汾酒消费新业态洞察暨新品发布会在上海举行



11月6日,第九届中国国际进口博览会举办期间,“开物起势·潮涌未来”汾酒消费新业态洞察暨新品发布会在上海举行。山西省国资委副主任闫卫伟,山西省商务厅党组成员、副厅长李国荣,山西省人民政府驻上海办事处主任冯少坡,复旦大学经济学院院长、中国经济研究中心主任张军,全球报告倡议组织(GRI)前董事、中国管理科学学会可持续发展管理专委会副主任吕建中及政企领导、经济学家、可持续发展专家、跨界设计师、行业智库、媒体代表应邀出席活动。

汾酒集团党委书记、董事长袁清茂,公司领导韩向宇、梁建文、武海燕,部分汾酒股份公司高管及相关部门负责人、经销商代表参加发布会。

闫卫伟、李国荣、冯少坡及汾酒股份公司总工程师韩英分别为活动致辞。

闫卫伟表示,汾酒作为山西国企标杆典范,是山西国资国企拥抱消费变革、开拓市场新局的积极探索者,汾酒要紧抓进博会平台机遇,推动千年酿造匠心与数字消费新业态深度融合,持续领跑行业品牌焕新与场景创新赛道。

李国荣在致辞中指出,商务部门将持续用好进博会、广交会等国家级对外开放平台,搭平台、育生态、优环境,支持以汾酒为代表的“晋字号”老字号实现年轻化转型,从产品出海迈向文化出海,为中国白酒探索全球化表达贡献山西方案。

冯少坡表示,近年来,驻沪办持续助力汾酒品牌深耕长三角,搭建起晋沪经贸人文交流的坚实桥梁,希望汾酒以此次发布会为契机,乘进博之东风、开消费之新局,把汾酒的清香酿成连接晋沪、联通世界的醇厚情谊。

韩英表示,面向未来,汾酒将坚定不移地拥抱“消费新业态”,深入推进全国化2.0、年轻化1.0、国际化1.0,继续推进海外生产基地与设计中心建设,以产品本地化适配构建跨文化产品谱系,与广大合作伙伴携手,以消费者为原点、以品质为半径,共同画好中国白酒走向未来的同心圆。

张军、吕建中分别以《如何理解当前宏观经济政策的立场》《新业态与新范式》为题作主题分享。

在新品发布会环节中,与会领导、嘉宾共同见证汾酒潮牌系列新品“熊猫团团”全球首发。新品以国宝熊猫为文化精神图腾,跳出白酒固有刻板印象,兼顾清香正统基因与新生代审美表达,探索“传统名酒潮牌化”的全新可能性。

在圆桌对话环节,上海第二工业大学艺术与设计学院硕士生导师田华、潮流雕塑艺术家冯涛、国际新锐设计师刘奕淳、柠檬共和国产品总监孟科、有赞新零售副总监肖军辉等嘉宾围绕新品解码、老字号活化、白酒年轻化破局等议题展开跨界思辨。

本次发布会,既是汾酒对消费新业态的一次集中应答,也是清香型白酒立足中国、对话世界的一次重要实践。站在汾酒复兴纲领第二阶段的全新起点,汾酒将持续坚守六千年酿造文脉,以改革激活内生动力,以科技赋能品质创新,以文化链接全球市场,持续挖掘悦己、微醺、场景化的消费新机遇,为中国白酒产业高质量发展、为中华优秀传统文化国际化传播输出汾酒力量。

发布会召开前,汾酒集团相关领导赴进博会山西展厅巡馆,实地观摩展品、对接前沿资源,学习借鉴先进技术与创新思路,依托进博会开放平台,为企业高质量发展汇聚新动能。(汾 文)

汾酒召开2026年度精益生产实训营成果汇报会

11月3日,汾酒召开2026年度精益生产实训营成果汇报会。公司党委委员、副总经理刘卫华,各相关单位负责人,精益专家组、实训营课题组代表参加会议。

会上,七个课题组围绕课题背景、改善举措、实施成效、现存短板及后续工作计划依次开展成果汇报。全部课题均源自生产一线,覆盖成装质量管控、车间现场管理、班组效能提升、生产效率优化、酿酒车间标准化建设等关键领域,具备较强的实践性与针对性。

刘卫华对本次精益生产实训营取得的阶段性成效予以充分肯定,并就精益课题成果转化、现场持续改善等作出工作部署。他指出,开展精益生产实训是提升汾酒生产管理水平的重要抓手,各单位要高度重视课题成果转化运用,要扎实抓好课题经验固化,做好优秀改善成果的复制推广;坚持立足酿酒、成装生产现场,持续把精益工具、工作方法运用到生产实操各个环节,以点带面推动生产管理提质增效,为公司高质量发展筑牢生产管理基础。

与会人员围绕课题实施成效、现存短板、落地堵点、成果复制推广路径开展交流研讨,专家组结合课题汇报情况与现场交流内容,提炼改善亮点,剖析共性问题,就精益管理深化落地提出专业指导意见。课题组代表结合实训经历与课题攻坚实际,分享心得体会,并汇报后续持续改善工作计划。

会议强调,各分厂、各课题组要认真领会落实本次会议精神,充分吸纳专家组提出的意见建议,把课题成果巩固好、运用好、推广好。全体员工要牢固树立精益改善理念,坚持问题导向,立足岗位深挖改善空间,常态化开展现场持续改善,推动精益管理走深走实,持续锻造企业生产核心竞争力。(汾 文)

汾酒三季报告期内实现营业收入73.38亿元

10月29日,山西汾酒发布2026年第三季度报告显示,公司实现营业收入73.38亿元,归属于上市公司股东净利润18.99亿元。

当前,白酒行业步入周期迭代关键期,粗放增长模式逐步失效,锚定真实消费、回归品质本源成为行业发展主线。

山西汾酒表示,公司校准经营节奏,推进从“渠道驱动”向“消费者驱动”转型。在行业价盘承压的背景下,青花汾酒系列批价保持稳健,展现价格韧性。42度青花汾酒30销量增长超三成,53度青花汾酒25销量翻番,白玉汾酒、玫瑰汾酒等年轻化特色产品销量增长近8倍。同时,公司依托数字化扫码体系,捕捉真实消费数据,区分流转库存与消费库存,为产品投放、运营优化提供支撑。

山西汾酒表示,在品质根基之上,企业把消费者需求作为全链路决策起点,推动价值共创。围绕年轻化布局,企业从产品、场景、IP、系统四个维度发力,打造观汾小酒馆、聆竹酒文化体验空间等线下场景,推出适配不同人群的特色产品。

业内人士认为,行业转型经历磨合阵痛,白酒行业要以场景重构、用户共创、人群细分推动经营底层革新,持续积蓄发展动能,助力企业在行业结构性升级中稳固竞争优势。 (汾 文)

汾酒“曲”境 看不见的酿酒师



制曲,是汾酒最沉默也最深邃的秘境。没有轰鸣与欢腾,只有曲房里呼吸的曲块和看不见的微生物宇宙。

入此“曲”境,一切渐次分明:制曲师傅的六感是刻在身体里的非遗密码;曲块数月的孤独,是时间对风味的雕琢,也是对加速时代的回应;清香风骨,正藏在曲块的微生物密码与匠人的摩挲之间。

汾酒“曲”境专题,从微观到哲学,只为回答:汾酒的灵魂,如何在曲中生长?开门入“曲”境,方知汾酒深。

看不见的酿酒师
曲房里的微生物家园

走进汾酒制曲车间,温度与湿度便首先提醒你,这里与外界不同。热气裹挟着粮食发酵特有的香味,空气中密密麻麻的小飞虫迎面而来,师傅们叫它“曲牛牛”。对常人而言,这不是一个舒适的环境。但对于另一群看不见的“居民”来说,这里却是它们最理想的家园。它们数量庞大,生生不息,是汾酒制曲过程中真正的主角。

制曲,是在为微生物创造家园。汾酒制曲,始于一场自然邀约。走进曲房,这里没有无菌车间的严苛隔绝,反而以最古朴的方式,邀请天地间的微生物入驻。车间里的空气、铺底的芦苇秆、撒层的谷糠,都成为天然菌源的来源。“芦苇秆和谷糠不仅能提供一定的菌源,还能防止曲块粘连,有利于通风。”制曲师傅介绍道。各类微生物从环境中汇集到曲坯之上,开始安家、繁衍、竞争、协作。

制曲的原料,是微生物的第一口食粮。汾酒大曲遵循大麦、豌豆的黄金配比,经过严格筛选,无霉变、无虫蛀、颗粒饱满。“霉变、干瘪破损的粮谷可能会携带杂菌。”师傅坦言。大麦富含淀粉,是微生物的能量来源;豌豆蛋白质丰富,能促进酶类生成,二者搭配,为微生物提供营养均衡的生长基质。

曲坯入房,汾酒称为“卧曲”,由此开始26天的生命周期。大约三天,曲块上白色的菌点开始星星点点冒出来。“跟家里东西发霉一样”,这是微生物第一次肉眼可见地被看到。在接下来的二十多天里,曲块排列也会经历一字形、品字形、人字形的三个阶段更替,每天要经历“两升两降”的温度变化。在此过程中,卧曲、翻曲、开窗、关窗等师傅们的所有操作,本质上都是为这个微型宇宙创造适宜的生存条件。“曲房里所有的操作,比如翻曲摆放、调窗户、围席,都是为了温度服务。”

季节的更替同样影响微生物发酵生长。夏天微生物最活跃,种类和丰富度都最高,但需要通过人工通风、开闭门窗等手段控制曲房温度,以免过高。冬天则要靠人工保温,靠暖气辅助。每一次调整,都是在顺应微生物的生长节律。

一场人与微生物的共舞

在汾酒制曲车间,师傅们对自己有一个朴素的自我定位。他们说:“我们是微生物的饲养员。”

曲块的摆放方式本身就是一种调控艺术。入房初期是一字型,曲块密集排列,利于升温起火;后转为品字形,层数增加,间距拉开,开始通风晾曲;最后变成人字形,高垒,间距更宽,为的是让温度降下来,排出多余水分。每天的两次升温、两次降温则靠关窗、开窗调节。“升降之间,既是排潮气,也是在驯化微生物群落。”制曲师傅这样理解自己的工作,“摸索哪个温度适合哪种微生物生长,在哪个阶段把温度维持在最合适的范围。”

这是一场人与微生物的共舞。人搭建环境,微生物在其中生长代谢;人观察菌丝颜色、嗅闻曲块气味、触摸曲坯温度与软硬,再据此决定下一步操作。微生物不会说话,但菌丝的疏密、曲块的热凉、空气中飘散的香气,都是它们的语言。

例如师傅们用手感判断温度。以人体36度多的体温为基准,进而感知微热、大热、火热,进行判断、调节。到了发酵后期,师傅会拿起曲块轻轻敲击,清脆的响声说明水分排得差不多,内部结构紧实;沉闷的声音可能意味着还有湿心。

手感测曲温、听音辨曲等都不是一天练成的,“三年学徒,五年出师,八年成才。”这种经验是需要靠时间慢慢“悟”的。极度依靠感官、靠经验的汾酒制曲工艺,决定了汾酒大曲不能被简单复制。这门手艺长在老师傅身上,长在杏花村这片土地上,长在每一天每一刻的气候变化里。

经验与科学的融合

一块好曲的标准,被师傅们概括为八个字:“菌满、皮薄、曲香、茬正。”菌满指菌丝饱满均匀;皮薄是表皮不过厚;曲香是纯正的豆香;茬正则是断面符合不同曲型的标准。

在汾酒制曲车间,老师傅们用手摸温度、用眼看菌丝、用鼻闻曲香,代代相传的经验是制曲的核心。但在这套传统体系之外,还有科学检测为每一房曲把关。“每一房曲都会抽样检测。”质检人员介绍,“红心曲看红心率,还有糖化力、液化力、水分等各项理化指标。”

汾酒三种大曲,清茬、后火、红心,制曲温度不同,理化指标也有规律。在一定温度范围内,“一般制曲温度越高,糖化力、液化力越低。”出房时的大曲要检测水分、糖化力是否在标准范围内;储存三到六个月后,投产前还会再次检测生产用曲指标。

在汾酒酿造高度依靠经验与人工的制曲环节,科学检测进一步为经验提供了量化依据和品质保障。传统酿造之所以难研究,是因为微生物太复杂。在这种复杂性面前,经验与科学相辅相成,共同为一块好曲保驾护航。曲为酒之骨。正是这些肉眼看不见的微生物,在曲房里代代繁衍、默默劳作,才赋予了汾酒独一无二的清香底色。它们是汾酒品质最根本的“活密码”。

从制曲师傅的手温到质检人员的糖化力数据,从卧曲的苇秆到储存三月的后熟,汾酒人始终秉持敬畏之心,用千年传承与当代科学共同守护着这个微生物宇宙。这些看不见的酿酒师,正是汾酒品质的根基所在。

(汾 文)

年轻化、国际化双向开花 汾酒进博会展台获媒体点赞报道



中国搭台,世界合唱。11月5日至10日,黄浦江畔,第九届中国国际进口博览会如约而至,全球客商云集。

一直以来,进博会向世界传递着中国坚定开放合作的信心,成为中国企业拓展海外渠道、链接全球伙伴的绝佳场域,一众中国企业站上这个国际舞台,展示自研成果,链接全球资源,捕捉新商机。

进博会上,“晋”家军十分亮眼:山西省展馆首次布置能源转型、产业升级、适度多元发展、人文交流四大展区,新质生产力满满,向世界传递一个产业升级、开放自信、绿色低碳、多元活力的新山西。其中,汾酒以中国白酒的潮流新姿态亮相进博,获央视CCTV-2点赞报道。

从2018年亮相首届进博会,到今年再次如约而至,这是汾酒“九赴进博”。九载春秋,汾酒始终将这一国家级展会作为品牌国际化布局的重要锚点,以清香为媒,与世界共享中国白酒之美。

今年,汾酒不仅带来千年酿造底蕴与现代设计的融合展示,更以一场“开物起势·潮涌未来”的新品发布会,向全球客商递出一张“传统名酒潮牌化”的崭新名片。

走进本届进博会汾酒展台,千年酿造底蕴与时尚现代设计交相辉映,让不少来访者直呼“很潮很in,眼前一亮”。展台上不仅集中展示经典清香产品、非遗酿造技艺,也带来限定酒款与国风文创,并搭配沉浸式品鉴互动,面向全球客商开放体验。

“我们来进博会推广我们的产品,并不断地和潮流化的、时尚化的、中国化的元素结合,与更多的消费者去进行一些链接。”汾酒向央视记者表示,想借助进博会这一平台,更深入了解国际消费趋势,以便让产品与文化更好地走出去。

九赴进博,汾酒早已将这一平台视为观察世界、拥抱世界的“前沿哨所”,让千年酿造匠心与消费新业态在这里深度融合。

第九届进博会期间,汾酒“开物起势·潮涌未来”消费新业态洞察暨新品发布会在上海举行,全球首发潮牌系列新品“熊猫团团”,以国宝熊猫为文化精神图腾,探索“传统名酒潮牌化”的全新可能性。

在行业看来,站在汾酒复兴纲领第二阶段的全新起点,汾酒正以“熊猫团团”为触点,持续挖掘悦己、微醺、场景化的消费新机遇,为中国白酒产业高质量发展输出汾酒力量,也让中华文化在交流互鉴中焕发新的时代光彩。

事实上,对拥有6000年酿造史、1500年成名史、800年蒸馏史、300年品牌史的汾酒来说,其国际征程之早远超很多人想象。

110年前,1915年巴拿马太平洋万国博览会,汾酒跨越重洋一举夺魁,摘得甲等大奖章;1954年,汾酒实现白酒规模化出口,开创国内白酒对外贸易先河。

现代,汾酒更是抓住出海机遇,加快全球市场布局。目前,汾酒产品已出口至100多个 国家和地区,在全球拥有100余家海外经销商、9000余家终端门店及180余家免税店。

从1915年的巴拿马斩获殊荣,到2026年立足时代潮头、奔向未来,汾酒正携千年清香之韵,代表中国名酒展露时代风华。未来,汾酒将继续以科技赋能品质创新,以文化链接全球市场,让世界共享清香之美,为中国白酒产业高质量发展贡献更大力量。(汾 文)



观汾杯·环球国际花式调酒明星赛在北京举办

10月28日,观汾杯·环球国际花式调酒明星赛在北京举办。汾酒作为赛事唯一指定白酒,以“一脉清香”致敬世界调酒艺术,将中国白酒的东方韵味与国际调酒的先锋表达融为一体,为现场观众呈现了一场融汇匠心与灵感的感官盛宴。

本次赛事由汾酒集团提供品牌推广支持,Blue Note Beijing作为主办方,携手汾酒旗下空间场景品牌“观汾”,邀请来自中国、意大利、捷克、比利时在内的13位顶尖调酒师同台竞技,围绕速度、技巧、音乐与创意展开巅峰对决。活动现场,选手们以一场场精彩绝伦的表演,让现场观众充分领略了花式调酒的速度之美、技巧之美与创意之美。经过激烈角逐,来自意大利的MICHAEL MORENI(迈克尔·莫雷尼)凭借高超技艺与出色发挥问鼎本届赛事冠军。

颁奖环节,主办方与品牌推广方代表先后登台,为获奖选手颁发奖项,同时为各品牌推广合作单位颁发品牌推广证书。

观汾作为汾酒集团旗下主打年轻化表达的新场景品牌,本届赛事是观汾践行白酒年轻化、国际化表达的一次生动实践,也是推动中国白酒品饮回归当代人日常生活的有益探索,实现了品牌声量与行业影响力的双重提升,为行业提供了传统名酒年轻化转型的实践样本。

赛事虽已落幕,精彩仍在延续。观汾将秉持“东方酒事、国际表达、年轻社交”的品牌初心,持续以国际化赛事为纽带,深化与全球调酒行业、高端餐饮渠道的合作,推动中国白酒文化与世界调酒艺术的双向奔赴,让中国清香白酒的当代表达走得更远、传得更广。

(汾 文)