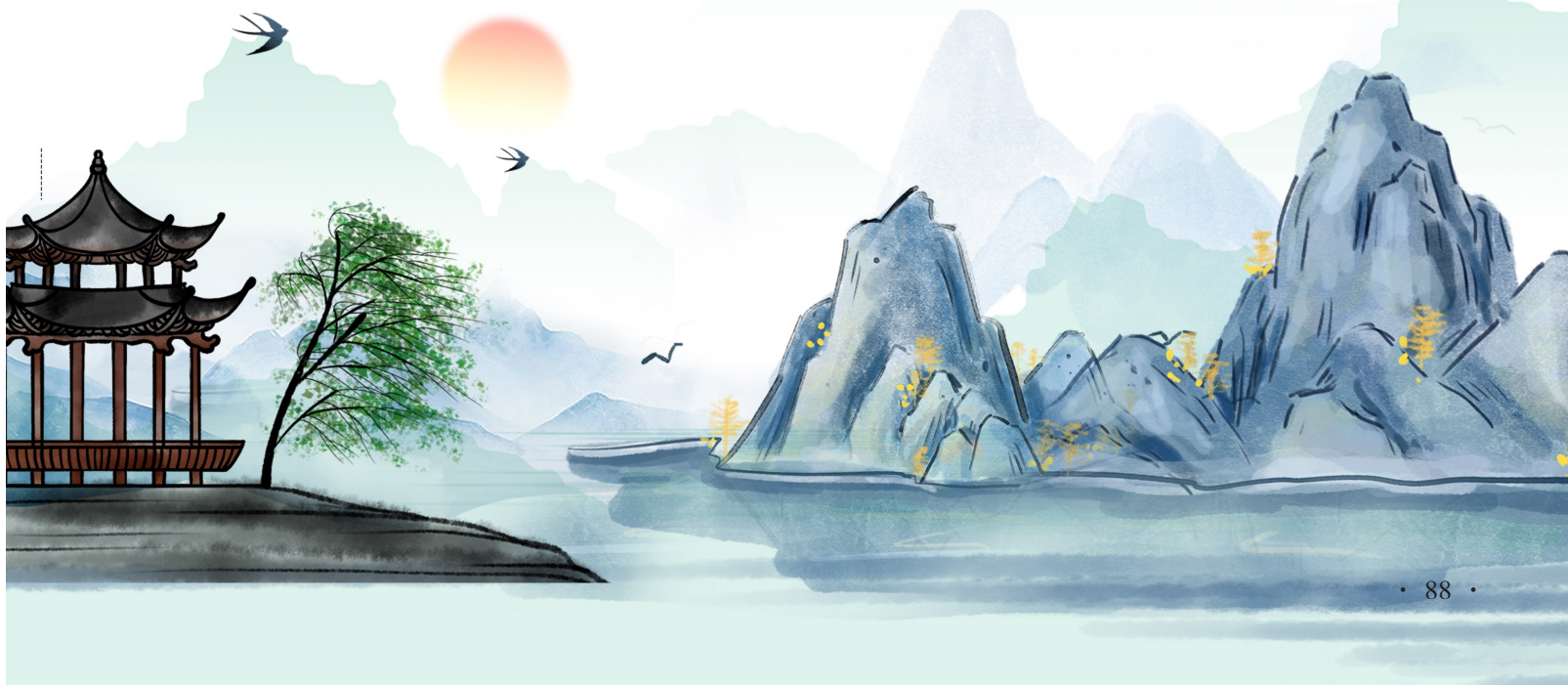
踏春寻韵杏花村，
园纳风光酒蕴魂。
生态葱茏融产业，
人文厚重启新门。
亭台映水诗情远，
古井留香古韵存。
文旅兴邦开画卷，
清欢一盏誉乾坤。



鹧鸪天·春游杏花园

■ / 党志栋

柳色初匀染杏村，
园林新绿映芳辰。
一泓碧水涵清韵，
十里春风酿馥醇。
融文旅，焕精神，
千年酒脉续芳尘。
匠心不负春光好，
醉里山河万象新。





酒墨

Wine and ink

齐香

smell together



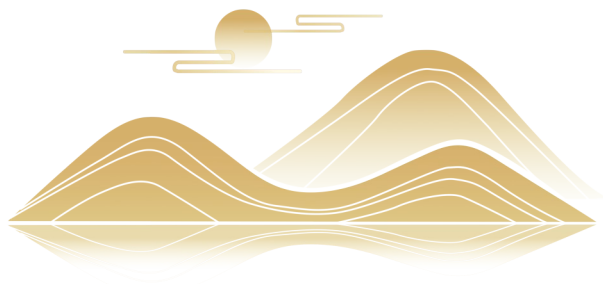
《书画里的汾酒》

“审美革命者”吴冠中笔下的杏花村

■ / 王婧



在20世纪中国绘画史上，吴冠中是一位具有里程碑意义的人物，被誉为中国现代艺术的革新巨匠。自20世纪80年代起，其前卫的艺术观念与独特的绘画创作便在中国艺坛激起层层波澜，深刻推动了中国现代绘画观念的变革与发展。令人惊喜的是，这位“审美革命者”与汾酒之乡杏花村曾有过交集。八十年代，吴冠中亲访杏花村，在参观汾酒厂后留下了两幅珍贵的画作，让我们得以一窥大师笔下的汾酒意象。



步入汾酒博物馆书画展区，首先映入眼帘的便是吴冠中先生1986年的作品《小小杏花村》。画面中，村庄掩映于繁茂杏林深处，一派恬静的田园风光跃然纸上。作品以点、线、面的精妙组合，酣畅淋漓地展现了春日杏花村的盎然生机。

为描绘杏花村之神韵，吴冠中匠心独运。画面对杏树进行了大胆的夸张处理，一棵棵杏树拔地而起，直耸云霄，层层叠叠，近大远小，树影斑驳，营造出无边无际的杏林意象，仿佛将整个杏花村的魂魄都凝聚于方寸画纸之上。杏树枝干姿态婀娜，偶见结节，显露岁月沧桑；枝梢大多尖细，如利剑般直指苍穹。枝丫间，杏苞含羞待放，蓄势待发，老树新芽的对比，既传递出杏花村亘古绵长的历史厚重感，又洋溢着蓬勃不息的生命活力。杏花于浓淡红粉之间，巧妙点缀着鹅黄与淡绿色块，将万物复苏的春日气象渲染得清新脱俗。杏林深处，窑洞俨然，却全然不见黄土高原的粗犷，生于江南水乡的吴冠中，竟赋予杏花村一种“塞上江南”的灵秀风韵，构筑出独一无二的“吴家杏花村”。

此画的精妙构思不止于此。题跋“小小杏花村，酒香闻名，不问牧童也好寻”与画境意趣相谐，堪称点睛之笔。吴冠中巧妙地从中寻得灵感。杜牧诗云“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”，他则反其意而用之：“小小杏花村，酒香闻名，不问牧童也好寻。”在吴冠中看

来，那漫山遍野的杏花香，便是醇厚汾酒香的化身。人们只需循着这醉人的芬芳，便能寻得杏花美酒，又何须借问牧童？宋代有“踏花归去马蹄香”的意境营造，今有吴冠中“不问牧童也好寻”的妙思巧构，画作思接千古，与宋人佳作的构思可谓异曲同工。



尤为珍贵的是，吴冠中早在1982年就曾赠予汾酒厂另一幅意境迥异的《杏花村》。此画风格简约至极却又极富张力。远处的村庄浓缩为一抹红色，而两棵姿态如万年古松般的巨大杏树树干倒映水中，占据了画面的绝对主体，以强烈的视觉隐喻，昭示着汾酒与竹叶青两大品牌的悠久历史与辉煌成就。

《杏花村》予人最直观的美感在于倒影。整幅画面洗练纯净，线条明快。远处青山空灵缥缈，近处湖水澄澈如镜，红瓦楼宇、虬劲老树与纤细藤蔓悉数倒映水中，营造出如梦似幻的诗意空间。如此澄明通透的意境，非胸襟澄澈之



人不能为。吴冠中对汾酒厂的美好印象,已全然融汇于这幅画作之中。

吴冠中曾坦言其艺术追求之艰辛,“20世纪90年代中期在香港举办现代中国画展,黄宾虹代表传统,我代表创新。他们称我是‘叛逆的师承’,‘代表了一股巨大的超越传统的创新力量,令国画艺术焕然一新’。我在艺术上要求太严苛了,总念着百年后中国画的前途,只是苦了自己……”这“苦”从何来?他另一段话道破缘由,“艺术至高峰时本相通,无分东西。如同登山,东西两侧风光各异,终将在顶峰相遇。但问题在于,毕加索能欣赏齐白石,反之则未必。何故?在于我们视野的局限。中国画囿于‘近亲繁衍’,代代因袭,渐趋退化,甚至流于萎靡。”

对中国画的未来,吴冠中怀抱“以天下为己任”的使命感与“舍我其谁”的勇气。他毕生苦苦追寻的,是在中国画与西方绘画之间建立深刻的默契、沟通与融合。他致力于“油画的民族化”与“中国画的现代化”,将中国水墨的写意韵味融入油画,又将西方形式美的精髓注入水墨创作。通过将点、

线、面等西方形式美学元素与中国水墨的写意精神熔于一炉,他开创了独特的“吴家作坊”风格,擅长运用几何形的平面分割和黑白块面的对比,在具象与抽象之间取得精妙的平衡。思想上,他提出振聋发聩的“笔墨等于零”论断,批判脱离画面整体、盲目崇拜笔墨技巧的风气,强调艺术的核心在于情感与思想的表达。他的艺术实践不仅拓展了中国画的疆域,更在全球艺术语境中确立了东方抽象的美学坐标。

对比范曾与吴冠中为汾酒所作之画,客观而言,吴冠中画作所承载的艺术思考显然更为深邃。范曾虽已达大师水准,但诗书画仍承袭着中国传统文人的经典范式。而吴冠中则截然不同,他始终在开辟新的路径。

品味这两幅“吴家杏花村”,我们便能深切领悟到吴老此言的真义,感受到他那不懈的追求,并最终触及他澄澈高远的精神境界。汾酒博物馆能珍藏吴冠中以杏花村为题的两幅杰作,实乃汾酒文化之幸,亦是中国酒文化之幸。

杏花春雨润汾州
一盞清酒醉流年



■/庞晓雨

当北国的料峭春寒褪去最后一丝凛冽，第一场春雨便缠缠绵绵，落向吕梁南麓、汾水之畔的汾州大地。这雨不似江南烟雨那般迷蒙缱绻，却带着黄土高原独有的温润清透，轻洒在层叠的黄土沟壑间，漫过蜿蜒东流的汾河清波，唤醒了漫山遍野的杏花，也氤氲开穿越六千年不散的汾酒香。春雨为脉，杏花为魂，清酒为韵，三者在晋中大地相拥相融，酿就了中国人心底最柔软的诗酒乡愁。

春雨是汾州春日的序章，更是汾酒生命的源头。好水酿好酒，水为酒之血，而春雨正是汾河

甘泉最清冽的馈赠。惊蛰过后，雨丝如帘，悄无声息浸润干涸一冬的土地，渗入岩层，汇成申明亭井的清冽、马刨神泉的甘甜。清代诗人曾咏“申明亭畔新淘井，水中依稀带蟹黄”，这经春雨滋养的井水，清冽甘甜、绵软纯净，不含杂质，正是酿造汾酒的天选之水。春雨落，汾河涨，春水初生，春林初盛，酿酒的匠人便知，春酿的时节到了。春雨不仅滋养水源，更润泽晋中平原的高粱与大麦，饱满的高粱在春雨中抽穗，颗粒紧实如丹，豌豆与大麦在雨雾中萌发，为酒曲的发酵积蓄生机。天地间的生机，都被这一场



场春雨，悄悄酿进了未来的琼浆之中。

雨落三分，杏花便开至七分。汾州的春天，是被杏花与酒香一同点亮的。漫山杏树沿黄土丘陵次第铺开，粉白相间，如云似雪，春风拂过，花瓣簌簌飘落，便是一场温柔的杏花雨。沾衣欲湿杏花雨，吹面不寒杨柳风，这是江南的春，亦是汾州的春。只是汾州的杏花，多了一分黄土高原的坚韧，多了一缕与酒香相伴的清芬。杏花村因杏树成林、酒香四溢得名，千百年前，酒坊匠人广植杏树，杏花不仅装点村落，更以淡雅花香浸润酒曲，让酒体自带一缕若有若无的花果香。春雨打落花瓣，飘入酒坊的发酵池，落在匠人肩头，花香与糟香交织，随风飘出数里，未饮先醉。

晚唐的雨，落进杜牧的诗行，也让杏花村与汾酒，成为刻入华夏文脉的符号。“清明时节雨纷纷，路上行人欲断魂。借问酒家何处有，牧童遥指杏花村。”一千多年前，诗人行至汾州，恰逢春雨绵绵，杏花满枝，循着一缕清醇酒香，寻到了这片酒乡秘境。一句遥指，让杏花村从汾州一隅，变成天下皆知的酒乡；一杯汾酒，让春雨杏花的诗意，有了可触可品的味觉载体。此后，杏花、春雨、美酒，便成了不可分割的整体，诗因酒而生动，酒因诗而流传，雨与花，便是这诗酒年华里最美的布景。

杏花春雨的意境之外，是汾酒六千年从未断档的传承与风骨。早在仰韶文化时期，杏花村的先民便用小口尖底瓮，酿出华夏最早的人工谷物酒，一缕清香从此绵延不绝。南北朝时，“汾清酒”以清冽醇厚的口感，被载入《北齐书》，北齐武成帝手敕书信，盛赞“吾饮汾清二杯，劝汝于邺酌两杯”，成为唯一载入二十四史的名酒。唐宋以降，汾酒更是文人墨客的案头知己，李白举杯邀月，饮的是汾酒的清冽；东坡把酒临风，品的是汾酒的绵甜；明清晋商走天下，行囊中必带一壶汾酒，将故乡的春雨杏花与酒香，带向塞北江南、大漠天涯。

汾酒之美，美在清、净、雅、正，这风骨恰如春雨的清透、杏花的纯净。杏花村的匠人坚守“清蒸二次清”的古法，地缸发酵，隔绝杂味，原料清蒸去杂，酒醅蒸馏提纯，不添加一丝外物，只凭天地精华与匠心雕琢。春雨润水，杏花添香，粮食孕香，地缸藏韵，历经岁月沉淀，终成清香型白酒的鼻祖。入口绵甜，落口清爽，尾净余长，没有浓烈的刺激，只有温润的回甘，像极了晋中人质朴内敛、真诚坦荡的性格。春雨无声，杏花无言，汾酒无语，却以最纯粹的味道，道尽天地自然与人间烟火。

春日的杏花村，最是人间好时节。春雨如丝，杏花如雪，酒旗临风，酒香四溢。

撑一把伞漫步杏林，雨丝沾衣，花香染袖，酒香入鼻，仿佛穿越千年时光。仿佛看见北齐匠人俯身酿酒，看见唐代诗人举杯吟咏，看见晋商辞行时满饮此杯，看见巴拿马万国博览会上，汾酒以清香征服世界，摘得甲等大奖。春雨年年落，杏花岁岁开，汾酒代代传，不变的是自然的馈赠，是匠心的坚守，是刻在血脉里的文化根脉。

雨停风轻，杏花瓣落满青石板路，取一只白瓷杯，斟一盏新酿汾酒。酒液清透如泉，映着窗外的杏花春雨，轻啜一口，清冽入喉，暖意升腾。唇齿间是春雨的清润，是

杏花的淡雅，是粮食的醇厚，是岁月的沉香。这一杯酒，饮下的是汾州的春光，是华夏的文脉，是中国人独有的诗酒情怀。

杏花春雨依旧，汾州酒香如故。六千年时光流转，汾河之水汤汤，吕梁之山苍苍，春雨从未辜负这片土地，杏花从未缺席每一个春天，汾酒从未改变初心与清香。春雨为媒，杏花为约，清酒为礼，在这生生不息的轮回里，杏花、春雨、汾酒，早已融为一体，成为黄土高原上最美的诗意，成为中华酒文化里最绵长的芬芳，醉了时光，暖了人间，流芳千年，从未走远。





杏花深处 我心安处

■/赵武琪

春风拂过，杏花如雪，纷纷扬扬洒落在这片古老而温润的土地上。每一片花瓣，都像是一段温柔低语，带着晨露的清甜，诉说着千千万万个与这片土地相依相伴的往事。风过杏林，沙沙作响，混着空气中若有似无的酒香，温柔得能抚平所有疲惫。我们的相遇，本来就是这片杏花中的一部分，是春日里最动人的故事，也是汾酒魂魄中那一缕最温柔、最绵长的香气，缠绕在岁月里，挥之不去。

我曾踏遍北国雪原，看千里冰封、万里雪飘的壮阔；行过江南水乡，赏小桥流水、烟雨朦胧的温婉；远赴塞北旷野，感长风浩荡、天地辽阔的苍茫；驻足彩云之南，品四季如春、繁花似锦的绚烂。看过万千风景，走过万里山河，打卡过无数人间烟火，心中却总觉少了一份踏实的归宿，像一叶浮萍，在岁月里轻轻漂泊。后来才渐渐懂得，那是年少懵懂时，便已深植于心的依恋，是血脉里流淌的、对这方水土割舍不断的深情。走遍天涯才明白，我寻寻觅觅的从来不是远方的繁华，而是脚下这片生我养我的土地，是杏花微雨中，酝酿了千年的汾酒情长，是刻在骨子里的牵挂与眷恋。

汾酒，从来不止是一杯佳酿，它是时光的沉淀，是人情的凝结，是无数个“我们”用真诚、话语与坚守，共同酿成的幸福感与自豪感。在这里，我遇见志趣相投的朋友，闲暇时共坐杏林之下，煮一壶汾酒，谈岁月清欢，话人间烟火；遇见一见如故的爱人，在杏花纷飞的时节并肩而立，酒香为媒，花瓣为证，定格下最温柔的瞬间；遇见亦师亦友的知己，迷茫时给予指引，奋进时给予鼓励，如汾酒般醇厚，如杏花般真诚；遇见友善和睦的同事，携手并肩，深耕热爱，把平凡的日子，过成了有温度、有力量的模样。千千万万次温暖相逢，千千万万朵盛放杏花，都在每一个明媚的春天里，融进汾酒的醇香，酿成了独属于我的、藏着温情与热爱的故事。

我们或许只是历史长河中一个平凡注脚，没有惊天动地的壮举，没有波澜壮阔的传奇，却以各自的热爱与温情，以平凡的坚守与付出，一同构成了这个格外特别的汾酒。它藏在杏花盛开的枝头，藏在每一缕春风里，融在朝夕相伴的日常，不张扬，却如岁月般醇厚绵长；不喧嚣，却如暖阳般直抵人心。一杯汾酒入喉，是粮食的芬芳，是时光的味道，更是家的温暖，是心安的滋味。

年少时总向往远方繁华，以为梦想在别处，以为远方才有诗与远方，于是不顾一切地奔赴，总想逃离这片熟悉的土地，去追寻所谓的精彩。长大后，历经世事沧桑，看过人情冷暖，才真正懂得，最好的地方，从不是地图上遥远的坐标，而是心灵可以停靠的港湾，是无论走多远，想起时都满心温暖的归宿。原来我穷极一生想要的安稳与归属，从出生那一刻起，就已经拥有——是这片杏花深处的烟火，是这缕沁人心脾的酒香，是身边那些温柔的陪伴。

杏花深处，酒香绵长。这里是遇见爱人的温暖之地，是共事同行的和睦圣地，是承载着童年记忆的故土，是无论走多远，都魂牵梦绕、念念不忘的故乡。春风年年吹，杏花年年开，汾酒的醇香岁岁绵长，不变的是这片土地的温情，是心中那份深深的眷恋。

杏花深处，我心安处。这方水土，滋养了我的成长；这缕清香，治愈了我的迷茫；这些相遇，温暖了我的岁月；这份深情，镌刻了我的时光。它们早已刻进生命的肌理，融入血脉之中，成为我此生最踏实、最坚定的归处，岁岁年年，生生不息。



山西杏花村汾酒集团有限责任公司
官方微信公众号



山西杏花村汾酒集团有限责任公司
官方抖音号



山西杏花村汾酒集团有限责任公司
官方微博号

扫码关注汾酒集团官方账号
获取更多资讯



中国酒魂 清香世界