

# 山西品牌中华行清香型白酒专场在成都举行

## 山西省酒业商会会长张春生从四个维度介绍山西清香型白酒的独特内涵



3月21日至25日，第114届全国糖酒商品交易会酒店展(以下简称“成都糖酒会”)在成都盛大启幕。由山西省贸促会主办，汾阳市政府、省酒业商会协办的2026山西品牌中华行(清香型白酒专场)重磅亮相。本次活动以“清香大时代，醉美是山西”为主题，集结了汾酒、汾阳王、汾杏、庞泉等30余家山西代表性清香型白酒企业，产品覆盖高中低端全品类，全面展现山西清香型白酒产区的集群实力。

山西省酒业商会会长张春生在会上致辞，用“韵、势、道、远”这四个字，向大家介绍山西清香型白酒的独特内涵和未来前景。

### 一为“韵”

清香之韵，承载的是华夏文明赓续千年的文化高度。

“天若不爱酒，酒星不在天。地若不爱酒，地应无酒泉。”在中华文明的长河中，山西清香型白酒始终是流动的史诗。从《礼记》中“秬清”的推崇，到北齐武帝对“汾清”的推崇，到杏花村遗址六千年前的“小口尖底瓮”，到巴拿马万国博览会上的一举夺魁，山西清香型白酒的历史，就是一部浓缩的中华文明史。

它不仅仅是一种饮品，更是中华哲学“大道至简”的生动体现。“清字当头，一清到底”，是山西酿酒人对自然的敬畏、对匠心的坚守、对纯粹的

追求。这种“清”与“净”，恰如三晋大地的品格：厚重而不失灵动，质朴而蕴含光华。在中华民族伟大复兴的征途上，山西酒业挖掘清香型白酒的文化内涵，就是要从历史的深处汲取自信的力量，让这坛穿越千年的美酒，成为承载民族记忆、彰显文化自信的金色名片。

### 二为“势”

清香之势，汇聚的是时代变革赋予产业的战略机遇。

当前，世界之变、时代之变、历史之变正以前所未有的方式展开。在中国经济迈向高质量发展的宏大背景下，消费升级与消费分级并行交织，消费者对品质消费、悦己消费、健康消费的追求，为清香型白酒的崛起提

供了前所未有的时代契机。

山西省委、省政府审时度势，高瞻远瞩地提出打造“世界级清香型白酒产业集群”和“世界知名的酒文旅融合发展示范区”的战略目标。这不仅是对产业的蓝图，更是对历史机遇的精准把握。所谓“清香复兴”，绝不是简单的市场占有率提升，而是一场系统性的价值重塑。山西酒业正聚合全产业链之力，从原粮种植的第一车间到酿造储藏的核心工坊，从科技赋能的品质提升到文化IP的场景再造，构建起一个覆盖“酒+文化+旅游+康养”的超级生态圈。今日之清香，正当其时，恰逢其势，正处于从回暖走向沸腾的历史拐点。

### 三为“道”

清香之道，彰显的是匠心酿造铸就的卓越品质根基。

品质，是清香型白酒赢得市场的通行证；匠心，是山西酿酒人代代相传的DNA。山西酒业坚守“地缸发酵、清蒸清烧”的独特工艺，信奉“质量为天、敬畏自然”的酿造哲学。在山西，每一滴清香型白酒都要经历从田间到舌尖的严格管控，每一道工序都镌刻着精益求精的工匠精神。

全国化布局的底气，来自于坚如磐石的品质基础。近年来，山西清香型白酒产区的集群效应日益凸显，龙头企业汾酒集团率先引领、中小酒企特色化发展的格局加速形成，不仅拥有传承千年的酿造技艺，更在现代科技赋能下，建立了从标准化生产到数字化追溯的完整质量体系。我们将以酿造生活的初心，守住品质底线，拉升品质高线，让全国消费者品尝到最

纯正、最地道的山西清香，让山西清香成为高品质的代名词。

### 四为“远”

清香之远，擘画的是全国布局与全球视野的宏大愿景。

志合者，不以山海为远。各位同仁齐聚成都，举办“山西品牌中华行”，就是要借助糖酒会这一链接全球的枢纽，吹响清香型白酒全国化、国际化布局的冲锋号。

山西酒业将坚定不移地推进市场渠道全国化布局。这不是简单的产品输出，而是品牌、文化、模式、标准的全方位输出，持续深化与全国经销商、渠道商的战略合作，构建共建共享、共生共荣的厂商命运共同体。山西省酒业商会鼓励企业在传承中创新，在产品结构上优化，在营销模式上突破，拥抱数字化，玩转新零售，让更多年轻消费者爱上清香，让清香白酒走进更多家庭的餐桌。

同时，山西酒业也将目光投向世界，以“中国清香，世界共享”的格局，推动山西清香型白酒积极参与国际竞争，用国际化的语言讲述中国白酒的故事，让这缕来自黄土高原的清香，飘向五大洲，融入全人类的美好生活。

借问酒家何处有，牧童遥指杏花村。千年前的诗句，如今已成为山西酒业共同的理想坐标。张春生表示，山西省酒业商会将继续发挥好桥梁与纽带的作用，当好产业发展的助推器、企业粘合剂的粘合剂、对外交流的桥头堡，愿与全国各地的酒业同仁一道，共享清香发展机遇，共拓万亿蓝海市场，共筑中国白酒辉煌。

(汾文)



# 河北涑水野三坡“五一”小长假迎来客流高峰



今年“五一”小长假，河北涑水野三坡景区迎来客流高峰。五天假期，野三坡景区累计接待游客33.95万人次，同比增长10.1%；实现旅游总收入1.3亿元，同比增长8.33%。假日期间，旅游市场运行平稳有序，实现人气和财气双赢。

### 安全措施扎实有力

“五一”小长假到来之前，涑水县对辖区内所有景区、民营景区进行全覆盖排查。重点检查索道、缆车、观光车、大型游乐设施特种设备检验、维护保养及操作人员持证上岗情况，高风险项目安全警示标志设置、员工安全培训与操作规程落实情况，确保设施安全运行率100%。

假日期间，野三坡管委会领导干部深入分包景区、路段指导督导。三坡派出所、巡特警加强社会治安巡逻防控，保障景区治安稳定。市场监管局、文旅局、应急局牵头，卫健局等相关部门安排专门人员值班值守，为游客提供快速

便捷的衣食住行及医疗保障服务。

### 交通疏导保障有序

为解决小长假期间车辆拥堵问题，交警部门累计投入100余名警力，在百里峡十字路口、高速出口等关键节点全天候驻守，管委会所有干部职工上路配合交通疏导，确保主干道通行有序。景区提前规划备用停车场4处，将雪香广场、灵芝广场、机关单位等区域作为免费停车点对外开放，合计提供停车位1500余个，通过智慧中心系统实时监控路面车流，适时启动备用停车场，并提前租赁摆渡车辆，协同交警部门实施摆渡接驳，最大限度保障游客出行效率。

同时，外部交通专线实现“一站直达”。5月1日正式新增从北京莲花池汽车站至野三坡景区的旅游专线，这是野三坡深化京津冀协同发展、精准引流京津冀游客的实质性举措。该专线有效串联起百里峡景区与沿途各民营景点，破解了此前非自驾游客“换乘难、耗时长”的出行痛点，真正实现了北京

游客“一站直达”。景区便捷的交通，为游客在各景点之间游览观光提供了极大方便。

### 业态频增激发活力

所见系集团入驻运营以来，为景区带来了显著的运营理念升级和产品创新。在运营模式上推动景区从传统“门票经济”向“场景体验经济”转型，统筹运营百里峡周边商业，商业氛围和消费活力明显提升。

植入多个新业态，包括国风妆造体验、百里峡景区内特色主题咖啡、涑水非遗、涑水好物进景区，独具保定地方特色的驴肉火烧餐饮，丰富了游客消费选择，有效提升了景区二消营收。

紧扣“山野生活家”年度核心IP，以“五一趣野三坡·做一天山野生活家”为主题，在抖音、小红书两大平台构建“头部造势、中腰部种草、尾部铺量”的达人传播矩阵。

假期前后累计联动近220位文旅、生活、攻略类达人开展集中宣传，推出

沉浸式体验、精品攻略、自然风光等原创内容，打造“山野生活家2026”“野三坡开山节”等话题矩阵，实现话题总曝光超5000万，有效抢占京津冀短途度假传播入口。

创新推出“童声讲家乡”特色讲解活动，组织本地小学生在百里峡、鱼谷洞等景点的关键节点担任讲解员，以童真的语言向游客介绍野三坡的山风水貌和地质知识。活动既为游客提供了新颖的讲解体验，也为本地青少年搭建了了解家乡、宣传家乡的实践平台，实现了文旅服务与社会教育的有机结合。假日期间，“童声讲家乡”活动累计开展9场次，服务游客超万余人次，受到游客广泛认可。

今年“五一”景区游人如织，正是野三坡景区在县委、县政府统筹指导下，抢抓京津冀协同发展发展机遇，主动融入区域文旅发展大局的生动实践。该县将继续通过行之有效的保障措施加快打造京西休闲度假首选目的地。期许未来，野三坡景区前景无限。

(杨志民 王丽)



“人类的使命，在于不懈地追求完美。”托尔斯泰的这句箴言，恰如汾酒人以“净”为境界、执着求索的真实写照。当人们举起一杯汾酒，从初闻的清雅香气，到入口的纯净甘醇，沉浸式体验“清、净、正”带来的极致享受，那是一种不掺杂质的风味体验，也是一种贯穿始终的品质哲学。

从原粮的精心种植、严格筛选，到独特的“固态地缸分离发酵”“清蒸二次清”工艺，“净”是汾酒的味觉基因，更是其严守的品质铁律。

### 从理化检测到口感品鉴 守护“净”之本色

在汾酒，每一瓶酒的出厂，都需跨越两道关键防线：感官检测与理化检测。理化指标维度，国家标准的检测项从3项增至6项，而汾酒的内控指标早已扩展至14项，部分关键指标甚至高于国际标准。这不仅是数据的超越，更是企业对“净”之本色的自律。

如果说理化检测是冰冷的数据防线，感官检测则是充满温度的品质校准。品酒师们通过“看、闻、尝”等经典维度，精准捕捉不同产品的特质：观酒体色泽是否清亮透明，闻香气是否清雅纯正，尝口感是否甘醇清爽，每一款酒的“净”，都在感官的细致甄别中得到确认。

汾酒的检测从不脱离市场，反而始终锚定消费者的真实体验。消费者对汾酒的“净”有自己的理解，汾酒便会针对消费者的反馈对酒体进行微调，在保留核心品质的同时，让“纯净感”与大众感知形成共鸣，实现专业标准与消费体验的完美平衡。

当被问及为何超越标准设限，汾酒品酒师的答案质朴而坚定：“这既是自我约束，更是对消费者最大的负责。”在他们眼中，质量是企业的生命，而检测环节就是守护生命的关键闸门。从领导层的战略坚守到一线检测员的严谨细致，汾酒将“对自己严苛，就是对消费者负责”的理念，融入每一次检测、每一个数据、每一款产品中，最终沉淀为“清、净、正”的品质丰碑。

### 以数十年如一日的匠心 坚守汾酒品质

品质的坚守，离不开人的传承。有过硬的专业人才，方能筑牢品质检测的防线。一位有着14年品鉴经验的汾酒人说：“我们每天品鉴40—50个成品酒样，入口便要快速反应出度数、年份、协调性与潜在缺陷，即便面对其他香型的酒品，也能在脑海中构建‘味觉坐标’，精准区分不同香型的酒品。”

这份精准判断的背后，是对海量酒品风味的熟记于心。汾酒品酒师需要记忆的范围不仅涵盖汾酒全系列的小样、大样，还要熟悉其他香型的各类酒品，如此才能在考试或特殊检测环节中，在脑海中快速检索对比，从众多香型酒品里准确分辨出不同品牌的特质。

更具挑战的是，酒体风味并非固定不变，刚倒出时的香气与饮用后再闻的香气会动态变化，这就要求品酒师始终保持敏锐感知，持续投入大量精力钻研。训练之初，要从高度原酒起步，经历唇舌的磨砺，才逐渐构建起灵敏的感官体系。即便资深如十几年工龄的老师傅，仍须每月内部考核，备战国家级考试，在持续学习中保持专业状态。

“这份工作从没有所谓的‘质的飞跃’节点。进步都是日积月累的，品酒工作离不开重复与坚持，唯有在日复一日的品鉴中持续积累，不断重复，严格要求自己，在坚守中找到独特的价值与成就感。”

一位汾酒品酒师分享道：“虽然每天的工作很辛苦，但能精准记住每款酒的特点，甚至在和别人交流时，让对方也爱上汾酒，这份成就感让所有付出都值得。”正是因为这种对专业的敬畏与坚持，让汾酒的“净”成为了可被感知、可被信赖的品质现实。

### 正本清源 清者自清 以专业筑牢认知根基

品质的终极落脚点，在于消费者的认知与信任。汾酒在坚守标准、锤炼团队的同时，也致力于推动白酒文化的正本清源，即通过专业力量让大众读懂汾酒的“清”，爱上汾酒的“净”。

品酒师走向讲台，面向经销商与消费者，会带上3—4款不同香型的酒样，先让大家自主感知差异，再逐一引领品鉴，用专业方法解析酒体风格，将“粮香”“陈香”等抽象概念转化为清晰的味觉认知。在此过程中，他们坚持实事求是，拒绝夸大宣传，以专业初心守护品质真相。如此，不仅传递了知识，也构建了信任。不仅让经销商摆脱“知其然，而不知其所以然”的误区，也让消费者真正理解何为“净”、为何“清”。当更多人在真实认知中爱上汾酒的“清、净、正”，他们对汾酒的选择，便不再仅限于品牌，而是源于认知与认同。

从原粮到舌尖，从标准到感知，汾酒的“净界”是一场没有终点的品质修行。它始于对自然的尊重，成于对工艺的恪守，传于对消费者的真诚。在这条追求纯净的道路上，汾酒以高于国际的标准、严谨的专业精神与持续的沟通传播，让“清、净、正”不再只是一句口号，而成为一杯酒中，可饮、可感、可信赖的品质承诺。

汾酒的“净”界，不仅是口感的极致追求，更是对绿色生态、可持续发展理念的生动践行。在这条从源头到标准的品质之路上，汾酒正以“清、净、正”的品格，书写中国白酒的品质新篇。

(汾文)

