

汾酒集团召开安全生产总结大会



6月25日,汾酒集团安全生产总结大会在会议中心召开。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、刘卫华、李沛洁、王怀及部分股份公司高管,各单位主要负责人、安全分管负责人,

先进单位、先进车间(科室)代表及先进工作者参加会议。会议由公司党委委员、副总经理刘卫华主持。

针对下一步公司安全生产工作,袁清茂提出了三点要求:一要科学把握形势,进一步增强“时时放心不下”的责任

感。要进一步提高政治站位,树牢安全理念、增强忧患意识,全力推动安全生产责任落实、工作落实,全面推进安全生产管理体系和能力现代化,确保安全生产形势持续稳定向好,为汾酒全要素、高质量发展营造良好环境。

二要强化工作举措,进一步增强“事事心中有底”的统筹力。要以严实标准狠抓治本攻坚,从根本上消除事故隐患,从根本上解决问题;要以非常之力狠抓机制建设,加快构建汾酒复兴“大安全”治理机制,建立完善事故隐患报告奖励机制,持续完善应急处置机制;要以务实作风狠抓安全管理,完善管理制度和规程标准漏洞,认真总结经验教训,推动安全生产工作水平整体提升。

三要压实责任链条,进一步增强“处处落实到位”的执行力。要以严肃问责倒逼工作落实,坚持“四不放过”原则,开展穿透式责任倒查,做到失职必追责、追责必严肃;要以科技创新赋能本质安全,要认真开展对标一流工作,学习借鉴先进的安全生产管理经验和

技术;要以安全文化营造安全氛围,加强安全教育培训,全面提升职工的安全认知和素养,形成人人重视安全、积极参与安全管理的良好氛围。

武跃飞宣读了《汾酒集团关于表彰2024年度安全生产先进单位、先进车间(科室)和先进工作者的决定》。

与会领导先后为获得先进单位、先进车间(科室)颁发了奖牌。先进单位、先进车间(科室)、先进工作者代表作表态发言。

会上,安全保卫中心相关负责人对2024年度安全生产工作总体情况进行汇报。

会议指出,各单位各部门要严格落实安全生产责任制,持续强化隐患排查制度,不断加强安全教育培训,提升员工的安全意识和应急处理能力。今后,公司将不断提升安全生产管理工作的科学化、专业化、精细化的水平,确保将安全生产的各项工作落到实处,为汾酒的高质量发展和职工生命财产安全提供坚实的保障。

(汾文)

2025“汾酒杯”全国大学生白酒品评技能大赛复赛(山西赛区)举办

7月3日,2025“汾酒杯”全国大学生白酒品评技能大赛复赛(山西赛区)在汾酒举办。汾酒股份公司总工程师韩英,山西大学生命科学学院、杏花村学院院长乔明强,汾酒集团、山西大学生命科学学院、杏花村学院、山西师范大学、运城学院相关负责人到场观摩。

在赛前动员仪式上,韩英对进入复赛的选手表示了祝贺,并提出了三点希望:一是深植文化自信,希望大家通过此次大赛深入理解白酒的风味特征和酿造工艺,增强对中华传统文化的认同与自豪感。二是提升专业技能,希望大家借助此次竞赛,不断提升、拓展自身的专业素养与技能

(汾文)

汾酒跨界杭州青年小店 开启传统白酒的“文艺复兴”运动



当“酒吧社交”变成社交常态,当打卡“漂亮饭”“小甜水”成为生活日常,年轻人的生活被“悦己消费”主导的同时,也正在重新定义酒饮——既非聚餐宴请的功利载体,亦非酩酊大醉的放纵工具,而是回归本真、取悦自我的生活哲学。

近年来,年轻人在酒类消费中占比逐渐上升,对各大酒类品牌而言,可谓是得青年者得“天下”。而面对年轻人注重情绪价值、偏爱个性化特调的现状,拥有千年历史底蕴的汾酒该如何实现年轻化?

汾酒×小店 共鸣年轻人的生活态度

在传统酒业与年轻世代的对话中,拥有六千年酿造史的汾酒积极破局:携手凤凰网打造白酒年轻化的创新玩法。汾酒联动凤凰网优势IP《青年小店榜样计划》,以“吃、饮、游、赏、玩”为切入口,与五家特色小店共创特色产品,开启了一场传统名酒的年轻化“文艺复兴”。凤凰网以《汾进吧,青年》为主题,打造一条主题视频将这场神奇的跨界共创一一呈现。在视频中,我们得以窥

见,每一杯汾酒特调的制作过程,店主在共创中的感受与体验也全然展现。

轻轻地将汾酒倒入浓缩咖啡中,浇在冰淇凌上,汾酒的清香在冷热交融中激发,一杯微醺阿芙朵给人一种苦中有甜的奇妙口感;汾酒加桂花则是另一种风味,在汾酒中加入桂花甘露,经过精心调配,便成为了年轻人手中的爆款……下午茶餐厅、酒吧、中餐小店、旅拍、调香室等小店以汾酒入茶、入酒、入菜,融香、融景,将白酒从传统宴席解构重组,嵌入调香、饮茶等年轻化生活场景。

通过持续探索与创新,汾酒逐渐成为年轻人的“生活搭子”。数据显示,“桂花汾酒”相关话题在社交媒体已突破3.7亿次阅读量,其爆红密码不仅在于口味创新,更源于对Z世代情感需求的精准捕捉。此次跨界共创,更是与调香、旅拍、饮茶等年轻人喜爱的领域结合,构建起覆盖五感的全域体验场景。通过年轻化战略,这家拥有六千年基因的老字号,正在用场景化创新尝试白酒的年轻化表达。

汾酒×年轻化 探索酒业升级新路径

无论是与青年小店共创引发网友打卡,还是“大家都爱汾酒”抖音挑战赛播放量破行业纪录,这些动作背后不仅是汾酒探索战略的尝试,更是汾酒与年轻人深度对话的过程。

自2024年提出

“年轻化1.0战略”,

汾酒的年轻化正式

成为一套系统化的体系,经过成都“汾·动24H”快闪活动、线上连续三年开展抖音挑战赛等创意性尝试,汾酒在年轻化领域取得了不错的效果。这次跨界共创,汾酒更是融入了更多以青年为主体的消费场景中。与单纯追逐流量不同,汾酒的年轻人基于年轻人生活态度背后的情感需求,深耕“情感消费”,积极探索白酒行业转型升级的新路径。

年轻人排斥的不是白酒本身,而是固化的消费场景。而汾酒正在通过场景重构和文化赋能与年轻人形成情感共鸣,推动白酒文化的现代性转换。当“品香饮酒”成为新型社交方式,当酒瓶变身生活美学装置,夜色昏沉中,绵延六千年的汾酒正用自己的方式与年轻人一起打造高品质生活。

在激烈的行业竞争中,以汾酒为代表的中国白酒品牌逐步探索白酒在年轻人世界里的价值定位。显然,汾酒的年轻人尝试为白酒行业提供了一份范本,未来也将与年轻群体持续探索更多年轻化的生活方式。当更多中国白酒品牌开始解构、重组、再造属于这个时代的新一代的饮酒文化,从酒桌走入酒吧,从商务宴请的“酒桌常客”变成品质生活的“好搭子”——变的只是形式,不变的,是中国白酒文化在时代浪潮中永续传承、持续创新的生命力。(汾文)



2025年,汾酒复兴步入第二阶段,目标为全要素、高质量、又好又快扎根中国酒业第一方阵。

汾酒提出,汾酒复兴,是面向“大多数消费者”的复兴,是面向“时代消费趋势”的复兴,是面向“全国市场”的复兴,是面向“年轻市场”的复兴,是面向“国际市场”的复兴,是面向“酿酒好酒、储老酒、售美酒”的复兴,是面向“品牌价值”的复兴,是面向“第四次工业革命”的复兴。

在第四次工业革命的浪潮中,白酒行业踏浪前行。山西汾酒在引领清香品类复兴、品牌复兴的过程中,将科技创新、数智化转型等置于核心位置,以技术变革重构产业逻辑。在这场变革中,汾酒展现出了老字号企业的战略定力与创新魄力。

技术底色:“试点精神”的时代跨越

60年回首,“汾酒试点”再一次启动。

从1964年“汾酒试点”揭开白酒科学酿造的神秘面纱,到2024年“汾酒试点”重启并剑指新质生产力,这是一场跨越一个甲子的酒业技术碰撞。彼时,中国白酒行业仍处于“口传心授”的作坊式生产阶段。国家轻工业部等成立“汾酒试点工作组”,由中国酒界泰斗秦含章带队,集结56名科研人员深入汾酒厂,开启了中国白酒史上首次系统性科研攻关。

据悉,此次试点共开展了200多个项目的研究,进行了3000多次试验,取得了2万多个试验数据,最终得到的生产技术资料超过85万字。

汾酒也为行业带来了许多个“第一次”:第一次揭示白酒主要风味物质,第一次确定白酒主要微生物菌种,第一次建立白酒的检测分析方法,第一次实现白酒生产的标准化……试点将清香白酒的传统酿造经验科学化、系统化、完善化,提高了汾酒的生产效率,也进一步提高了汾酒的酒体质量,同时为白酒行业带来了第一次全面的技术升级。

60年后,当白酒行业站在深度调整、存量竞争、消费变化的十字路口,汾酒再次以“试点精神”破局。

汾酒表示,纪念1964“汾酒试点”,启动2024“汾酒试点”,探索汾酒高质量创新之路,是一个庞大的科创、文创工程。

据悉,汾酒以“酿好酒、储老酒、售美酒”为基本路线,以汾酒目前的研究基础和筹备工作为起点,初步设计了2024“汾酒试点”的4个方向、19个专题、99个项目,简称“41999”2024“汾酒试点”工程。其中涵盖传统汾酒酿造核心基因的国际标准表达、生产技术一体化、提高全产业链的智能化率、智慧生产与绿色革新等模式板块。

从1964到2024,汾酒以“试点精神”完成了一场跨越时空的对话。当传统工艺遇上人工智能,当地缸发酵碰撞大数据,汾酒正用科技创新定义“中国味道”。

产业链重构:从田间到智酿的生态演进

如果说科研技术是汾酒加码“第四次工业革命”浪潮的引擎,那么产业链重构则是其落地的骨架。

汾酒正加速数字化、智能化等技术赋能,全面打造一条覆盖原粮种植、生产酿造、供应链管理、市场渠道等的全链路智慧生态。

首先在原粮方面,以技术提升原粮产量与质量。

自2009年以来,汾酒在行业率先将粮食基地建设纳入企业发展战略规划,如今已经建设成囊括高粱、大米、豌豆种植生产的原粮基地,总规模达到130万亩以上。

在原粮质量把控上,汾酒智慧将种植贯穿原粮“育、种、收、储、运、用”的过程,实现原粮100%可预检、可追溯、可管控,最大限度保证酿酒原粮的产量稳定、品质优良;种源方面,汾酒酿酒所用的原粮种子,是汾酒原粮公司和技术中心通过数年实验已筛选出的新品种,产量高、稳产性好。

生产方面,智能化与绿色化升级。

此前,汾酒表示,要进一步升级数字化设备,提升酿酒生产的数字化水平,加大技术创新力度,加强数智化建设和运用,系统梳理工作流程,同步实现管理和效率的提升。

汾酒持续推动在传统酿造工艺中融入智能化技术,例如在2030技改原酒产能扩建项目中,通过构建覆盖原料处理、酿造生产、储能调配的完整产业链,提升原酒产能与储能的规模化目标。项目还引入绿色技术,如污水处理站和智能能源管理系统,推动绿色生产。

供应链方面,推动协同平台与效率革命。

白酒发展贯穿上下游一二三产业,品牌发展离不开上下游企业在技术、产品、市场上的协作联动。因此,加强与供应商良性合作,并推动供应链升级,成为白酒企业的必答题。

2024汾酒供应商大会提出了科学构建具有汾酒特色的现代供应链体系的四个意见:第一,强化新质赋能,提升供应品质,推动高质量发展。第二,强化绿色低碳,完善供应标准,促进可持续发展。第三,强化数智融合,优化供应效率,助力高效化发展。第四,强化链赢未来,夯实供应管理,实现共赢化发展。

营销数智化方面,汾酒锚定三年“三步跨越”,全面推进。

近年来,汾酒围绕“智慧汾酒”建设,树立了企业数字化转型升级的目标。通过引入人工智能、云计算、工业互联网、5G等新技术,探索数字化转型的路径和方法。如加快“五码合一”系统建设,推动流通体系的数字化变革,联合抖音、微博等新兴数字平台创新营销模式,强化C端及年轻消费的触达,革新营销模式。

汾酒指出,要力争三年实现汾酒营销数智化管理体系在行业内“追赶、超越、领先”的三步跨越,从而支撑“打造汾酒成为全球具有影响力品牌”的战略目标。数智化营销成为汾酒品牌年轻化发展的引擎。

企业管理方面,组织进化与效能提升。

数智化变革的核心在于组织能力的重构。汾酒正加速建立跨部门协同机制,并通过数字化考核体系激励人才。例如,以“项目监理机制”确保数智化项目推进可控,同时释放组织动能;构建大数据平台,将生产、销售、库存等数据整合分析,为管理层提供实时决策支持,推动管理模式向“智慧管理”转型。

技术革命下,汾酒乘势而上,这本是一场传统产业的价值重构。从科研实验室到智能车间,从遍布多地的农田到全球供应链网络,汾酒正在书写一个老字号企业的进化论——这不仅关乎品牌的复兴,更关乎中国白酒能否在AI时代守住文化根脉、开辟世界舞台。



坚持科技创新、数智化转型
汾酒以技术变革重构产业逻辑