



仁怀市酒文化研究会

仁怀酱香酒

李是良

202603

第03期

总第32期

- 02 仁怀市第七届人民代表大会第六次会议胜利召开
- 08 仁怀市政协七届五次次会议胜利召开
- 10 仁怀首马何以“出圈”？
- 16 世界酱香白酒核心产区（仁怀）“美酒献华夏”（成都站）宣传推介活动举行



准印证号：（黔）字第2025091

内部资料 免费交流

● 研究酱酒文化

● 诠释酱香内涵

● 服务中国酒都

● 促进酒业发展

酱香工匠口述史

季克良



酒文化丛书《酱香工匠口述史》发布

3月23日，在世界酱香白酒核心产区(仁怀)“美酒献华夏”(成都站)宣传推介活动上，酒文化丛书《酱香工匠口述史》正式发布。中国酒类流通协会主席团主席王新国、国家级非遗代表性传承人季克良共同为新书揭幕。

《酱香工匠口述史》由仁怀市酒文化研究会、贵阳市手上记忆博物馆联合编印，仁怀市酒文化研究会会长李武担任主编，该书还被列入贵州省2025年重点选题项目。

全书分为十个章节，收录了吕云怀、彭茵、曹大明、陈兴希、曾佐益、徐强、陈佐林、付宇豪、雷文权、涂佑能10位匠人的成长经历与技艺

心得，通过文字、视频等融合创新的方式，生动呈现酱香酒酿造技艺的传承脉络与精神内核，将工匠口传心授的酿酒经验转化为可感可触、可听可看的立体史料。

《酱香工匠口述史》用温情笔触串联起仁怀产区底蕴与酱香产业奋进脉络，既是传承酿造技艺的专著，更是承载酱香文化、彰显仁怀担当的人文佳作，该书的发布填补了酱香酒产业历史记录的空白，是仁怀市“五个最”战略中“文化根脉最深厚”的具体实践，充分彰显产区对酿酒人才的重视与尊重，为酱香文化系统性传承、创新性发展筑牢根基。

/ 研究 酱 酒 文 化 / 诠 释 酱 香 内 涵 / 服 务 中 国 酒 都 / 促 进 酒 业 发 展 /

仁怀酱香酒

2026年3月 第3期 总第32期

主 办 仁怀市酒文化研究会

准印证号 (黔) 字第 2025091

技术顾问 季克良 吕云怀 彭 茵 曹大明 陈孟强
严腊梅 陈兴希 蔡天虹 陈仁远 徐兴江

文化顾问 黄先荣 龙先绪 姚 辉 穆升凡 陈 果
任远明 周山荣 易 涌 唐 晖 梁绍辉

编 委 会 李 武 郑名锋 周德雍

编 辑 部 周德雍 陈 炯 黄黔华 沈冰洁 冯泽宇

校 对 敖相梅

法律顾问 贵州储瑛律师事务所

印刷单位 贵州恒丰彩色印刷有限公司

印刷时间 2026 年 3 月 31 日

印 数 1000 本

赠阅对象 主管部门、会员企业、个人会员、本会顾问、仁怀酱香酒经销商

注 请文中图片作者与编辑部联系

声 明：本刊所有署名文章和图片均为版权作品，未经书面许可，不得转载或用于商业用途。

目录

酱香聚焦

- 02 仁怀市第七届人民代表大会第六次会议胜利召开
- 08 仁怀市政协七届五次次会议胜利召开
- 10 仁怀首马何以“出圈”？
- 14 2026 年世界酱香白酒核心产区（仁怀）“美酒献华夏”沉浸式体验推介活动启幕
- 16 世界酱香白酒核心产区（仁怀）“美酒献华夏”（成都站）宣传推介活动举行
- 18 常文松王新国到成都春季糖酒会仁怀展区巡展
- 20 香港特别行政区政府商务及经济发展局局长丘应桦率队莅仁考察
- 21 大江奔腾 “国宝” 归来——长江珍稀水生生物的自述

特别策划

- 24 一场诗与酒的时空对话
- 26 以“五个最”铸核心产区 以确定性领行业新程 ——仁怀破局存量博弈的时代答卷
- 28 仁怀酱酒集团：“以“数消世界”为载体 探索酱酒产业数字化转型新实践”
- 30 共赴酱酒新路 仁怀产区抱团亮相 2026 “春糖”

CONTENTS

行业风向

- 34 【出海东南亚】菲律宾酒类市场分析
- 38 从“产品输出”到“生态构建”：中国白酒国际化步入深水区
- 41 茅台科创之道：赋能产业链，创新激活新动能
- 45 酱香威士忌引爆新赛道：仁怀产区以品类创新引领“潮饮”革命

科学研究

- 46 大曲酱香型白酒的勾调艺术(二)
- 50 酱香型白酒异杂味产生机理及防控处理措施研究

漫说酱艺

- 54 酿酒设备设施

文化

- 56 仁怀的“聂绀弩”
- 58 民国时期茅台到赤水的“小舟载酒”
- 60 酒鬼是如何炼成的

封面 铺首衔环壶

封二 酒文化丛书《酱香工匠口述史》发布

封三 仁怀首届马拉松收官

仁怀市第七届人民代表大会第六次会议胜利召开

● 文图 / 仁怀市融媒体中心

3月17日至18日，仁怀市第七届人民代表大会第六次会议在酒都大剧院举行。

会议表决通过关于政府工作报告的决议、关于仁怀市国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要的决议、关于仁怀市2025年国民经济和

社会发展规划执行情况与2026年国民经济和社会发展规划的决议、关于仁怀市2025年预算执行情况和2026年预算的决议、关于仁怀市人民代表大会常务委员会工作报告的决议、关于仁怀市人民法院工作报告的决议、关于仁怀市人民检察院



工作报告的决议，表决通过了《仁怀市人民代表大会会议事规则》。

3月17日上午9时，仁怀市第七届人民代表大会第六次会议第一次全体会议暨开幕会在酒都大剧院举行。市长陈清松代表市人民政府向大会作政府工作报告。报告共三个部分：

“十四五”时期和2025年工作回顾、“十五五”时期主要目标任务、2026年工作安排。

陈清松说，过去五年，极不平凡，极为不易。特别是面对世纪疫情严重冲击、白酒产业

深度调整、市场有效需求不足、各类风险隐患叠加等诸多困难挑战，在仁怀市委的正确领导下，在市人大、市政协的监督支持下，我们坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以高质量发展统揽全局，紧紧围绕“四新”主攻“四化”，“十四五”规划目标任务基本完成，中国式现代化仁怀实践迈出坚实步伐。

陈清松说，这五年，我们凝心聚力、破局突围、实干为民、克难攻坚，办成一批关乎经济发展的要事、关系产业命脉的大事、关切民生福祉的实事、关联发展大局的难事，综合实力更有高度、产业发展更有深度、惠民答卷更有温度、社会事业更有广度。五年来，我们突出重点、精准发力，聚焦转型升级，现代化产业体系建设取得新进展；聚焦乡村振兴，和美乡村建设取得新成效；聚焦城乡统筹，新型城镇化建设迈上新台阶；聚焦以人为本，推进共同富裕开创新局面；聚焦生态优先，绿色低碳发展实现新跨越；聚焦先行先试，改革开放创新实现新突破；聚焦风险防范，社会治理效能实现新提升。

陈清松说，2025年是“十四五”收官之年，也是仁怀撤县设市30周年。一年来，我们深入贯彻习近平总书记在贵州考察时的重要讲话精神，认真落实中央和省委、遵义市委部署要求，狠抓产业发展、项目建设、招商引资、民生改善和安全生产，坚定不移大抓产业、主攻工业，全面强化项目“五库联动”管理，持续优化营商环境，扎实推进共同富裕三年行动，社会大局保持和谐稳定，推动高质量发展取得明显成效。

陈清松说，“十五五”时期是我国基本实现社





会主义现代化夯实基础、全面发力的关键时期。市政府认真学习贯彻党的二十届四中全会和省委十三届八次全会、遵义市委六届十二次全会精神，根据仁怀市委七届十二次全会部署，科学制定了“十五五”时期的主要预期目标：全市地区生产总值年均增长5.5%左右；规上工业增加值年均增长5.5%左右；500万元以上固定资产投资年均增长5%左右；社会消费品零售总额年均增长5%左右；城乡居民人均可支配收入年均增长分别达4.5%、7%。做好“十五五”时期工作，要加快构建现代化产业体系、加快推动区域协调发展和城乡融合发展、加快推动共同富裕取得更大突破、加快推动经济社会发展全面绿色转型、加快构建改革开放创新发展新格局、加快推动社会文明程度实现新提高、加快打造安全保障更加有力的发展环境。

陈清松说，2026年是实施“十五五”规划的

开局之年。政府工作的总体要求是：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，全面贯彻习近平总书记在贵州考察时的重要讲话精神，认真落实中央和省委、遵义市委、仁怀市委经济工作会议部署，完整准确全面贯彻新发展理念，服务和融入新发展格局，坚持稳中求进工作总基调，坚持以高质量发展统揽全局，更好统筹发展和安全，牢牢守好发展和生态两条底线，全力围绕“四新”主攻“四化”，深入实施强化比较优势战略，持续扩大内需、优化供给，做优增量、盘活存量，强化大抓产业、大抓项目、大抓招商、大抓经营主体，推动经营主体扩容提质，因地制宜发展新质生产力，加快构建现代化产业体系，积极融入全国统一大市场建设，持续防范化解重点领域风险，着力稳就业、稳企业、稳市场、稳预期，推动经济实现质的有效提升和量的合理增

长,实现“十五五”良好开局。

陈清松说,今年的主要预期目标是:地区生产总值增长5%;规模以上工业增加值增长6%;固定资产投资增长3%;财政总收入增长2%;一般公共预算收入增长2.5%;社会消费品零售总额增长5%;城镇和农村常住居民人均可支配收入分别增长4.5%、7%。实现上述目标,要重点抓好八个方面的工作。一是坚定不移大抓产业发展,做强酱香白酒首位产业、做优特色高效农业、做大现代服务业、加快培育新兴产业。二是坚定不移扩大有效需求,大抓项目投资、丰富消费场景、激发消费活力。三是坚定不移大抓经营主体,提升政务服务效能、精准高效招商引资、强化经营主体培育。四是坚定不移统筹城乡协调发展,加快新型城镇化建设、加强基础设施建设、推进和美乡村建设。五是坚定不移加强生态文明建设,持续打好污染防治攻坚战、系统推进生态保护修复、大力发展绿色经济。六是坚定不移深化改革开放创新,用好改革“关键一招”、搭建更高水平开放平台、强化科技创新驱动。七是坚定不移推进共同富裕惠民生,落实就业优先战略、办好人民满意的教育、深化健康仁怀建设、提高社会保障水平、丰富文化生活供给、全力办好十件民生实事。八是坚定不移统筹发展和安全,严防金融债务风险、严防安全生产风险、严防社会稳定风险。

市人大常委会主任杨英作仁怀市人民代表大会常务委员会工作报告。她说,2025年是“十四五”规划收官之年。市人大常委会在仁怀市委的正确领导下,坚持以习近平新时代中国特

色社会主义思想为指导,深入学习贯彻习近平法治思想、习近平总书记关于坚持和完善人民代表大会制度的重要思想以及习近平总书记在贵州考察时的重要讲话精神,全面贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神,坚持党的领导、人民当家作主、依法治国有机统一,把发展全过程人民民主、保障人民当家作主作为职责使命,围绕党中央和省委、遵义市委及仁怀市委决策部署,聚焦高质量发展和人民群众关切,立足“四个机关”职能定位,依法履行法定职责,为进一步全面深化改革、助推经济社会高质量发展、奋力推进中国式现代化仁怀实践作出了积极贡献。她从三个方面回顾过去一年的主要工作:坚持依法履行职权,在服务高质量发展上彰显新作为;坚持代表主体地位,在深化代表工作上取得新成效;坚持“四个机关”要求,在人大自身建设上迈出新步伐。





杨英说，2026年是“十五五”规划开局之年。市人大常委会将在仁怀市委的正确领导下，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法治思想、习近平总书记关于坚持和完善人民代表大会制度的重要思想、习近平总书记关于贵州及遵义工作重要讲话重要指示精神，坚持党的领导、人民当家作主、依法治国有机统一，深入践行全过程人民民主，围绕仁怀市委七届十二次全会和市委经济工作会议部署，聚焦全市中心大局，依法履职、担当作为，推动全市经济社会高质量发展，实现“十五五”规划良好开局，在谱写中国式现代化仁怀篇章中彰显新担当、作出新贡献。重点做好四个方面工作：一是以更高政治站位服务中心大局。二是以更强监督实效展现责任担当。三是以更优服务质量保障代表履职。四是以更实工作作风强化自身建设。

3月18日下午，在圆满完成各项议程后，仁怀市第七届人民代表大会第六次会议在酒都大剧院胜利闭幕。遵义市委常委、仁怀市委书记常文松作了讲话。

常文松说，在全体代表和与会同志共同努力下，市七届人大六次会议圆满完成各项议程，会议开得很成功，充分凝聚了全体代表的智慧，反映了全市人民的共同意愿，是一次高举旗帜、共谋发展、凝心聚力、催人奋进的大会。

常文松指出，过去的2025年，是仁怀发展进程中极不平凡、极具挑战的一年。全市上下坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党中央决策部署和省委、遵义市委工作要求，坚持以高质量发展统揽全局，围绕“四新”主攻“四化”，聚焦大抓产业、大抓项目、大抓招商，着力提升世界酱香白酒核心产区引领力、建设世界知名的休闲度假旅游城市，加快培育发展新兴产业，推动中国式现代化仁怀实

践迈出坚实步伐。成绩的取得，根本在于以习近平同志为核心的党中央领航掌舵，在于习近平新时代中国特色社会主义思想科学指引，得益于省委、省政府和遵义市委、市政府的正确领导，是全市上下同心同德、艰苦奋斗的结果，也凝结着市人大及其常委会、全体人大代表的智慧和汗水。

常文松指出，今年是“十五五”规划的开局之年。开局关乎全局，起步决定后程。在刚刚结束的全国两会上，习近平总书记提出“练好内功、做强自身”重要要求，为我们指明了前进方向、提供了根本遵循。仁怀市委经济工作会议和全市稳增长调结构促转型发展大会，对今年工作作出了系统部署。这次市两会，进一步明确了今年经济社会发展的“施工图”和“任务书”。全市上下要把思想和行动统一到中央和省委、遵义市委决策部署上来，统一到本次两会确定的目标任务上来，胸怀“国之大者”、心系“市之要事”、情牵“民之关切”，大力弘扬“马上就办、真抓实干”的优良作风，确保“十五五”开好局、起好步。

常文松强调，方向决定道路，旗帜引领未来。奋进“十五五”、谱写新篇章，必须旗帜鲜明讲政治，深学细悟笃行习近平总书记考察贵州重要讲话精神，牢记殷殷嘱托，感恩奋进，持续筑牢政治忠诚“压舱石”、拧紧思想武装“总开关”、校准行动落实“方向盘”，在对标对表中铸牢忠诚之魂，始终沿着习近平总书记指引的方向奋勇前进。必须聚精会神抓发展，突出大抓产业、大抓项目、大抓招商、大抓经营主体，聚力酱酒工业“主战场”、抢占转型升级“新赛道”、抓牢项目投资“牛鼻子”、绘就城乡融合“新画卷”，在守正创新中夯

实强县之基，以高质量发展新成效为“十五五”发展赢得主动。必须用心用情惠民生，坚持以人民为中心的发展思想，牢固树立和践行正确政绩观，用心答好“民生答卷”、精心交出“文明答卷”、奋力书写“平安答卷”，在共建共享中厚植幸福之本。必须振奋精神抓落实，以“时不我待”的拼劲抢抓机遇、以“众志成城”的合力攻坚克难、以“争创一流”的追求奋勇争先，在担当作为中凝聚奋进之力，一步一个脚印把美好蓝图变为现实。

常文松表示，市委将一如既往高度重视和支持人大工作，全力支持和保障市人大及其常委会依法行使职权、开展工作。市人大及其常委会要牢牢把握“四个机关”定位要求，认真履行宪法和法律赋予的职责，准确把握新时代人大工作的规律和特点，全面加强自身建设，不断提高履职能力水平，奋力开创新时代人大工作新局面。“一府一委两院”要自觉接受人大监督，依法向人大报告工作，认真执行人大决议决定，不断提高依法行政、依法监察和公正司法的能力。各乡镇（街道）、各部门要支持人大依法履职，认真办理人大代表议案建议，为代表履职创造良好条件。全体人大代表要倍加珍惜党和人民的信任，带头站稳政治立场，带头增强履职本领，当好党委政府联系群众的“连心桥”，多发增强信心、凝聚共识之声，多献破解难题、推动发展之策，多聚团结奋斗、砥砺前行之力，切实展现新时代人大代表的风采和担当。全市上下要锚定目标、坚定信心，真抓实干、锐意进取，为推动仁怀经济社会高质量发展，奋力谱写中国式现代化仁怀篇章而努力奋斗！

仁怀市政协七届五次会议胜利召开

●文 / 仁怀市融媒体中心

3月16日至3月18日，中国人民政治协商会议第七届仁怀市委员会第五次会议在酒都大剧院召开。

会议坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实中共二十大和二十届历次全会精神、习近平总书记在贵州考察时的重要讲话精神，坚定拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”，按照中共

仁怀市委七届十二次全会精神和市委政协工作会议部署，务实协商议政、积极建言献策、广泛凝聚共识，顺利完成各项议程。会议风清气正、圆满成功，是一次团结鼓劲、凝心聚力、开拓奋进的大会。

会议期间，仁怀市委书记常文松，市委副书记、市长陈清松，市人大常委会主任杨英，市委副书记代小林





等领导同志出席开幕会、闭幕会，听取委员大会发言，参加界别小组讨论，与委员们共商发展大计、共谋惠民良策。会议审议批准市政协主席刘进同志代表政协第七届仁怀市委员会常务委员会所作的工作报告，审议批准王洪波同志受政协第七届仁怀市委员会常务委员会委托所作的提案工作情况报告。与会委员列席市七届人大六次会议，听取并讨论市人民政府工作报告、市人民法院工作报告、市人民检察院工作报告及其他有关报告，讨论《仁怀市国民经济和社会发展的十五个五年规划纲要（草案）》，表示赞同并提出意见和建议。

会议认为，2025年是仁怀撤县设市30周年，“十四五”规划收官和“十五五”规划谋篇布局之年。一年来，市政协及其常委会持续深入学习贯彻习近平总书记关于加强和改进人民政协工作的重要思想，始终坚持党的全面领导，全面落实中共仁怀市委决策部署，认真履行政治协商、民主监督、参政议政工作职能，深入调研、务实

协商、广聚共识，有效发挥专门协商机构作用，积极践行基层协商民主，畅通民意渠道，汇聚多元意见，主动适应新时代人民政协工作新要求，坚持以改革创新精神加强政协“两支队伍”建设，有力提升政协委员履职能力和机关服务保障水平，凝聚起上下一心、共谋发展的强大合力，为全市高质量发展和现代化建设作出了积极贡献。常委会工作报告和提案工作情况报告对2026年的工作部署安排符合实际、切实可行，常委会要认真组织实施，务求抓出实效。

会议强调，2026年是“十五五”开局之年。市政协及其常委会要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面学习贯彻中共二十大和二十届历次全会精神、习近平总书记在贵州考察时的重要讲话精神，按照省委、遵义市委、仁怀市委全会和仁怀市委政协工作会议的安排部署，在中共仁怀市委的正确领导下，牢牢把握专门协商机构的性质定位，充分发挥专门协商机构作用，进一步做好凝聚人心、凝聚共识、凝聚智慧、凝聚力量的工作，努力开创全市政协工作新局面，为全市经济社会高质量发展作出新的更大贡献。

会议号召，全市政协组织、政协各参加单位和广大政协委员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，在中共仁怀市委的正确领导下，坚定信心、团结奋斗、真抓实干，奋力推动全市政协事业高质量发展，助力“十五五”开好局、起好步，为谱写中国式现代化仁怀篇章作出新的更大贡献！

仁怀首马何以“出圈”？

● 文 / 陈万辉

3月22日清晨7时30分，贵州仁怀，赤水河畔。当发令枪响划破酒都的晨雾，万名跑者涌上赛道。没有人预料到，这场县级城市首次举办的马拉松，会在中国马拉松版图上留下如此独特的印记。

没有世界纪录被打破，没有明星跑者刷屏，甚至赛前有人质疑：一个县城办马拉松，能行吗？

结果出人意料。赛后一周，全网传播量超过1.2亿次，跑者自发撰写的“种草帖”刷屏社交平台。“73岁大爷仁怀跑马”登上热搜，“轮椅跑者坚持完赛”感动无数网友。更让人意外的是，累计吸引超10万人次到场参与赛事活动，直接带动消费超6000万元。

一场C类赛事，跑出了A类服务；一场“慢”比赛，却“快”速出圈。仁怀首马的破圈密码，恰恰藏在一个“慢”字里。

慢工细活：C类赛事的A类答卷

“凌晨5点，酒店就把早餐准备好了。我跑了30多场马拉松，第一次享受到这种待遇。”来自广州的跑者张先生在自己的朋友圈写道。配图是一碗热气腾腾的羊肉粉，配文只有一个字：暖。

这不是个例。赛事期间，仁怀所有接待酒店均在凌晨5点前为选手提供早餐。42.195公里的赛道上，每2.5公里1个固定医疗点，每100米1名医疗志愿者，每0.7公里1名携带AED的骑行救护员。赛后，40米长桌一字排开，羊肉粉、高粱汤圆、养生粥免费供应，累计提供1.3万余份。

“C类赛事，A类服务”——这是跑圈对仁怀首马最普遍的评价。

数据背后是细节的堆砌：1500名安保力量、2100名志愿者、23辆救护车、60台移动AED、108辆公交车、117班次接驳车、100辆免费出租车……这些数字在赛事总结报告里是冰冷的，但在跑者体验里，是凌晨5点的热粥、是赛道旁一声声“加油”、是完赛后一碗暖到心底的羊肉粉。

“我们可能不是最快的赛道，但我们想做最暖的赛事。”赛事组委会相关负责人说。这句话，在赛后得到了验证。



慢品酱香：用文化“熬”出的赛道

“这不像在跑马拉松，更像在逛一座活着的酒文化博物馆。”来自福建的跑者陈先生完赛后感叹。

赛道串联起国酒门、天下第一瓶、南部新城、茅台学院、万吨酒库等核心地标。跑者一步一景，在奔跑中触摸酱酒酿造的非遗技艺，回望四渡赤水的红色记忆，感受盐运古道的历史厚重。

起点龙门架汲取“国酒门”造型灵感，完赛奖牌融入茅台酒樽、赤水河元素。赛道沿线，茅台学院交响乐团优雅演奏，后山民族舞蹈翩然起舞，“酒哥酒妹”与跑者热情互动。47家企业3000

余人组成助威团队，在赛道沿线绵延数十公里，形成独特的“酱香加油带”。

“这不是一场比赛，这是一次文化沉浸。”有跑者这样评价。

更让人惊喜的是配套开展的“醉美酒都欢乐购·‘马’上消费周”。组委会打破传统展销模式，将白酒文化与沉浸式体验结合，开展12987酿造跑酷通关打卡、酒咖体验、酱酒特调品鉴等活动。18家酒企、30家农特商户参与，累计带动消费超1500万元。

一场马拉松，让跑者不仅带走了完赛奖牌，更带走了对一座城的深刻记忆。“赛事流量”就这样变成了“消费增量”。



慢调生活: 万人空巷背后的城市温度

3月22日这天, 酒都仁怀万人空巷。

赛道沿线, 市民自发组成“加油站”, 拉起横幅, 敲响锣鼓。有人自发参与赛道沿线志愿服务, 有人抱着孩子用稚嫩的声音喊“加油”。出租车司机文明驾驶, 主动为外地选手指路; 沿街商户自觉规范经营, 用最好的状态迎接八方来客。

“我第一次见到一座城市为一场比赛如此倾尽全力。”来自成都的跑者李女士说。

这背后, 是政府与市民的双向奔赴。赛前, 组委会发布文明倡议书, 市民积极响应, 主动调

整出行时间、选择绿色出行, 最大限度减少对赛事的影响。赛中, 市民自觉遵守秩序, 主动为跑者让出通道。赛后, 不少市民自发参与清理赛道周边杂物。

“从旁观者到参与者, 我们想让每一位跑者感受到: 跑进仁怀, 就是回家。”一位社区干部这样解释市民的热情。

这种热情, 让跑者真正实现了“跑一场马, 爱上一座城”。网络上, 73岁大爷仁怀跑马、轮椅跑者坚持完赛的故事广泛传播, 成为赛事“破圈”的亮点。这些故事没有惊心动魄的情节, 却因真诚而动人。

慢的哲学：当马拉松遇见“酱香速度”

在中国马拉松井喷式发展的今天，每年数百场比赛，真正让人记住的屈指可数。一个县级城市，凭什么出圈？

仁怀的回答是：不拼速度，拼温度；不拼规模，拼细节；不拼明星，拼真诚。

这不是一场追求“最快”的比赛。赛道有长坡，有弯道，有折返，对精英跑者并不友好。但仁怀把“短板”变成了特色——赛道沿线精心布置的展演点，让跑者在疲劳时听到交响乐、看到民族舞；补给站不仅提供水和饮料，还有本地特色美食；除了完赛包里的奖牌，还有酱酒文创和酱香黑啤等“酒都心意”。

“慢，不是落后，是一种选择。”有评论员这样分析仁怀首马的出圈逻辑。仁怀没有急于申报A类赛事，而是把首届定位为“打基础、树口碑”。从招商到服务，从文化植入到氛围营造，每一个环节都在为“赤水河谷、中国酱香”特色马拉松品牌积累经验。

慢的力量：一座城的马拉松答卷

赛事落幕，但故事刚刚开始。

仁怀马拉松的成功，不仅在于数据和口碑，更在于它提供了一种县域城市办大赛的新范式：不追求高大上，而追求小而美；不攀比精英成绩，而专注大众体验；不迷信流量明星，而深挖本土文化。

“我们不是在办一场比赛，我们是在为城市打造一张名片。”仁怀市委宣传部相关负责人说。

这张名片上，有酱香，有温度，有人情味。它让跑者记住了一座城，也让一座城因马拉松而更加自信。



中国马拉松的发展，需要破纪录的顶尖赛事，也需要像仁怀这样“慢下来、沉下去”的特色赛事。当跑步回归生活，当赛事融入城市，“跑一场马，爱一座城”就不再是一句口号，而是一种可触可感的真实体验。因为跑步的终点，从来不只是那块完赛奖牌，而是更好的自己、更暖的城市、更真的生活。🏃‍♂️

2026 年世界酱香白酒核心产区 (仁怀)“美酒献华夏”沉浸式体验 推介活动启幕

●文 / 卢涛 刘磊

3月21日, 2026年世界酱香白酒核心产区(仁怀)“美酒献华夏”沉浸式体验推介活动在酒都广场启幕。参加仁怀马拉松的跑者代表、白酒企业代表、媒体代表等百余人参加活动。

市委书记常文松出席并致辞。市委副书记、市长陈清松作产区推介。市人大常委会主任杨英, 市政协主

席刘进, 市领导欧大兵、杨云飞等参加。

常文松在致辞中向远道而来的各位嘉宾、企业家朋友和长期关心支持仁怀发展的各界人士表示热烈欢迎和诚挚感谢。他说, 过去的2025年, 白酒行业在深度调整中穿行, 消费市场在理性回归中重塑。作为世界酱香白酒核心产区, 仁怀始终坚持以“产区带动、企业联





动、消费互动”破局开路，精心打造“亲民酒、口粮酒”矩阵，从“美酒献华夏”走遍神州，到“黔酒全球行”跨越重洋，助力地方白酒企业开拓市场。穿越行业周期，仁怀将锚定“五个最”战略目标，深化“赤水河谷 中国酱香”产区品牌建设，强化产区“认证赋码”溯源体系，引导企业精准优化产品布局，以茅台镇建设世界名镇、仁怀市建设世界知名的休闲度假旅游城市为牵引，加快推动“卖酒向卖生活方式转变”，以全新姿态谱写“十五五”白酒产业发展新篇章。

常文松最后说，本次“美酒献华夏”酒友集市，是一场集视觉、味觉于一体的沉浸式体验。诚挚邀请各位跑友用脚步丈量酒都，赴春天之约，与世界共酌，举一杯时光陈酿，叙一段酒都情长，深度体验“酒文体旅”的蝶变升级。

陈清松围绕世界酱香白酒核心产区（仁怀）的独特价值与发展前景作产区推介，他说，仁怀产区是一方

山水自然、得天独厚的生态宝地，是一脉匠心传承、时光窖藏的人文积淀。赤水河滋养出全球独一无二的酱香白酒产业集群，凝结着代代酿酒人的心血与坚守；是一幅产区崛起、诗酒年华的发展图景。茅台酒产区、茅台镇传统优势产区、仁怀集聚区三大产区协同聚力、一体发展，以酒兴文、以文促旅、以旅彰体、以体赋能，令每一名酒商酒友心驰神往。我们将以最大诚意、最优政策、最好服务，为每一家来仁投资兴业的企业保驾护航。我们愿同全国各地的企业家朋友深化渠道合作，共享产区红利，深耕市场、共创价值，让仁怀酱酒走向世界、香飘寰宇。

此次沉浸式推介活动以举办马拉松赛事为契机，通过沉浸式互动体验与惊喜福利联动等多元形式，增强群众参与感与现场互动性，以“酱酒+美食+互动”多元融合方式，搭建酒企、商家与酒友面对面交流沉浸式平台，全方位展现仁怀酱香独特品质与产区魅力。🍷

春风遇锦城 仁怀献佳酿

世界酱香白酒核心产区(仁怀) “美酒献华夏”(成都站)宣传推介 活动举行

常文松秦书尧致辞
周海滨作分享

王新国季克良等参加
杨云飞李武作推介

● 文图 / 甘宗炯 刘磊

3月23日,世界酱香白酒核心产区(仁怀)“美酒献华夏”(成都站)宣传推介活动在成都世纪城举行。

遵义市委常委、仁怀市委书记、仁怀经开区党工委书记常文松,中国酒类流通协会会长秦书尧致辞。中国酒类流通协会主席团主席王新国,国家级非物质文化遗产传承人、酿酒大师、中国酒都·首席仁怀酱香酒匠季克良,国家知识产权局专家、北京华智众创总经理周海滨,中国食品工业协会副秘书长杨强,中国酒业协会副秘书长、白酒分会秘书长甘权等出席。仁怀市有关领导黄涛、欧大兵、焦林、杨云飞及相关部门负责同志,酱酒专家代表、产区企业代表、仁怀酱酒集团经销商代表和部分主流媒体记者等参加。

常文松代表仁怀市委、市人民政府向推介活动的成功举行表示祝贺!向长期以来关心和支持仁怀发展的各界朋友致以衷心感谢!他说,当前,白酒行业处于深度调整期,面对变局,仁怀以“自我革新”的勇气破浪前行,锚定建设“五个最”的世界酱香白酒核心产区,以“价值深蹲”助力“产业起跳”。聚焦文化根脉最

深厚,从“岁月积淀”向“情感共鸣”跃迁,培育产文融合“价值线”,让每一次举杯都能与消费者产生深度共鸣。聚焦产业链条最完备,从“链式配套”向“生态共生”跃迁,打造循环增值“闭环线”,让仁怀酱香白酒触达更广阔的市场空间。聚焦要素配置最高效,从“物理集聚”向“化学反应”跃迁,夯实集约发展“支撑线”,促进优质要素向优强企业、优质项目高效流动。聚焦成本优势最突出,从“资源红利”向“系统红利”跃迁,让产区的每一份资源发挥最大效益、释放最大价值。聚焦产品品类最具市场竞争力,从“单一引领”向“雁阵齐飞”跃迁,建立梯次清晰“矩阵线”,加快构建“高端引领、中端支撑、大众覆盖”的梯次产品结构。仁怀将把行业调整期视为“苦练内功、转型提质”的宝贵战略机遇,以“五个最”为引领,全面提升世界酱香白酒核心产区引领力,为白酒行业穿越周期注入强劲动能,加快打造具有全球影响力的历史经典产业集群。

秦书尧表示,在行业筑底、复苏的背景下,产区



和酒企要顺应变革、主动求新，在品质上要坚守传统工艺、严控酿造环节。在品牌上要拥抱新平台，创新推广形式，实现品牌年轻化突围。在市场上要深化消费运营，提升用户粘性，实现市场健康、持续增长。仁怀作为世界酱香白酒核心产区，要成为引领酒业高质量发展的“主引擎”，以“五个最”有力推动产业发展，实现从“企业单点竞争”向“产区系统竞争”跨越。

本次推介会围绕“五个最”，以政企协同、多方联动的方式，分“赋能·筑牢根基、铸就·产业宏图、叩问·文脉史诗、新生·价值共鸣、共赴·万里星瀚”五个环节进行，旨在共促仁怀酱香酒品牌价值提升

与市场拓展。

活动现场，仁怀市政府副市长杨云飞、仁怀酱酒集团董事长李武分别作了产区宣传推介和产品战略推介。中国酒类流通协会主席团主席王新国，国家级非物质文化遗产传承人、酿酒大师季克良联合发布《酱香工匠口述史》。市委常委、市政府党组副书记、仁怀经开区党工委副书记、管委会副主任黄涛为中国酱香白酒核心产区酱酒文化传播大使颁授荣誉。周海滨作《以地理标志为魂，酿世界酱香之韵》主题分享，深入解读“仁怀酱香酒地理标志证明商标”的运用与价值转化。当天还举行了招商签约仪式和赋码产品及产区产品推介。📍

常文松王新国到 成都春季糖酒会仁怀展区巡展

● 文 / 甘宗炯 刘磊



3月23日，遵义市委常委、仁怀市委书记、仁怀经开区党工委书记常文松，中国酒类流通协会主席团主席王新国前往第114届成都春季糖酒会仁怀展区巡展，深入了解参展企业市场对接、品牌推广等情况。市领导黄涛、欧大兵、焦林、杨云飞参加。

常文松先后前往贺天下、百年黔庄、黄金酱酒、仁怀酱香酒等企业展位，与企业负责人亲切交流，详细询问产品结构、渠道拓展等情况。他指出，当前酱酒产业虽处于深度调整期，对于仁怀而言，茅台集团龙头引领力没有变、仁怀核心产区的竞争力没

有变、酱酒消费扩容的趋势没有变。企业要坚定发展信心，抢抓市场机遇，在变局中稳根基、在调整中谋升级。

巡展期间，常文松强调，各部门、行业协会要强化产区品牌塑造，借助成都糖酒会平台，多渠道组织品鉴、推介活动，讲好仁怀酱酒故事，持续提升“世界酱香白酒核心产区”的知名度与美誉度，让“好酱酒、仁怀酿”深入人心。要把《深化世界酱香白酒核心产区建设政策措施》精准落地作为重中之重，聚焦企业急难愁盼，持续打出降本增效“组合拳”。各企业要坚守品

质底线，深耕品牌建设，主动适应市场变化，优化产品矩阵，创新营销模式，不断提升市场竞争力，推动优质酱香酒走向全国、迈向世界。要强化协同联动，在产区管理、行业自律、诚信建设、知识产权保护上同向发力，在品牌宣传、标准引领、质量建设、科研赋能上综合施策，切实维护仁怀产区良好形象。要依托产区平台抱团发展，共同维护核心产区公共品牌形象，在行业调整中抢抓机遇、做大做强，为白酒产业健康发展营造优良环境，推动酱酒全产业链集群化、高质量发展。■



香港特别行政区政府商务及经济发展局局长丘应桦率队莅仁考察

●文 / 孙枫林

3月26日，香港特别行政区政府商务及经济发展局局长丘应桦率考察团，莅临仁怀酱酒集团参观考察。

在仁怀酱香酒庄，考察团一行参观了大厅沙盘、文化走廊、6D馆及生产车间，沉浸式体验酱酒酿造工艺，还参与专业的品评勾调，近距离感受仁怀酱香酒的文化底蕴与酿造精髓。

此次交流，搭建起黔港酒类产业合作的重要桥梁，为酱酒品牌深耕港澳市场、推动黔港经贸文旅融合发展，注入全新动能，助力仁怀酱香酒走向更广阔的国际舞台。

据悉，考察团在仁怀期间，还于3月27日前往贵州茅台集团参访考察。



“国宝”归来

——长江珍稀水生生物的自述（贵州篇）



今年政府工作报告提出，要加强生物多样性保护，实施好长江十年禁渔。

长江，中华民族的母亲河。中国高质量、可持续发展之路如何走？长江经济带是一扇重要窗口，给世界以答案。

2016年1月在重庆召开的推动长江经济带发展座谈会上，习近平总书记强调，当前和今后相当长一个时期，要把修复长江生态环境摆在压倒性位置，共抓大保护，不搞大开发。

长江大保护十年来，长江经济带优良水质比例从67%提升至96.5%。尤其是长江十年禁渔启动以来，沿江11个省市因地制宜、积极行动，开展岸上岸下“一体化”生态保护修复，长江鲟、中华鲟、长江江豚等长江珍稀水生生物种群陆续恢复，数量不断增长。

2026全国两会期间，贵州日报联合长江上、中、下游地区的重庆日报、湖南日报、湖北日报、新华日报、解放日报，采撷各省市保护长江珍稀水生生物的生动故事，对话全国人大代表、全国政协委员，共同推出联动报道。让我们跟随长江“国宝”的身影，打开一幅长江大保护、绿色高质量发展的美丽画卷。

“宝贝”自述**赤水河长江鲟：一定会重回长江繁衍生息**

我是一尾长江鲟，以前常年定居在长江中上游，是长江的旗舰性、标志性物种之一。

人们容易把我们和中华鲟搞混淆。其实我们是长江里的“亲兄弟”，都属于鲟科家族。不同的是，我们比较“宅”，主要栖息在长江上游，偶尔在中游活动，个头比较小。而中华鲟是“旅行家”，可以洄游数千公里，成年后比我们个头大得多，是长江里的“巨无霸”。

在人类活动侵扰和流域水质环境变化下，我们家族自然种群规模急剧缩小。2000年后，长江全江段均未发现我们自然繁殖的幼鱼，2022年我们被世界自然保护联盟宣布野外灭绝。现在，我们是国家一级重点保护野生动物，主要依靠人工繁育技术“人工保种”，通过增殖放流对自然种群进行补充。

科研团队曾在长江干流开展试验，但仅实现我们的自然产卵，未观察到鱼卵在野外自然孵化。自然繁殖产卵孵化是重建野外种群的关键。而自然的水域生态环境非常重要，修建水坝会对我们洄游和产卵产生一定影响。

赤水河是长江流域支流唯一未修建水坝的“原生态”河流，是长江上游珍稀特有鱼类国家级自然保护区的重要组成部分。2025年4月，科研人员把我们投放在贵州省赤水市复兴镇河段，辅以引流和水文调度等，我们自然产卵20万枚，并在野外孵化出苗。

这是我们被宣布野外灭绝后，首次在野外环境下产卵并自然孵化成功，让我们看到了野外种群重建的希望。

我们还高兴地看到，贵州在大力推进赤水河生态保护和修复工作，统筹推进岸上综合治理与生态修复工程，创新推进跨流域生态补偿体制机制，系统实施山体修复、农田提质、白酒产业低碳转型等举措。尤其是2021年长江十年禁渔全面启动以来，赤水河（贵州段）水生生物物种多样性稳步提升。

从“野外灭绝”到“自然繁殖孵化”，我在赤水河见证了长江大保护的奇迹。我们的野外种群恢复还需要漫长的过程，相信在人类的努力下，我们一定会重回长江繁衍生息。



一线人物

赤水河航道管理局习水航道段段长申学良： 守护一条有生命的河

又是一年春来到。站在赤水河畔，申学良想起了去年春天的那次特殊测量任务。

2025年4月，赤水河干流复兴镇段迎来一项备受关注的科学实验——10对长江鲟亲鱼被放流至赤水河，科研团队尝试通过人工改造生境条件，实现这一珍稀物种的自然繁殖。

贵州省赤水河航道管理局联合相关专家，开展长江鲟自然产卵及孵化出苗环境的全方位监测与数据采集。时任勘测设计科科长申学良，正是这项任务的带头人。

他们的任务，是运用RTK定位仪、测深仪、流速测定仪等专业设备，对试验水域及周边区域的地形地貌、水深分布、流速流量等关键特征进行全面监测采集。“当时心里只有一个念头：每一个数据，都关乎着长江鲟能不能在这里安家。”申学良回忆道。

橡皮艇严格控制行进速度，作业路径反复推敲，每一个操作环节都要充分考量对水生生物的影响，确保实现“监测不扰生、数据保精准”。

“传统航道管理侧重保障畅通，而如今的航道管理，必须是通航保障与生态保护相融合。”申学良说，这次任务让他对“航道管理”四个字有了全新的认知。这份认知，已融入日常工作的点点滴滴，更系统的谋划也在持续推进。

“再过些日子，又到了鱼儿产卵的季节。”申学良望着河面轻声说，守护一条有生命的河，是一代代航道人共同的责任。

观点

张集智代表： 让一江清水绵延后世惠泽人民

“长江十年禁渔是为全局计、为子孙谋的重要生态保护政策。”全国人大代表，贵州省农业农村厅党组书记、厅长张集智介绍，贵州是长江上游重要生态安全屏障，以严实举措守护一江清水，相关工作取得显著成效。

水生生物稳步恢复。赤水河、乌江等重点流域鱼类种类大幅增加，分别由禁渔前90种、55种增至100种、74种，多年未见的红唇薄鳅、鳊鲴等珍稀土著鱼类频频现身，长江鲟在赤水河实现自然产卵孵化，赤水河水生生物完整性指数显著提升。常态化开展增殖放流，累计投放鱼苗9378万尾，呈现出鱼翔浅底、水清岸绿的美丽景象。

立体监管严密高效。构建水陆空监管网络，配备执法船艇123艘、无人机102架、视频监控1793个，实现重点水域全天候巡护。农业农村、公安、市场监管等部门联合，常态化开展“渔政亮剑”“平安长江”等专项行动，累计查办案件7100余件，涉渔违法行为逐年下降，有效遏制了非法捕捞行为。

退捕安置有力有效。对2494名退捕渔民建档立卡、分类施策，就业率、参保率、养老保险补贴率均达到100%，退捕渔民收入总体稳定。

“贵州将巩固好禁捕退捕工作成果，坚定不移推进长江十年禁渔，筑牢长江上游生态安全屏障，让一江清水绵延后世、惠泽人民。”张集智代表说。

一场诗与酒的时空对话

●文 / 梁晋毅

当“十二酒神”在聚光灯下捧出传世佳酿，当AI主持人与渠道伙伴隔空对话未来，当《酒诰》古训与区块链技术穿越时空交汇——3月23日，“美酒献华夏”成都站推介会，在四川成都洲际大酒店为世界酱香白酒核心产区（仁怀）呈现了一部跨越千年的现代“酿造史诗”。

推介会在《千年之酿》的史诗叙事中拉开帷幕，从汉代“枸酱”余韵与家国情怀说起，将观众带入时间长河。压轴亮相的，更是一部原创史诗吟诵剧《贺酒神》。“吾制《酒诰》，定礼明序，使酒以成礼，宴饮有节，方是酒之正途”。剧中，“十二酒神”之一、西周

制礼作乐的周公旦隔空对话上古造酒者仪狄。

汉武帝、阮籍、李白、杜甫、苏轼……一个个人们耳熟能详的名字，以“一人一形一舞一偈”的庄重，活化出一部流动的“中国酒神风骨谱”，将五千年中华文明、赤水河畔的薪火相传，凝练成可视、可感的文明图腾。

这场盛会，是仁怀面对白酒行业深度调整期交出的一份独特答卷。它用“五个最”——“文化根脉最深厚、要素配置最高效、产业链条最完备、成本优势最突出、产品品类最具竞争力”，向市场集中宣告了其穿越周期的底气与逻辑。



“山河有信，岁月凝香。”推介会以诗开篇，也以诗定魂。从历史纵深到文化高度，仁怀在全力回答“我是谁”的终极命题。遵义市委常委、仁怀市委书记常文松在致辞中阐述的“价值深蹲”，在此刻有了具象的注脚——对“文化根脉最深厚”的挖掘，被提升至战略核心。而“中国酱香白酒核心产区酱酒文化传播大使”的颁授，则标志着这种文化叙事正寻求更广泛的社会传播。

“守正”二字，贯穿推介会始终。会上发布的《酱香工匠口述史》，将酿造工艺具象化为一代代匠人的成长记忆。“仁怀酱香酒”地理标志证明商标、核心产区赋码认证产品集中展示，则是“守正”的规则化、体系化表达，为产区品质筑起法律的护城河。

如果说上半场是面向历史的回望，那么情景剧《破局》与AI主持人的登场，则是一次面向未来的勇敢进击。剧中，AI发布人“酱小伙”与渠道伙伴、消费

者展开互动，以生活化的场景，生动揭示了仁怀酱酒集团构建的“数消世界”数字化平台的价值。这不仅是营销模式的创新，更是“要素配置最高效”与“成本优势最突出”在数字时代的系统化解决方案。

推介会的高潮，充满仪式感与神秘色彩。当“十二酒神”以庄重的仪态，手捧仁怀酱香酒地理标志产品展示时，成为承载文化与精神的信物。这一刻，“产品品类最具市场竞争力”不再是一句口号，而是一种可被品尝、可被感知的综合价值体验。

这正是核心产区在行业“存量博弈”时代给出的解题思路：以最深的文化确定性，对冲外部市场的不确定性；以最系统的产业生态，应对碎片化的竞争挑战。“千年酱香，源自仁怀！传世佳酿，共赴未来！”这是仁怀产区面向未来、充满自信的文化宣言与价值主张。



以“五个最”铸核心产区 以确定性领行业新程 —— 仁怀破局存量博弈的时代答卷

●文 / 梁晋毅

春风拂锦官，酱香耀华夏。3月23日，“美酒献华夏（成都站——世界酱香白酒核心产区（仁怀）暨仁怀酱香酒品牌推介会”盛大启幕，遵义市委常委、仁怀市委书记常文松在致辞中，以行业深度调整为背景，系统阐释仁怀打造文化根脉最深厚、产业链条最完备、要素配置最高效、成本优势最突出、产品品类最具市场竞争力的世界酱香白酒核心产区战略蓝图。

当前，白酒行业产量连续九年下行，2025年降至354.9 万千升，较峰值缩水近七成，步入“增量转存量、规模转质量、产品转价值”的深度重构期。仁怀以“五个最”为战略抓手，以核心产区定力对冲市场变局，以价值深耕引领产业升级，为中国白酒穿越周期、迈向高质量发展树立标杆。

文化根脉最深厚，以产文融合铸行业精神内核。

仁怀以千年酿酒史为基，让酱酒从岁月积淀走向情感共鸣，开辟“卖酒向卖生活方式”转型新路。深挖赤水河畔酿造文脉，活化茅台雅集、杨柳湾街、茅酒之源等文化地标，打造可触摸、可沉浸、可共鸣的酱酒文化新空间；创新“酱酒+演艺、酱酒+非遗、酱酒+体育”多元业态，建设兼具酿造功能与文化美学的沉浸式酒庄，让传统工艺与现代审美相融。仁怀以文化为魂，赋予酱酒情感载体与时尚表达，为白酒行业注入文化自信，重塑产文融合价值标杆。

产业链条最完备，以生态共生筑产业竞争高地。

仁怀摒弃环节叠加思维，构建全链条协同、闭环式增值的酱酒产业生态，引领行业从



链式配套向生态共生跃迁。上游筑牢36万亩高粱种植“第一车间”，守护品质源头；中游发力科技研发、检验检测、智改数转，让智能酿造、数字酒库、智慧物流成为行业标配；下游深耕国内外市场，打通线上线下渠道，拓展市场边界。从原料种植到酿造生产，从科技赋能到市场流通，仁怀构建起全球最完整的酱酒产业链，以产业生态优势筑牢行业发展根基。



要素配置最高效，以集约集聚激转型发展动能。仁怀推动产业要素从物理集聚向化学反应升级，打造“茅台引领、群星闪耀”的产业格局。出台 28 条政策干货，首批兑现 3000 余万元投产补助，以超常规举措赋能企业；集聚国台、钓鱼台等优强企业，吸引头部资本入局，优化产区企业梯队；深化赤水河流域生态保护，补齐环保、人才、低碳短板，推动园区化、集约化发展。仁怀以高效要素配置、优质营商环境，让资源向优强企业、优质项目流动，为行业集约转型提供实践范本。

成本优势最突出，以系统红利提产业发展效益。仁怀依托成熟产业工人、协同包材集群、高效物流网络、稳定能源供应，实现从资源红利向系统红利跨越。构建现代物流体系，发展智慧绿色物流；升级“企业之家”服务，推动惠企政策免申即享；探索“绿色能源 + 酿造”模式，推进酿酒副产物资源化利用，布局大健康产业。仁怀将单一成本优势转化为效率、创新、生态复合优势，以高效协同降低产业成本，为行业降本增效、绿色发展注入强劲动力。

产品品类最具市场竞争力，以矩阵布局应消费变革潮流。仁怀锚定“少喝、喝好、喝对”消费趋势，构建“高端引领、中端支撑、大众覆盖”的产品矩阵，实现从单一引领向雁阵齐飞。以茅台为龙头，全力打造“仁怀酱香酒”地理标志品牌，打造“1+N”品牌体系；深耕高端次高端市场，发力300元以下大众市场，开发亲民酒、口粮酒与小规格、新场景产品，探索预调酱酒等创新品类；健全产区标准，深化“一瓶一码”溯源，坚守品质诚信底线。仁怀以差异化、多元化产品布局，适配消费分级与年轻化需求，引领行业产品创新方向。

存量博弈时代，产区价值为王；产业兴则产区兴，产区强则行业强；行业调整周期，长期主义制胜。在白酒行业转型升级的关键节点，仁怀以“五个最”为引领，以文化铸魂、以产业链筑基、以要素赋能、以成本增效、以产品拓市，用核心产区的确定性应对市场的不确定性，以价值深蹲助力产业起跳。作为世界酱香白酒核心产区，仁怀正以担当精神与创新实践，为中国白酒行业穿越周期、转型升级提供核心动力，加快打造具有全球影响力的历史经典产业集群。■

共赴酱酒新路 仁怀产区抱团亮相2026“春糖”

●文 / 梁晋毅 王欣

3月21日，2026春糖会“名酒之光”主题展在成都世外桃源酒店正式启幕。仁怀酱酒集团、怀庄酒业、远明酒业、酣客君丰、汉台酒业、黄金酱酒、黔酒股份、唐庄酒业、黔庄酒厂等来自世界酱香白酒核心产区的数十家酒企集体亮相，以“抱团取暖”之势，在行业深度调整期向全国客商展示产区品质自信与转型决心。



成本，提振了出征信心，仁怀产区共有80多家企业出击本届“春糖”。

在展会现场，这种“产区一盘棋”的思路得到了充分体现。仁怀酱酒集团作为产区代表，在仁怀酱香酒道馆内构建了完整的展示矩阵。代表产区品质标杆的“道、义、诚”系列，主打大众酱香与高性价比的“台河”“藏酒”等经典核心产品，以及富有文化创意的“酱小伙”“仁人有礼”系列和跨界创新品类酱香威士忌错落有致，吸引了众多观展人。仁怀酱香酒公司西南

政府协会“撑腰”，产区抱团“亮家底”

面对当前白酒行业“成本收益倒挂”的参展顾虑，仁怀产区展现出强大的组织力。据悉，在3月17日举行的仁怀市春糖参展动员会上，仁怀市商务局联合酒业协会为参展企业送出了“政策礼包”，依据《深化世界酱香白酒核心产区建设政策措施》，对参加有组织酒类会展的企业给予真金白银的补助，降低了企业参展





区经理汪伟介绍,开展以来,截至23日上午已有300余人次进馆了解交流,春糖会已成为展示产区文化、获取前沿资讯的重要平台。

老牌酒企“亮底牌”,大众酱香成新赛道

在黔庄酒厂的展区,来自成都的两位客商与工作人员交流正酣。当得知黔庄是上世纪80年代建厂的老企业,拥有近2万吨的基酒储量这一“硬核家底”后,双方很快达成了合作意向。一位来自安徽的客商则从酱酒的“12987”酿造工艺开始,详细了解酱香酒从生产到勾调的每个环节,他表示,酱香酒作为纯粮食酿造的白酒,很符合当下消费者追求健康的生活方式。

黔酒股份黔酒营销部副总经理雷洪程表示,尽管此次参展公司来了30多名员工,各类开销超百万元,但收获颇丰。他负责的“方瓶黔酒”新品,是面向大众的口粮酒系列,每天都有一批签约客商。雷洪程认为,当

前酱酒赛道已进入下半程,拼的不仅是企业的韧劲、实力,更是对企业员工开拓性的考验,只有主动出击,求新求变,才可能在淘汰赛中活下来。

直面C端,合规与性价比成破局关键

酣客君丰酒业大客户中心顾问张寅嵩分享了当前的市场洞察。他指出,当前有很多C端大客户已不再愿意通过B端客商来购买消费品,他们在追求品质、性价比的同时,更看重合规性。对这类客户而言,酱酒在白酒品类中具有独特优势,未来酣客君丰将持续深耕这一市场。

业内人士分析,仁怀产区此次组团参展,不仅展示了从高端标杆到亲民口粮的全价格带产品布局,更通过政府背书与协会组织,构建了“买得放心、喝得明白”的产区信任体系。在行业深度调整期,仁怀产区正以“政府搭台、协会组织、企业唱戏”的抱团逻辑,探寻穿越周期的确定性路径。

仁怀酱酒集团： 以“数消世界”为载体探索酱酒产业数字化转型新实践

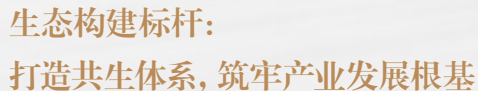
● 文 / 梁晋毅

3月23日，四川成都，世界酱香白酒核心产区（贵州·仁怀）品牌推介会现场，原创小品剧《破局》惊艳亮相。一个烟酒店老板的转型故事，回应了行业深度调整期的发展难题，更揭晓了仁怀酱酒集团的破局之策——“数消世界”平台。

这一平台的落地，不仅是集团从“卖酒”到“经营用户”的重要实践，更以全链路创新重构产业逻辑，为存量时代的产业高质量发展提供了新的探索路径。

锚定国家数字化转型与实体经济深度融合的政策导向，立足仁怀酱酒产业从“增量分享”转向“存量博弈”的行业现实，仁怀酱酒集团以“数消世界”为抓手，将“五大创新”“五大升级”战略转化为可落地、可复制的产业实践，更以“九大坚守”为底线，着力构建厂家、渠道商、消费者协同发展的数字生态。这一创新举措，不仅精准破解传统渠道库存积压、资金占用、用户粘性不足等行业痛点，更率先实现了从“B端渠道驱动”到“C端消费者驱动”的战略转型，其标杆意义根植于模式创新的引领性、生态构建的完整性、产业价值的带动性三大核心维度，为整个酱酒行业树立了数字化升级的清晰标杆。

这种“渠道减负、用户增利、产业提效”的创新模式，不同于传统数字化工具的单一功能，更加强调B端与S端的协同联动和生态共，为行业提供了可复制、可推广的转型模板。



“数消世界”并非单一平台，而是以消费者为中心的数字生态闭环，其构建的全链条生态体系，为酱酒产业生态化发展提供了新的实践参考。平台围绕“要素配置最高效”“产品品类最具竞争力”的产区“五个最”战略要求，将“五大创新”“五大升级”“九大坚守”深度融入生态运行，形成“创新——升级——坚守”三位一体的生态支撑。



仁怀酱酒集团
REN HUAI JIANG JIU JI TUAN

数消世界

消费省钱 有机会免费



好品、好价、好省



扫码下单，立享福利



生态层面，平台打通生产、流通、消费全环节，厂家以“九大坚守”守住品质底线，确保商品真实可追溯；渠道商以服务商身份承接本地化服务，提升用户触达效率；消费者通过与真实消费行为相对应的权益机制，形成“品质保障——服务升级——权益激励”的良性循环，彻底重构厂商共生、用户共赢的产业新生态。

价值层面，平台相关消费权益以真实商品交易和消费场景为基础，规则清晰、来源明确、用途可溯，不依赖短期流量投放和一次性营销刺激，着力打造长期、稳定、可持续的产业协同模式。这既契合高质量发展要求，也符合酱酒产业“重品质、重生态”的基本属性，为行业生态健康发展提供了有益参考。

产业价值标杆：

引领转型浪潮，赋能产业高质量发展

作为仁怀产区国有龙头平台的创新力作，“数消世界”的行业标杆意义，更体现在其对整个酱酒产业的引领与赋能作用。推介会上，集团董事长李武系统阐述的战略蓝图，以“五大创新”为关键引擎、“五大升级”为核心支撑、“九大坚守”为行动

纲领，明确了“数消世界”的战略定位——不仅是集团自身的转型抓手，更是酱酒产业数字化升级的一项探索实践。

在行业层面，“数消世界”率先打破传统营销桎梏，推动酱酒产业从“渠道内卷”转向“用户经营”，为存量时代的产业发展提供了新思路，其成功实践将带动整个行业加速数字化转型，提升产业整体效率与竞争力。

在产区层面，平台精准落实仁怀产区“五个最”战略，以高效的要素配置、强劲的产品竞争力，强化仁怀酱香白酒核心产区的品牌优势与产

业壁垒，进一步巩固产区在全球酱香白酒领域的核心地位，彰显国有平台服务产业发展的责任担当。

“我们的价值，源于真实的供需，成于共生的生态。”仁怀酱酒集团董事长李武的表述，正是“数消世界”标杆价值的核心写照。当下，这场由产区国企引领的数字化革命，正以“数消世界”为标杆，为寒冬中的酱酒行业注入暖流，为中国酱酒产业高质量发展探索新路径、贡献新力量，更成为传统白酒行业拥抱数字化、实现转型升级的标志性样本。📍



【出海东南亚】 菲律宾酒类市场分析

● 文 / 辛华

东南亚经济持续增长与人口结构红利叠加的背景下，菲律宾正成为区域内极具潜力的酒类消费市场之一。其年轻化人口结构、不断扩大的中产阶层、稳步复苏的旅游业以及日益成熟的现代零售体系，共同推动酒类消费规模持续扩张。尽管市场仍以本土品牌为主，但进口酒类在中高端细分领域的增长趋势已经显现，为具有差异化优势和品牌战略能力的国际企业创造了切入空间。

本报告旨在为中国有意拓展东南亚市场、尤其是菲律宾市场的酒类企业，系统梳理菲律宾酒类消费结构、进口税制环境以及中国酒类产品的潜在机遇与现实挑战，帮助企业在进入市场前建立清晰、理性且具有前瞻性的战略判断基础。

01. 菲律宾酒类消费市场概况

一、市场规模与增长趋势

菲律宾酒类市场在东南亚属于体量较大、结构成熟且持续增长的市场之一。

根据多家国际市场研究机构综合数据，菲律宾酒类市场规模约为70-75亿美元区间（2025年前后），预计未来5-8年保持3%-5%的年均复合增长率。按销量计算，年消费总量约为30多亿升，近五年整体销量年均增长约6%-7%。

核心增长驱动因素包括：人口结构年轻。菲律宾人口超过1.1亿，中位年龄约24岁，是东南亚最年轻的国家之一，年轻群体社交消费活跃。城市化与中产阶层扩大。马尼拉大都会区、宿务、达沃等城市消费能力持续提升。旅游业复苏。长滩岛、巴拉望、宿务等旅游

目的地带动酒店、餐饮及夜生活消费。现代零售体系与电商渠道发展，为进口品牌提供更好的销售基础。

二、品类结构

菲律宾酒类市场结构明显，以大众消费为主：

1. 啤酒占整体市场约70%以上，是绝对主导品类。消费场景覆盖家庭、便利店、小型零售店、餐饮及夜场。价格敏感度较高，但高端与进口啤酒正在形成细分市场。

2. 烈酒占比约20%-25%，包括朗姆酒、威士忌、白兰地、伏特加等。本地烈酒价格低廉，占据大众市场；进口烈酒主要集中在中高端消费群体。

3. 葡萄酒及其他占比相对较小，但增长较快。进口葡萄酒近年增长明显，特别是在城市白领、酒店、餐厅和外籍人士群体中。

整体而言，菲律宾市场以本土品牌主导，但消费升级趋势为进口产品创造了稳定扩张空间。

三、进口酒类消费情况

菲律宾进口酒类整体占比仍然较低（约4%左右），但在以下细分领域表现突出：

1. 葡萄酒进口依赖度高，且近年保持双位数增长趋势。瓶装葡萄酒是主流形态。消费场景集中在酒店、高端餐厅、西餐厅和礼品市场。

2. 威士忌、伏特加等进口烈酒主要面向中高收入群体、外籍人士以及高端夜场渠道。品牌认知度对销售影响较大。

3. 精酿啤酒与特色酒类在马尼拉等核心城市形成小众但稳定增长的消费圈层。

可以判断：进口酒类虽然市场份额不高，但在高附加值板块具备良好发展潜力。

4. 未来增长预期

未来五至十年，菲律宾酒类市场预计呈现以下趋势：

总体规模稳步增长；消费结构升级；高端化与差异化需求提升；社交媒体和数字营销影响力增强；旅游和酒店业对进口酒类需求持续增加。

这意味着：对于定位清晰、品牌表达能力强的中国酒类企业，菲律宾是一个“体量适中、门槛可控、成长空间明确”的市场。

02. 菲律宾进口酒类税率分析

菲律宾对进口酒类实行较为严格的税收制度，主要包括三类税费：

1. 进口关税 (Customs Duty)
2. 消费税 (Excise Tax)
3. 增值税 (VAT)

一、税率分析

① 进口关税

根据HS编码不同，酒类进口关税通常在5%-30%之间浮动。具体税率取决于产品类型及是否适用自由贸易协定。

菲律宾为东盟成员国，得益于中国-东盟自贸协定，中国烈酒、葡萄酒进口菲律宾享关税豁免。

② 消费税 (Excise Tax)

消费税是影响进口酒价格的关键因素。该税率逐年上调。

1. 烈酒采用从价税与从量税结合模式。即按零售价格 (NRP) 的一定比例征税，同时按酒精度 (Proof/Liter) 征收固定金额。

2026年1月，烈酒消费税上调为：从价税22%NRP，从量税P74.16/L

2. 葡萄酒采用按每升征收固定税额的方式。

2026年1月，葡萄酒消费税设定为：P70.92/L

菲律宾近年来为增加财政收入与公共健康管理，酒类消费税呈逐年提高趋势。因此进口商必须在定价模型中充分考虑税负影响。

③ 增值税 (VAT)

除关税与消费税外，还需缴纳12%的增值税，税基通常包括关税和消费税在内的完税价格。

二、计算示例

案例一：中国白酒（52%ABV, 500ml）假设
 $CIF = \text{P}100$ ， $NRP = \text{P}100$
升（美升）= 容量 (L) $\times$ ABV $\times 2 = 0.5L \times 52\% \times 2 = 0.52\text{proof}$

第一步：计算消费税 (Excise Tax)

从价税 (Ad Valorem) = $\text{P}100 \times 22\% = \text{P}22.00$
从量税 (Specific) = $\text{P}74.16/\text{proof升} \times 0.52\text{proof升} = \text{P}38.56$
消费税合计 = $\text{P}22.00 + \text{P}38.56 = \text{P}60.56$

第二步: 计算增值税 (VAT)

增值税税基=CIF+关税+消费税=¥100+0+¥60.56

=¥160.56 增值税 (12%) = ¥160.56 × 12% = ¥19.27

第三步: 完税价格与总税率

CIF 价格=¥100.00 进口关税=¥0.00 消费税

=¥60.56 增值税=¥19.27 完税价格 (Total Landed Cost)

=¥179.83 总税费=¥79.83 总税率=79.83%

案例二: 中国葡萄酒 (13%ABV, 750ml) 假设

CIF=¥100, NRP=¥100

第一步: 计算消费税 (Excise Tax)

从量税=¥70.92/升 × 0.75 升 = ¥53.19

第二步: 计算增值税 (VAT)

增值税税基=CIF+关税+消费税=¥100+0+¥53.19

=¥153.19 增值税 (12%) = ¥153.19 × 12% = ¥18.38

第三步: 完税价格与总税率

CIF 价格=¥100.00 进口关税=¥0.00 消费税

=¥53.19 增值税=¥18.38 完税价格 (Total Landed Cost)

=¥171.57 总税费=¥71.57 总税率=71.57%

三. 关键战略含义

1. 烈酒税负更重: 烈酒因复合征税 (22%从价+从量) 导致总税率高出8.26个百分点

2. 从价税放大效应: 烈酒的22%从价税基于净零售价, 这部分使消费税基数增加, 进而又推高了12%的增值税

3. 从量税影响: 烈酒的从量税按proof升计算, 高度酒在此计税方式下处于劣势

4. 葡萄酒优势: 葡萄酒仅征收从量税, 无22%从价税, 因此总税率相对较低

03. 中国酒类出口菲律宾的机遇与挑战

一、菲律宾华人群体与市场文化背景

菲律宾拥有规模可观的华人及华裔群体, 主要集中在马尼拉、宿务等城市。华裔人口比例约1%-2%, 但经济影响力较大, 在商业、餐饮、零售领域具有显著地位。

对中国酒类而言:

白酒在华人宴请与节庆场合具有天然文化认同; 中国葡萄酒、果酒在中餐厅渠道具有推广基础; 通过华人社群建立初期市场相对容易。

但需要注意: 华人群体总体规模有限, 中国酒若要实现规模增长, 必须走向更广泛的本地消费市场。

二、中国酒类的主要机遇

1. 消费升级窗口期菲律宾中产阶级增长带来对品质与差异化产品的需求。

2. 进口葡萄酒快速增长为中国葡萄酒提供切入机会, 尤其是性价比路线。

3. 差异化产品空白白酒在菲律宾属于极小众类别, 竞争不激烈, 具备打造“东方烈酒”形象的潜力。

4. 餐饮渠道强关联中国餐厅数量多, 是天然试水渠道。

5. 旅游业带动高端消费高端酒店、度假区为中国高端酒类提供展示平台。

三、面临的现实挑战

税负较高, 价格竞争力需精细化设计; 菲律宾消费者对白酒口味接受度有限, 需要教育市场; 本土品牌在大众市场根基深厚; 品牌传播成本较高。

但这些挑战并非结构性壁垒，而是品牌建设阶段的常规问题。

四、成功经验启示

从进口葡萄酒与威士忌在菲律宾的发展经验可以看到：

清晰定位高端或中高端市场；与本地经销商深度合作；通过品鉴会、节庆活动推广；强调品牌故事与文化属性；控制渠道层级，避免价格体系混乱。

中国酒类若采取类似策略，并结合自身文化优势，有较大概率取得稳健增长。

战略建议

对于计划进入菲律宾市场的中国酒类企业，建议：

一、分阶段进入第一阶段以华人渠道和中餐厅为切入点。第二阶段扩展至酒店、高端商超及夜场。

二、产品策略白酒建议选择中高端小瓶装切

入；葡萄酒走高性价比路线；啤酒和露酒可考虑差异化定位。

三、本地合作选择熟悉进口酒操作流程的本地经销商，降低合规风险。

四、品牌建设菲律宾消费者对品牌认知度较为敏感，应强化品牌故事与品质背书。

04. 为什么进军菲律宾市场

菲律宾酒类市场体量稳定、人口结构年轻、消费升级明确，是东南亚具有吸引力的酒类市场之一。

虽然进口酒总体占比不高，但在中高端市场和特定渠道具有明显增长空间。对于中国酒类企业而言，菲律宾并非短期爆发型市场，而是一个通过稳健布局可以持续扩张的战略型市场。

在税制明确、渠道体系成熟、消费升级加速的背景下，中国酒类品牌若能精准定位、合理定价、善用华人渠道并逐步走向本地主流市场，完全有机会在菲律宾建立长期稳定的市场基础。🍷



从“产品输出”到“生态构建”： 中国白酒国际化步入深水区

●文 / 中酒协

2026年农历新年的余温尚未散去，中国酒业便迎来了一份沉甸甸的“开年大礼”。2月9日，工业和信息化部、人力资源社会保障部、国家市场监督管理总局联合印发了《酿酒产业提质升级指导意见（2026-2030年）》（以下简称《意见》）。这份被视为未来五年行业纲领的文件，不仅为正处于深度调整期的酿酒产业指明了“数智化、绿色化、国际化”的三大核心方向，更首次以国家部委联合发文的顶层设计高度，将“加快国际化发展进程”提升至战略级议题。

在中国白酒国内市场存量博弈加剧、产能过剩压力隐现的当下，国际化不再是一道选择题，而是一道关乎行业未来生存空间的必答题。《意见》的出台，恰似一场及时雨，让原本略显零散的企业出海行动，汇聚成一股波澜壮阔的时代洪流。

一、为何必须“出海”？

从规模扩张到质效提升的必然抉择

“中国酒类出口仅占全球贸易额的2.3%，而法国葡萄酒占全球葡萄酒贸易的29%。”这一组残酷的数据对比，清晰地勾勒出中国酿酒产业“大而不强”的尴尬现状。与此同时，中国白酒占据全球烈酒市场高达25%的份额，但出口量却不足总产量的0.5%，与苏格兰威士忌97%的出口占比形成天壤之别。

长期以来，中国白酒的消费场景高度依赖本土的社交礼仪与餐饮文化，这种“文化孤岛”效应导致了海外市场的拓展缓慢。然而，随着国内优质产能的持续提升以及“十五五”的临近，单纯依靠国内存量市场的“内卷”已难以支撑产业的良性发展。《意见》的“总体要求”中明确指出，要“以国际化发展培育增长空

间”，这正是基于对全球酒类市场1.8万亿美元巨大蛋糕的深刻洞察。

《意见》提出到2028年，培育3个以上千亿级传统优势酒产区，10个以上百亿级特色酿酒产业园区，形成“百亿园区、千亿集群、万亿产业”发展格局。要实现这一目标，必须打开国际增量。对中国酒业而言，国际化不仅是消化优质产能的通道，更是中国酒业从“规模扩张”向“质效提升”转型的试金石。

二、政策破冰：

从标准对接到“餐酒融合”的系统性布局

翻阅这份《意见》，其关于国际化的表述并非空洞的口号，而是充满了极具操作性的“战术指引”。

首先是“标准话语权”的破局。《意见》明确提



出“支持开展国内国际标准一致性对比分析，制定与国际接轨的产品分级分类、检验检测等标准”。长久以来，白酒出海面临的最大的技术壁垒就是标准和文化的差异。国际上对烈酒的管理通常基于“食用酒精”框架，而白酒复杂的风味物质和酯类成分。中国酒业协会已部署标准的国际化工作，并积极推进编辑出版《中国酒文化双语辞典》，直面国际市场准入壁垒。这种自上而下的标准和文化对接，将为白酒出海铺平第一道关卡。

其次是“全产业链”的资本布局。《意见》鼓励企业合理合规开展原料基地、酒厂酒庄、包装中心、流通渠道等海外投资收购，优化全球产能布局。这意味着国家鼓励酒企从单纯的贸易型出口，转向更深度的资本出海和产能本地化。借鉴国际酒业巨头的全球化路径，在目标市场建立本土化的运营团队和生产基地，才能真正融入当地的主流消费生态。

最具亮点的当属“餐酒融合协同出海”的战略提出。这一策略精准地抓住了中餐全球化与白酒国际



化的共生关系。《意见》支持将酒类消费嵌入夜间经济街区、特色餐饮集聚区，支持白酒与中式美食捆绑出海。正如“西餐+葡萄酒”在国内的天作之合，海外中餐的蓬勃发展为白酒提供了天然的消费场景。当麻辣鲜香的中餐征服世界味蕾时，白酒作为佐餐的最佳伴侣，迎来的是巨大的市场机遇。

三、先行者探索： 从“卖产品”到“讲故事”的战略升级

政策的东风已至，而头部酒企的实践早已先行。2026年初，茅台与五粮液的国际化动作，恰好为《意见》的精神提供了生动的注脚。

2026年1月，茅台连续第三年亮相世界经济论坛达沃斯年会，并将其行程延伸至法国核心酒业圈。在巴黎国际葡萄酒及烈酒展上，茅台打造了80平方米的沉浸式体验展位，不仅展示酿造工艺，更通过与法国米其林星级主厨、MOF（法国最佳工匠）得主、世界鸡尾酒大赛冠军的联动，举办9场高规格大师班。这不

是简单的产品陈列，而是一场关于“风土”的东方对话。当法国侍酒师盛赞茅台15年“如同魔法般层层展开”时，中国白酒正在被纳入西方品鉴体系的语境中进行重新解读。茅台的实践表明，国际化正在从“被看见”走向“被理解”，从品牌展示走向价值共享的生态共建。

五粮液则选择了一条更具烟火气的“和美”之路。2026年春节期间，五粮液启动“和美五粮液 五洲庆新春”活动，在纽约、巴黎、东南亚等地的地标场所，通过沉浸式品鉴与文化融合，将“和合共生”的东方哲学转化为全球消费者可感知的文化语言。与此同时，春晚分会场首次落地宜宾，五粮液的元明古窖群通过镜头向世界展示着“活着的”酿造文明。这种将品牌叙事与国家文化盛典、地域特色深度绑定的做法，正是《意见》所倡导的“深入挖掘文化价值内涵”与“打造多元融合消费场景”的完美体现。

而刚刚过去的马年春节，多家白酒企业也在加速国际化布局，以餐酒融合为核心，推动中式酒文化走向世界。郎酒在纽约举办“中国年·世界享”新春之夜，展出青花郎、红运郎等产品，让国际宾客体验中式品酒之道；习酒在越南河内举行“中国年·喝习酒”活动，宣布习酒及知交酒全线落地越南；皇沟酒业亮相埃及开罗春节联欢会，向海外友人展示馥香白酒文化。

站在2026年的春天展望，中国白酒国际化已经走过了“卖产品”的1.0时代和“打广告”的2.0时代，在《酿酒产业提质升级指导意见》的引领下，正阔步迈向“建生态、定标准、融文化”的3.0时代。对于中国白酒而言，国际化是一场需要耐心的长跑。但当我们手握政策的地图，脚踩先行者探索的路径，背靠中华文化崛起的大势，这杯穿越了千年的中国白酒，必将在世界版图上找到属于自己的坐标。

茅台科创之道： 赋能产业链，创新激活新动能

● 文 / 岳旺

3月20日，春分时节，茅台以一场科技创新工作会，交出了“十四五”亮眼的科创答卷，也锚定了未来的发展方向，为“十五五”科创发展定下总基调、明确新路径。

从“十四五”时期科创实力稳居行业领先，到2025年在酿造原料、微生物等领域斩获多项科研成果，茅台正稳步从“经验酿造”走向“科学酿造”。

作为白酒行业领军者，茅台以实际行动诠释着独有的科创逻辑：在传承中守正，在创新中提升，让历史经典产业在新时代焕发新生机、实现新跨越。

五年科创攻坚： 筑牢三大核心优势

“十四五”期间，茅台将科技创新置于发展全局的核心位置，始终保持科创实力行业领先。从会上发布的“十四五”十大科研成果以及获得奖励的15项2025年科技创新成果来看，2025“收官之年”茅台科创成果颇丰，形成了三大核心优势，为产业转型升级筑牢根基。

在茅台酒酿造产业科技赋能方面，完成了从原料到包装生产的全流程科研攻坚，让传统酿造工艺走出“经验黑箱”。原料端，第七代红缨子高粱新品种“红缨子519”正式发布，将源头把控打造成品质制胜的核心密码；酿造端，破解微生物密码，构建“时空法”体系，对制曲、制酒工艺加大科技创新力度，实现工艺的数字化解析与可视化管控；包装生产端，数智化技术的研发与应用等技术落地，实现





高速自动化生产，全链条提升茅台酿造产业含新量。

绿色与数字双轮驱动，成为茅台科创鲜明的两大“亮色”。绿色发展方面，热泵节能、废弃物循环利用等技术的落地应用，让产区绿色低碳转型从理念变为实实在在的行动。2025年，茅台首登《财富》中国ESG影响力榜，成为白酒行业首家A级企业。

数字化转型则实现了从生产到营销的全场景渗透：管理端搭建业财一体化平台，打通业务、财务等关键数据链；消费端深化i茅台数字营销平台创新运营，持续激发市场活力；供应端实现供应、包装、生产、运输等全流程数字化。数字技术不仅大幅提升了企业运营效率，更成为

守护品牌与消费者权益的重要保障。

值得关注的是，茅台加快布局生物制造和数字科技新赛道。贵州茅台生物科技有限责任公司、贵州爱茅台数字科技有限公司相继成立。两大平台公司的落地并非脱离茅台酒酿造主业的跨界尝试，而是依托酿造核心优势的产业延伸：生物科技公司利用丰富的微生物资源和酿酒副产物资源优势，布局可降解材料、优质饲料蛋白、天然产物等生物合成或转化领域的技术研发；数科公司则扛起茅台数字化转型大旗，推动数字技术与生产、营销、管理等多环节深度融合。

五年来，茅台围绕全产业链推进科研项目近600项，9项成果获评“国际领先”或“国际先进”，科创综合实力稳居行业第一。



勇于探索、敢于领跑： 科创引领行业转型的茅台答案

“科技创新是破解自身发展难题、实现高质量发展的制胜法宝。”茅台集团党委书记、董事长陈华在会上的这句话，道出了茅台坚持科创的初衷，也为其转型升级指明方向。

当前，中国酿酒产业正站在从“传统酿造”向“现代智造”跨越的历史关口。2026年2月，工业和信息化部、人力资源社会保障部、市场监管总局三部门联合印发《酿酒产业提质升级指导意见（2026—2030年）》，从增强原料供给保障能力等七大方面勾勒出21项“重点任务”，为酿酒产业高质量发展划定了路径。

2026年作为“十五五”开局之年，科技创新成为推动酒行业发展、引领转型升级的关键变量，而茅台则率先给出了自己的答案：勇于探索、敢于领跑，坚持在传承中守正、在创新中提升。

在白酒行业深度调整、新质生产力加快培育的大背景下，作为行业龙头的国企，茅台坚持科技创新，既是自身发展的必然选择，更是以自身的转型升级带动白酒产业从“经验酿造”走向“科学酿造”，引领历史经典产业在新时代焕发新生机、实现新跨越。

面对行业发展新挑战，茅台明确要在生产端、管理端、产业链上持续发力，推动科技创新和产业创新深度融合。在巩固品质、品牌、市场三大优势的基础上，通过科创强化质量管控、提升治理效能，同时积极培育战略性新兴产业，为企业高质量发展注入持续动力。

守正创新： 立足酿酒主业谋长远

从2026年科技创新工作会释放的信号来看，茅台的科技创新始终有着清晰的底层逻辑：既立足当下守牢品质，又着眼未来布局。这背后是茅台对自身发展与行业趋势的精准判断。

面向“十五五”新征程，会议明确了茅台科技创新的核心任务与保障体系，提出“聚焦重点、精准发力”的思路，把科技创新贯穿企业发展全过程、各领域，同时通过强化保障凝聚多方合力，为科创工作落地提供坚实支撑。

立足当下，茅台科创的核心始终围绕“守牢品质”展开。陈华在会上强调，要牢牢守住“种子芯片”，深入解析“酿造机理”、持续做优“品质表达”。这意味

着茅台的科创从不是“为了创新而创新”，而是让科技成为品质的“守护者”：通过种源培育筑牢原料品质根基，通过微生物研究与工艺优化让茅台酒品质可控、可复制，通过风味物质研究用科学语言诠释茅台的独特性，让传统酿造工艺在科技加持下更具生命力。

同时，茅台将持续以绿色技术赋能低碳循环，加快产业链绿色转型，实现生态与产业协同发展。通过技术提升i茅台运营保障能力，持续构建数字化营销生态，以智慧营销助力市场转型。这种“以科技守正”的思路，契合了白酒行业高质量发展的核心需求，也让茅台的品质与品牌优势，在科技赋能下进一步巩固。

着眼未来，茅台科创向“产业边界突破”稳步发力。在巩固酿酒主业核心优势的基础上，茅台将生物制造和数字科技作为两大重点赛道，而这一布局有着

天然的核心优势：茅台拥有白酒行业独有的微生物资源，为布局生物制造奠定了坚实基础；全产业链数字化转型，不仅能持续提升企业治理效率，更能让茅台精准把握消费需求，实现从生产到消费的全链路赋能。

同时，茅台也正视当前科创发展中的短板，提出优化管理机制、强化科创人才结构、提升创新平台实力等一系列要求，从制度、人才、平台多个维度，以数智驱动促进现代治理，让茅台的发展更具可持续性。

当前白酒行业的发展，从来不是守着传统一成不变，而是在守正中创新，在创新中发展。茅台的科技创新，始终紧扣“品质”核心，立足行业痛点，瞄准未来趋势，既做酿酒主业的“深耕者”，也做行业转型的“引领者”。🍷



酱香威士忌引爆新赛道： 仁怀产区以品类创新引领“潮饮”革命

● 文 / 任朋

近日，作为中国首款酱香威士忌的仁怀酱香威士忌，其海外版在香港上市后单月动销突破万瓶，展现出中国白酒品类创新的勃勃生机。

仁怀酱香威士忌是中国首款酱香型威士忌，由仁怀酱酒集团2025年1月推出，是一款年轻化、国际化的创新产品。该产品创新的核心在于独特的“双藏双酿”工艺，即产品经三年陶坛储存汲取酱香底蕴，再经两年橡木桶陈化赋予威士忌风味，最终形成“三分酱香，七分烤香”的融合口感。同步，该集团还制定发布了中国首个《酱香威士忌团体标准》，为这一全新品类确立了行业规范。

仁怀酱酒集团相关负责人表示：“用国际通行的威士忌语言讲述中国酱酒故事，这是我们在品类创新上的重要探索。”

仁怀酱香威士忌面市后，迅速在市场和行业引起关注，目前已有多家企业跟进品类创新。酱香威士忌已从单一产品创新演变为全新的品类赛道，一个融合传统工艺与现代消费趋势的新兴市场正在成型。

市场数据印证了这一创新的成功。该产品在深圳、上海等前沿城市迅速打开局面，通过威士忌吧、艺术展览等新潮场景赢得年轻消费群体青睐。其52%vol的酒精度和丰富的风味层次，完美适配纯饮、加冰及调制鸡尾酒等多种饮用方式，成功突破了传统白酒的消费场景局限。



国际化布局同样成效显著。产品以香港作为首站，依托仁怀酱酒文化传播大使杨孙西先生设立的“醉美遵义产区名酒馆”为枢纽，快速进入当地主流渠道，并辐射至东南亚等市场。目前，该产品已与当地大型酒商及华人商会建立深度合作，实现了稳定的批量出口，自上市以来销售额近千万元，海外版更是单月销量过万瓶。

基于强劲的市场表现，仁怀酱酒集团为酱香威士忌制定了清晰的发展蓝图：三年内冲刺5亿元销售规模，打造“中国酱香威士忌第一品牌”。目前，产品已形成涵盖高端收藏款V20与日常款V10的完整矩阵。

中国酒类流通协会会长秦书尧评价认为：“仁怀酱香威士忌的创新实践，不仅为传统白酒行业开辟了全新的增长曲线，更在品类创新层面为中国烈酒国际化探索出了一条特色路径。”

大曲酱香型白酒的勾调艺术 (二)

● 文 / 彭茵

第二章 大曲酱香型白酒风味本源——勾调底色之基

大曲酱香酒的勾调，不是凭空创造风味，而是对酿造工艺赋予的天然风味梯度进行精准组合。核心的“12987”工艺与“三高”技法，塑造出独一无二、层次分明的轮次基酒风味体系，形成了勾调艺术的核心根基，也是所有风味设计的源头。

端午制曲、重阳下沙，绝非传统仪式，而是精准匹配产区微生物节律的风味密码，直接决定了基酒的先天风味基调。

2.1 季节性生产：天时锁定的风味基因

2.1.1 端午制曲：高温催生酱香“种子”

高温富集酱香功能菌群，通过美拉德反应生成吡嗪类、呋喃类等酱香核心前驱物，是酱香风味的“基因种子”。

夏季赤水河流域高温高湿，小麦制曲时品温升至60-65℃并持续15天以上，淘汰不耐热杂菌，富集芽孢杆菌、根霉等功能菌。蛋白酶、淀粉酶将小麦蛋白、淀粉分解为小分子，通过美拉德反应生成吡嗪类、呋喃类等酱香核心前驱物——这就是酱香风味的基因种子，随大曲进入发酵，奠定风味先天底色。

制曲过程中的高温环境并非简单的“杀灭杂菌”，

而是通过选择性富集机制，让酱香功能菌成为微生物群落中的主导菌群。高温推动小麦蛋白分解度提升约30%，为后续发酵提供充足的氨基酸底物，是酱香风味生成的关键基础。

2.1.2 重阳下沙：原料与气候的黄金契合

秋季气候、原料品质与微生物环境的三重契合，从源头塑造了酱香风味的纯净度与层次感。

秋季气温凉爽、赤水河水质硬度适中，红缨子糯高粱支链淀粉高（90%~97%）、耐蒸煮、种皮坚韧，可耐受九次蒸煮不糊化。秋季微生物群落温和稳定，为糟醅发酵提供均衡菌种环境，规避生涩、暴烈杂味，是酱香风味纯净协调的重要来源。

红缨子糯高粱作为地理标志保护产品，其淀粉结构具有“耐翻拌、耐蒸煮、耐反复发酵”的特性，能确保每一轮次蒸煮均匀、风味物质释放稳定。同时，单宁含量适中（1.25%~1.75%），可促进酚类物质生成，又避免过度苦涩，使酒体在口感与风味上更具层次。

2.1.3 跨年度发酵：四季赋予的风味复杂度

全年四季的温湿动态变化，推动微生物群落演替，形成风味深度复合的发酵基底，是勾调“层次感”的核心来源。

糟醅跨年度发酵,随季节温

湿变化形成微生物动态演

替:夏季产香、冬季醇

化。不同阶段微生

物代谢差异显

著,最终生成

酱香、粮香、

花果香、焙

烤香等复合

香气,远超

短周期发酵

风味,为勾调

提供完整风味

维度。

跨年度发酵不是

单一周期的重复,而是时

间维度的风味累积。夏季高温

促进酱香物质生成,秋季稳定转化,冬

季低温则推动分子缔合与风味平衡,经过完整一年周

期,基酒风味才能达到勾调所需的复合深度。

2.2 多轮次发酵蒸馏: 梯度塑造的风味工程

2.2.1 发酵进程决定风味定位

每一轮次均为精准工艺设计的风味产物,在发酵进程的不同阶段形成专属风味定位。

发酵进程决定风味定位,每一轮次都是精准设计的风味产物。1-2轮次低沸点物质为主,形成清香、酸感、青草香明显的前香风味;3-4轮次菌群代谢最旺盛,生成吡嗪、呋喃类酱香核心物质,形成酒体骨架;5-6轮次风味进一步转化,具备焙烤香与花果香,构

成层次与余香;7轮次高沸点大分

子占比高,形成厚重尾香与

持久度。

从风味工程角

度看,1-7轮次

构成了一个完

整风味梯度

矩阵:前轮

次负责“前

香与清爽

感”,中轮次

负责“主体酱

香与骨架”,后

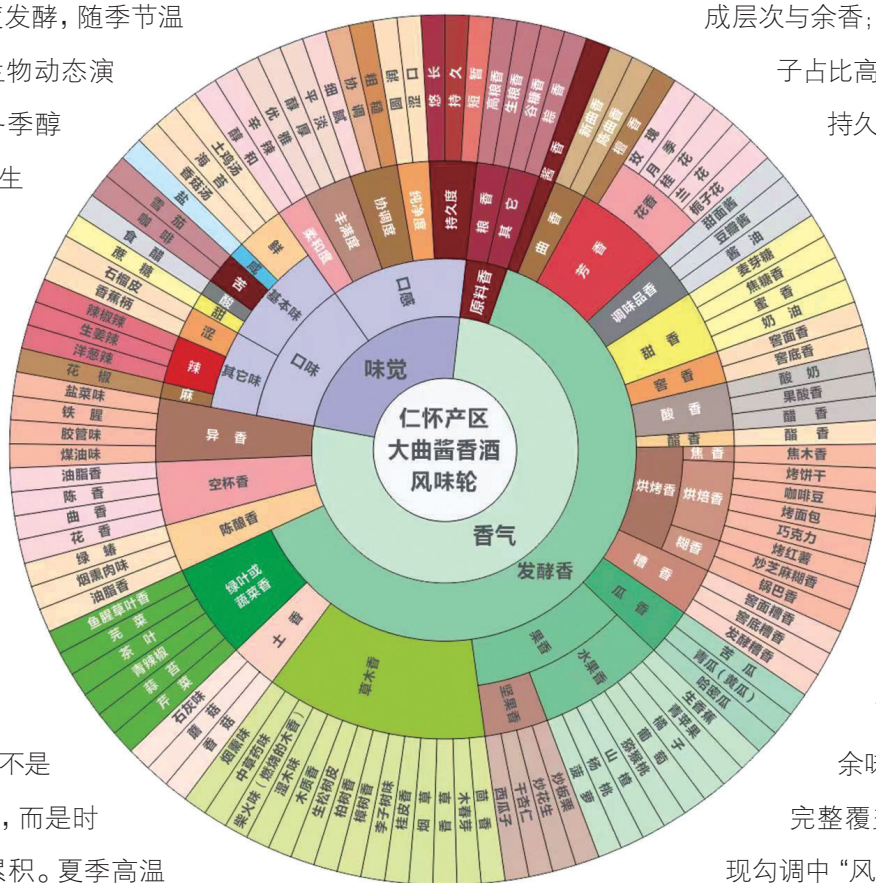
轮次负责“陈厚、

余味与持久度”。只有

完整覆盖该矩阵,才能实

现勾调中“风味全维度”的自由

组合。



2.2.2 分轮次量质摘酒: 按质分级的风味甄选

动态分级摘酒实现风味精准截取,是最大化保留风味价值、构建轮次基酒完整体系的关键工艺。

蒸馏过程中按酒精度、香气、口感动态分级,不采用固定掐头去尾。酒头富含挥发性物质,生沙酒单独存放用于特殊风味表达;主体酒风味纯净平衡,是轮次基酒核心组分;酒尾酸度高、酯类丰富,回窖回糟“以酒养酒”提升整体风味质量。

分轮次摘酒本质上是风味分级工程:酒头段含醇类、醛类浓度高,常用于提升香气爆发力;主体酒段风味稳定、纯净,是勾调的核心基酒;酒尾段富含高沸点酯类,回窖后可提升下一轮次整体风味厚度。

2.3 “三高”工艺：酱香典型风格的核心塑造路径

2.3.1 高温制曲：定向培育酱香功能菌群

高温制曲构建酱香风味核心前驱物，是酱香典型风格的第一道工艺壁垒。

制曲品温达60-65℃，富集酱香功能菌、抑制杂菌，小麦大分子充分降解，为发酵提供充足风味底物。高温环境直接催生美拉德反应，形成酱香风味核心前驱物质，奠定整体风味基调。

高温制曲的核心意义在于“定向风味生成”：它让酱香风味不再依赖外源配体，而是从原料本身深度生成，确保酒体具有典型酱香、纯净风味、稳定底色。

2.3.2 高温堆积：开放式发酵的风味转化关键

高温堆积实现开放式风味转化，是降低酸涩、催

化酱香形成、提升酒体醇甜感的关键工艺节点。

糟醅堆积升温至45-55℃进行有氧发酵，环境野生酵母与大曲菌协同，生成有机酸降低酸涩，进一步催化酱香物质形成。堆积过程推动风味转化与醇化，是酒体醇甜感与协调性的重要来源。

堆积温度的控制精度直接影响风味转化效率。45-55℃区间可最大化酶活性与微生物代谢，同时避免过度高温导致的焦味、杂味生成，从而保证酒体干净、细腻、层次清晰。

2.3.3 高温馏酒：酱香风味物质的精准截留工艺

高温馏酒既能截留高沸点酱香物质，又能挥发低沸刺激物，是酱香典型风味得以纯净呈现的关键工艺。

流酒温度 $\geq 40^{\circ}\text{C}$ ，显著高于其他香型。高温提取高沸点酱香物质，保证酱香浓郁度；同时挥发甲醇、乙醛等低沸点刺激性物质，使酒体更纯净柔和，是酱香



风味典型性的保证。

高温馏酒不仅是“取酒温度”，更是风味选择性工程：高沸点物质（吡嗪、呋喃、酚类等）被保留，低沸点刺激物被挥发，实现酱香风味的“精准留取”。

2.4 陶坛陈化：时间赋予的风味升华

2.4.1 物理呼吸：陶坛的微孔效应

陶坛微孔实现“透气不透液”，通过微量氧化与分子缔合，完成基酒从生涩到成熟的核心重塑。

陶坛微孔结构允许氧气缓慢进入酒液，促进醇类氧化、酯类生成；低沸点刺激性物质挥发，降低辛辣刺激；酒精分子与水分子通过氢键缔合，形成稳定分子簇，使酒体更细腻柔顺。

从物理层面看，陶坛陈化是微量氧化+分子缔合的双重过程。氧气进入量控制在微量范围，既不破坏酒体风味，又能推动风味物质转化；分子缔合则让酒精分子与水分子形成更稳定的结构，使酒体口感更柔和、细腻。

2.4.2 化学转化：酸酯平衡的自然调节

长期储存推动酸酯平衡与风味缩合，是基酒实现协调、成熟与陈香底蕴的核心化学过程。

酯类缓慢水解，酸度缓慢升高、酯类趋稳，最终达成自然酸酯平衡。醛酮类缩合生成缩醛类，赋予酒体陈香底蕴，延长余味，使基酒风味趋稳、成熟、优雅。

酸酯平衡是酒体协调性的本质。酱香勾调中，酸

度决定酒体的清雅纯正与协调度，酯类决定“香气度”，而平衡则决定“优雅度”。储存时间正是这一平衡的自然实现者。

2.4.3 风味融合：轮次基酒的风味协同与特质保留

陶坛陈化实现风味深度融合，既保留轮次差异，又实现风味整体和谐，为勾调构建可配比的成熟原料体系。

不同轮次基酒在储存中相互渗透，风味趋柔却不泯灭自身特质，使基酒更适合勾调配比。陈化让基酒从“蒸馏产品”升级为“勾调成熟原料”，是勾调体系稳定的核心质变过程。

事实上，轮次基酒在陈化过程中形成了“风味差异保留、整体趋柔”的特征，这意味着：1、2轮次仍保持清爽前香，3、4轮次仍保持酱香骨架，5、6轮次仍保持余香层次，7轮次仍保持尾香厚度。这种稳定性为勾调师提供了可精准量化的风味变量，是能够实现统一风格与批次稳定的根本基础。

本章结语

从天时基因、多轮次工艺梯度、三高工艺壁垒及时间陈化成熟四个维度，系统梳理了大曲酱香风味本源的形成路径。这四大要素共同构成了酱香风味的底层体系，不仅完整阐释了风味从源头到成熟的演变逻辑，更为勾调实践提供了最根本的技术依据。🍷

参考文献

- [1] 李大和.《酱香型白酒工艺学》[M]. 北京: 中国轻工业出版社.
- [2] GB/T 26760-2011. 酱香型白酒[S]. 北京: 中国标准出版社.
- [3] 中国酒业协会.《白酒勾调技术规程》[M]. 北京: 中国轻工业出版社.

酱香型白酒异杂味产生机理及防控处理措施研究

●文 / 徐兴江

酱香型白酒酿造采用传统固态发酵工艺，具有生产周期长、轮次多、微生物体系复杂等特点，其风味物质的形成依赖于多种微生物的协同代谢。在实际生产过程中，由于原料质量、操作规范、环境条件等因素的影响，容易产生糠味、苦味、霉味、油味等多种异杂味，破坏酱香的典型性与协调性。当前，大多中小白酒生产企业仍以经验化管控为主，对异杂味的防控缺乏系统性。因此，通过近两年开展入企调研和技术指导，结合实际深入分析异杂味成因，建立全流程防控体系，对提升酱香型白酒品质、推动酱酒产业向标准化、规范化发展具有重要意义。





一、酱香型白酒常见异杂味及特征

- 1.糠腥异味: 带有明显稻糠气息, 口感粗糙, 影响酒体细腻度。
- 2.苦涩异味: 舌根苦涩明显、回味发苦, 掩盖酒体回甜感。
- 3.霉腐异味: 呈发霉、腐臭气息, 属于典型杂菌污染异味。
- 4.酸涩异味: 酸度偏高、酸涩刺口, 破坏酱香主体风格。
- 5.油脂异味: 带有油脂氧化哈喇味, 酒体发腻、不清爽。
- 6.焦糊异味: 焦苦过重, 与正常酱香焦香差异明显。
- 7.生粮异味: 带有生粮食青涩味, 表明发酵不彻底。
- 8.糟腐异味: 酒糟酸腐味明显, 酒体浑浊、后味不净。

二、异杂味产生机理分析

(一) 原料因素

原料质量不达标是异杂味产生的重要源头。高粱、小麦霉变发芽会滋生霉菌, 产生霉腐物质; 稻壳辅料新鲜度不足、清蒸不彻底, 易带来糠腥异味; 原料脂肪、蛋白质含量偏高, 发酵后易产生苦涩、油哈味; 生产用水不洁净, 会影响发酵平衡, 增加酸度异常风险。



（二）制曲因素

大曲质量直接影响发酵效果。制曲过程中温湿度控制不当，易造成杂菌大量繁殖，产生霉味、酸味；曲块过度高温焦化会增加酒体苦味；大曲储存受潮、霉变，会将代谢异味带入酒醅，影响后续风味形成。

（三）发酵因素

发酵环节是异杂味生成的关键阶段。堆积温度与时间控制不合理，会导致发酵不均衡，易产酸或发酵不彻底；窖池密封不严、窖泥老化，会造成好气性杂菌大量繁殖，使酒体酸涩、发馊；糟醅水分、酸度、淀粉比例失调，会造成微生物代谢紊

乱，产生过量苦涩物质。

（四）蒸馏因素

蒸馏操作不规范会直接将异味带入成品酒。蒸馏火力过大、升温过快，易蒸出高沸点杂味物质；底锅水更换不及时、烧干，会产生焦糊异味；摘酒不当，酒头酒尾截取过多，会增加杂醇油、酸涩物质含量；设备清洁不到位，残留杂质易发酵产臭。

（五）环境与设备因素

生产设备、管道、容器清洁消毒不彻底，残留糟醅易腐败产臭；车间卫生条件差、杂菌基数高，会通过空气、工具造成交叉污染；工具混用、区域划分不清，会加剧异味产生。

（六）贮存与勾调因素

储酒容器密封不良、环境湿度偏高，易使酒体氧化、霉变；基酒贮存时间不足，低沸点异味物质未充分挥发，新酒糙味明显；勾调比例不合理、调味酒带杂味，会破坏酒体平衡，加重异杂味。

三、全流程防控与处理措施

（一）源头防控

- 1.严格原料验收，选用无霉变、无杂质的优质糯高粱、小麦，稻壳使用前充分清蒸除杂。
- 2.规范制曲工艺，控制培菌温湿度，避免焦曲、霉曲产生，大曲储存保持干燥通风。
- 3.保障生产用水达标，定期检测、净化处理，维持稳定发酵环境。

（二）过程防控

1.精细化控制发酵参数，保证堆积发酵均匀适度；加强窖池养护，确保密封完好，定期维护窖泥。

2.蒸馏采用小火慢蒸、分级摘酒，及时更换底锅水，严格去除酒头酒尾，设备使用后及时清洗。

（三）环境防控

1.定期对设备、管道、储酒容器进行全面清洗与消毒，采用食品级材质，避免腐蚀污染。

2.保持车间清洁干燥，分区作业、工具专用，定期消杀，降低杂菌污染风险。

（四）勾贮防控

1.基酒采用陶坛或食品级不锈钢容器贮存，控制温湿度、避光通风，延长老熟时间，促进异味挥发。

2.通过科学勾调平衡酒体风味，掩盖轻微异味；对异味较重酒体，可采用活性炭吸附、低温冷冻过滤等物理方法净化，保留酱香主体风格。

而今，随着白酒市场的深度调整和理性健康消费的新需求，消费者不仅要求品质好、价格优，而且要从香气和口味的协调度、优雅度、干净度和愉悦度等维度去鉴别评判和体验感知。

因此，生产企业必须高度重视酱酒品质，只有建立从原料到成品的全流程防控体系，严格规范各环节操作，强化卫生管理，配合科学贮存与勾调，才能有效减少异杂味产生，提升酒体品质稳定性。未来应进一步加强风味机理研究，推动酿造工艺向精准化、数字化、绿色化方向发展，助力酱酒产业高质量发展。🍷



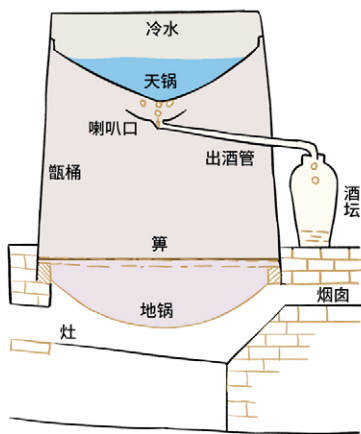


两千多年前，孔子对子贡言
“工欲善其事，必先利其器。”
在中国酱香型白酒核心产区（仁怀）
想要酿出好酱酒，
怎么可以少了一套
科学合理的酿酒设备呢？



接下来，
一起认识酿酒主要的
设备设施——酒甑、窖池、晾堂等。

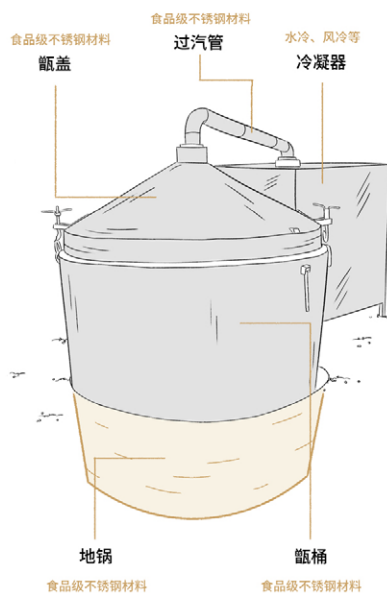
传统酒甑蒸馏原理示意
(天锅)



传统酒甑
甑桶、冷凝器一体，
冷却面积小，耗水量大，
冷却效率低，影响产、质量。

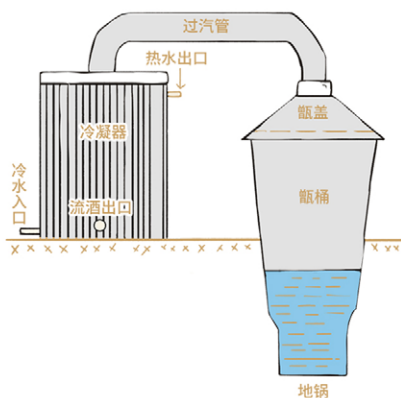
中国酱香型白酒核心产区（仁怀）的 酿酒设备设施

现代酒甑组成部分

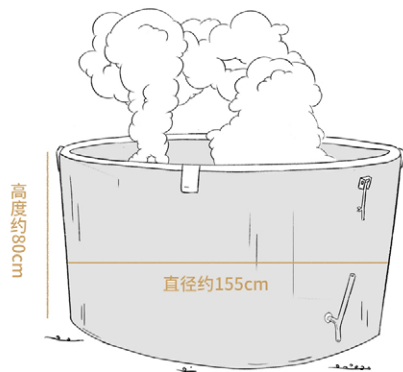


现代酒甑
甑桶、冷凝器分体

甑桶与冷凝器连接装置示意
(水冷)



现代酒甑，
更加科学合理和易操作，
降低耗汽量、耗水量，
提高酒的产、质量。



甑桶呈倒置锥台形，上大下小，
可容高粱750kg或酒醅1000kg。

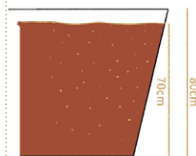
那现代甑桶是怎么设计出来的呢？

设计之前先明白一个概念

甑桶内充满系数：

一般而言，为了方便上甑操作，
甑桶高度需适中。

在上甑填料时，
不会把甑桶填满，
留一定空间让蒸汽通过。



$$\frac{\text{酒醅高度}}{\text{甑桶高度}} = \frac{70}{80} = 0.875$$

(依微理论推算，请以实际为准)

这便是甑桶内充满系数 ϕ

$$\text{甑桶的容积 } V = \frac{m}{\rho \phi} \quad (\text{m}^3)$$

m 每甑材料的量 (t/甑)

ρ 材料的密度 (t/m³)

ϕ 甑桶内充满系数

得到所需甑桶的容积，
便可以进一步推算
甑桶的其他尺寸了。

$$V = \frac{1}{3} \pi H (R^2 + r^2 + Rr)$$

(m³)

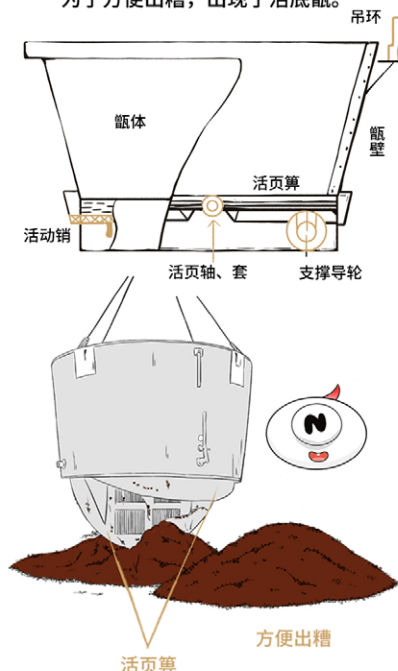
H 甑桶高度 (m)

R 甑桶上口半径 (m)

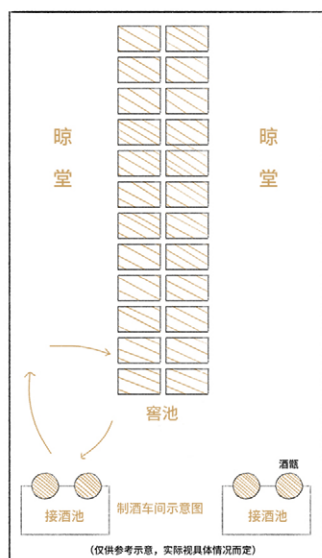
r 甑桶下口半径 (m)

如此设计出酒甑，
大小合理，具有良好的蒸馏效果。

但也导致甑桶又大且重，
为了方便出糟，出现了活底甑。



酒甑是蒸馏工艺的核心设备，
窖池是发酵工艺的核心设备，
晾堂是堆积工艺的核心设施，
共同组成了酱香型白酒的制酒车间。



酱香型白酒的酿造

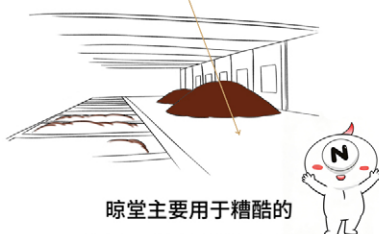
从下沙一直到
七轮次工艺丢糟，
都在制酒车间内进行。

蒸馏区

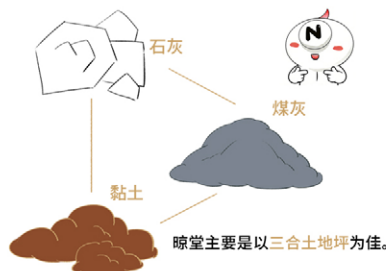


主要由酒甑及接酒池组成

晾堂

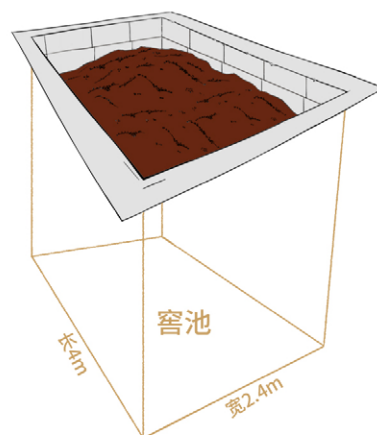


晾堂主要用于糟醅的
摊晾、拌曲和堆积发酵。
摊晾的主要目的是充分网罗
空气中的微生物参与发酵，
挥发糟醅多余的表皮水分和酸，
为微生物的生长、繁殖创造条件。
堆积发酵在网罗、增殖各种微生物的
同时也起到筛选作用，
将有益微生物接入糟醅中生长繁殖，
进而产酒生香；
在高温堆积的条件下，
抑制或淘汰了一部分杂菌，
驯化了耐高温酵母，
更有利于耐高温细菌（如嗜热芽胞杆菌）
的繁殖与作用，
促进酱香风味的形成。
因此，堆积发酵也称“二次制曲”。



混合制成三合土

此三合土地坪具有
吸水、不打滑、碱性的优点



紫红泥底砂条石壁窖窖

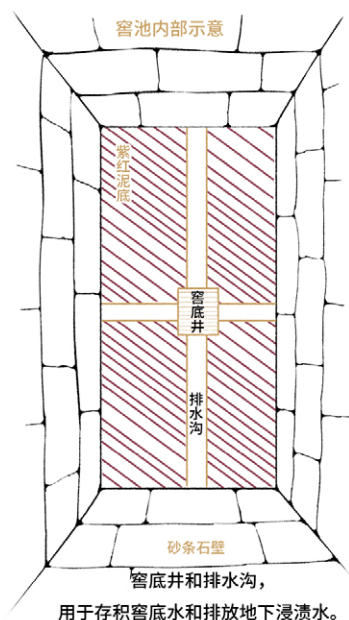
(“紫红泥”详见《特殊土壤》篇)

窖池具有保持温度和水分，
提供微生物代谢环境（厌氧发酵），
确保微生物代谢生成的乙醇及其香味物质
不被挥发的作用。

参考来源：《仁怀酱香白酒研究所《仁怀酱香酒的发酵窖池》

条石窖坚固耐用，规范，
不易漏气，产酒质量稳定。

参考来源：《贵州酒百科全书·黔酒酿造·主要酿造设备·窖池》



参考来源：《贵州酒百科全书·黔酒酿造·主要酿造设备·窖池》

内容编绘：酿鉴技术

仁怀的“聂绀弩”

●文 / 龙先绪

贵阳师专教授刘河是我们家乡人，他谈到仁怀诗人时，尝与我说：“朱明安最值得宣传，他是仁怀的聂绀弩。”

聂绀弩是谁？他是现代著名的杂文家，一九五九年他在北大荒虎林县八五〇农场劳动改造，以诗记录他的劳动情景，颇受人们称道。他说：“我的诗如果真有什么特色，我以为首先在写了劳动，同时代写劳动的诗人不少，但我未见，且不管他。古人也有写劳动的，就知道的若干篇章来说，他们是在劳动旁边看劳动，在较高的地位同情他们的辛苦。我却是自己劳动，和别人一起劳动，也看别人劳动，但都不是同情而是歌颂，勉强歌颂，以阿Q精神歌颂。不但歌颂别人，而且歌颂自己。其次，我的某些诗诚然用了典故，但最喜欢的，是什么典故都没有的那些联句。”我们不妨读一读他的诗：

搓草绳

冷水浸盆捣杵歌，掌心膝上正翻搓。
一双两好缠绵久，万转千回缱绻多。
缚得苍龙归北面，绾教红日莫西陲。
能将此草绳搓紧，泥里机车定可拖。

推磨

百事输人我老牛，惟余转磨稍风流。
春雷隐隐全中国，玉屑霏霏一小楼。
把坏心思磨粉碎，到新天地作环游。
连朝齐步三千里，不在雷池更外头。

锄草

何处有苗无有草，每回锄草总伤苗。
培苗常恨草相混，锄草又怜苗太娇。
未见新苗高一尺，来锄杂草已三遭。
停锄不觉手挥汗，物理难通心自焦。

地里烧开水

大伙田间臭汗挥，我烧开水事轻微。
搜来残雪和泥捧，碰到湿柴用口吹。
风里敞锅冰未化，烟中老眼泪先垂。
如何一炬阿房火，无预今朝冷灶灰。
自注：“曾因烧炕失慎，判一年缓刑。”

挑水

这头高便那头低，片木能平桶面漪。
一担乾坤肩上下，双悬日月背东西。
汲前古镜人留影，行后征鸿爪印泥。
任重途修坡又陡，鸬鹚偏向井边啼。

夜战

你一镬头我一锹，熊熊篝火照天烧。
朔风自冷人方热，河底渐低岸更高。
千古荒原多隐沼，一干神禹战通宵。
缩将冬夜成俄顷，鬓发须眉雪欲飘。

朱明安是个军人，一九五六年到北大荒密山县兴凯湖农场劳动改造，与聂绀弩相较，一个是文人，一个是军人，但命运是相同的。朱明安与他不谋而合，都写同样的劳动诗。他们虽生活在难以想象的苦境中，却从未表现颓唐悲观，对生活始终保有乐趣，甚至诙谐感，对革命前途始终抱有信心。诗作大都是格律完整的七言律诗，诗中虽杂用典故，但从头到尾，却又都是用新的感情写成的，正所谓“旧瓶装新酒”。还用了不少新颖句法，那是从来的旧体诗人所不会用，或不敢用的，这就形成了在艺术上很难达到的新的风格和新的水平。写格律诗是戴着枷锁跳舞，聂绀弩、朱明安二人的舞跳得优美而动人，实在难能可贵。聂绀弩诗一出版，一时洛阳纸贵。而朱明安从北大荒归乡后，在乡间劳动，直至归道山，写了许多好诗，若明珠投暗，无人赏识，刘河教授算是有眼光的人。兹录数首以见一斑。

烧荒

万亩方圆梓木林，无材济世废栽耕。
藏狼未若生禾黍，种土方多垦殖人。
五十米宽回禄道，三千余众祝融军。
一声命令齐开火，烈焰腾空日失明。

牧猪

生来便是猪牛奴，待到牧猪又恨猪。
大小参差几十个，稀稠杂沓一锅糊。
语言没有共同处，行动全凭乱唤呼。
闻道卫青真本事，惜哉难作此公徒。

放牛

初生牛犊性乖张，一到田间便甩娘。
又跳又嚎又乱跑，越追越远越心慌。
欲求堵截难寻路，幸好迂回始散场。
无辐之牛如野马，为驯此崽几头忙。

栽秧

门前屋后尽梯田，又值栽秧四月天。
牛鼻浮沉泥反脸，秧苗去就手操权。
苗肥水疲缠绵久，女赶男追逐夕烟。
插罢秧田归饭后，主人治酒喜开筵。

送旧

寅年吃了卯年粮，除夕依然旧主张。
蒸炒爆煎四不像，酸甜苦辣一锅汤。
酒壶倒尽无余滴，炉火烧残屋转凉。
且把敝蓑遮敝体，蒙头酣睡到天光。

烤柏香油

为儿蒸烤柏香油，也在炉前弄火钩。
叶尽春蚕犹不老，拼将老劲献炉头。

朱明安诗文集即将出版，不久，我们会读到他那些新奇而不失韵味、幽默而满含辛酸的诗了。





民国时期 茅台到赤水的“小舟载酒”

●文 / 张霖

今天笔者所讲的“赤水”，不是茅台下游的赤水市，而是茅台上游的赤水镇。赤水镇隶属四川省叙永县，因位于赤水河畔而得名，早年亦名“赤水河”。西汉置平夷县，曾设县治于此；明洪武二十二年（1389年），朝廷于此设赤水卫，修卫城一座；清代，设永宁分县，由永宁县丞驻守；民国时期，赤水镇属古蔺县。赤水镇地处四川南部与黔、滇两省之间的古道上，拥有赤水河天险，是一处扼襟控咽之地。

除陆路通衢外，赤水镇也是赤水河水运的上行终点。据《贵州航运史》记载，晋代以前，赤水河可通航平

夷（即今赤水镇）。后随着人类活动，水土流失、崩岩等原因，赤水河航道次生型石滩增多，航道阻塞，赤水镇至合江县全段通航变成间断通航。清乾隆十年（1745年），为降低威宁、大定及云南铅、铜运京费用，平抑黔省盐价，时任云贵总督张广泗委派遵义府知府陈玉璽、大定府知府王允浩、凯里营都阉府刘奇伟、遵义府通判胡国英修浚赤水河航道。其中，王允浩负责上游天鼓岩至中游新龙滩二十七滩的治理。这次治理的目标，就是打通赤水镇至合江的航道。

2022年，赤水河流域上游大旱，赤水河水量大减，





赤水镇的历史文化爱好者在天鼓岩上游不远处发现了一处码头遗址。这处码头位于赤水镇东小河左侧沙落湾旁，现存局部石板平台，长约8.5米，宽0.08米至0.78米。石板间原以铸铁银锭榫拉接，今银锭榫佚失，卯口尚存。码头遗址周边散落大量条石、碎石。从码头遗址近千平米的规模来看，大概率是由官方组织修建，且极有可能该码头就是乾隆十一年（1746年）后赤水河上行水运的终点码头。至民国时期，由赤水镇至茅台的航运，虽然因航道未能“岁修”，险滩较多而不似茅台至合江一般百舸争流，但想来也未完全断绝。

明清以来，扼守两省通衢的赤水镇，也是川盐入黔的古道要塞，商旅往来间，场镇日渐兴盛，形成了会馆林立、水陆交通、熙熙攘攘的商贸重镇。繁荣的商贸带动了酒的消费，而清代“酒冠黔人国”的美誉，以及民国四年（1915年）巴拿马万国博览会的奖牌，使茅台酒成为世界名酒。“酒饮茅台”成为身份的象征，也表达

对宾客的重视，作为商贸重镇的赤水，自然也产生了消费茅台酒的需求。

民国二十八年（1939年），贵州盐务管理局以川盐入黔涪岸乌江、綦岸綦江水道均在修浚，唯赤水河航道未整治等理由，呈请盐务总局转请财政部设法治理。当年，应财政部之请，经济部安排黄河水利委员会派队查勘赤水河。民国二十八年（1939年）七月二十日，查勘队抵达茅台，二十三日开始调查茅台附近赤水河道和

这次查勘形成的报告，于民国三十年（1941年）刊载于《水利委员会会刊》之《水道查勘报告汇编》一文中。文中写道：“因是时自草濂溪以上……据地方人云：该段河道，低水时空船仅可达茅台上游约四十五公里之女儿溪，向无载货船只上下，间有小舟载茅酒运往赤水河镇，每年亦仅数次……”由此可见，虽通行艰难，但茅台酒这瓶深山佳酿，也值得“小舟逆流”。



酒鬼是如何炼成的

●文 / 朱学东

我喝酒就像是无师自通，如今成了一个比较有名的酒鬼。在职场的最后阶段，甚至因为喝酒被目为“追求享乐奢靡之风”。

2025年，我全年喝白酒280场，喝白酒近150斤；刚刚过去的2026年2月，我喝酒26次，其中白酒22次，超过11斤，还有4次米酒。酒鬼名不虚传。

我在开始喝酒的时候，完全没想到，自己会成为一个酒鬼。不过，还好不是自己瞧不上的那种借酒发疯借酒作恶的人。四十余年的喝酒生涯，我的酒品是公认的，虽然也喝多喝吐过，也因喝酒得罪过家人，但喝酒并没有给我的工作带来影响。

1. 酒量应该是可以练出来的

1985年夏天我18岁考上大学之前，几乎没有喝过酒，算得上是清纯少年青年；收到录取通知书后，开始喝啤酒，当时一瓶半啤酒已经能让我走路晃悠了。大学三年级后，兜里可用的钱稍微宽裕了些，开始在学校里和同学喝啤酒，喝过散装的，喝过瓶装的。

1986年寒假，我开始尝试着喝自家酿的米酒，也就是莫笑农家腊酒浑的腊酒，不是醪糟。直到今天，春节回故乡，我仍爱喝家酿米酒。2025年除夕，我和弟弟俩喝了近8斤；2025年春节时朋友到我家，6两多茅台后，我和朋友又一人喝了三大杯一斤半米酒，这两次算是喝多了，但我第二天都是接着喝酒的。2026年春节我喝过6次米酒，2次是喝完半斤舍得之后喝的，每次至少得有近一斤吧，

四次是单独喝的。

我喝酒的历史有多长，喝米酒的历史就有多长。米酒度数不高，容易入口，但醉后不易醒，醒了头疼欲裂。因为没有提纯。但好喝呀，当然还有情感。所以，我现在还喝。

喜欢喝酒的江南小绵羊，其实过去都是靠米酒筑基培养的。

我第一次接触白酒，是1986年我大学一年级寒假，在邻村同学家，中午4个人喝了两瓶商品白酒，我记得叫梁溪白酒，但无锡人认为应该是无锡白酒。我的三位同学都是喝酒老手，只有我是新人，第一次喝白酒，半斤白酒之后，打扑克，一会就失去了知觉，睡着了，到晚上都没醒。我父亲和我弟弟用板车把我拉回家，第二天才醒来。直到今天都被我弟弟奚落。大学三年级后，我也开始和同学一起和白酒，当时喝过二锅头、醉流霞、一滴香、尖庄，喝过的最贵的是四特酒，是江西同学春节带回来的。到大学毕业，我已经能喝半斤不醉了。当时我在我们宿舍酒量已经排到第三名了。

大学毕业前政治学习时无聊，舍友不服我酒量排第三，要和我斗酒，同学们都起哄，用烧鸡朝鲜凉菜下通化红葡萄酒，750毫升那种，一瓶正好倒两饭盆，结果，舍友两口喝掉一瓶，一瓶后已经溜了桌子，我在大家的起哄中，6口喝了3瓶通化红葡萄酒，我也吐了。惨的是晚上没水喝，11点半停水，连厕所都没水！我至今没有培养出对

葡萄酒的热情，就是一朝被蛇咬十年怕井绳的典型。

大学毕业时互赠留言，我的两位同学也是我的酒友给我留言，一位写的是：“除了大碗的酒和众多的美妞，你还喜欢什么呢？每当你得不到的时候就大喊大叫，这可不好，得慢慢来。”另一位同学的留言说不敢跟我喝白酒，但：“青岛五星最好，北京燕京也中，要是实在没有，来点散装也行。”

从此，我走上了自己都没有想到的酒鬼之路。我觉得大多数人喝酒能培养出来，除了生理有障碍的人。一般人养成一种习惯，也就可能行了。当然行与量的标准不同而已。心理排斥，是永远学不会的。

2. 基因当然很重要

我的一个朋友，我们同一年上大学同一年毕业，他如今是科技投资界的大佬。素昧平生的我们，因为共同的朋友介绍相识，成了酒友以及可以互相砥砺的朋友。过去这些年，他每年送我一箱茅台，送到我不好意思收。他说我喝酒，酒品勇气当然没得说，但我喝酒的状态，主要是天赋，“天赋异禀”。

天赋就是基因。我祖父喜欢喝酒，酒量不大；我父亲年轻时能喝点，半斤，后来因喝酒误事，戒酒了，如今不能喝酒了，这点我不如父亲；我母亲喜欢喝酒，曾经酒量也好，如今80岁了，一天至少两顿，每次喝得不多。也许喝酒也有遗传。

一如长寿，基因当然是基础，喝酒也是。就像我们知道，酒量的基础是酶，乙醇脱氢酶和乙醛脱氢酶。几年前我在舍得做过测试，我的喝酒天赋，也就是中等。

3. 喜欢最重要

虽然我觉得喝酒或许有遗传，但要说我今天这种喝酒的能力和状态，是天赋，是基因，我还是不太相信。几年前我在舍得酒厂测试酒量，也就中等。当时我跟舍得蒲吉洲董事长开玩笑，说我是用生命和意志力来喝酒，自然酒量显得还不错。

为什么愿意用生命和意志力来喝酒？因为喜欢，喜欢就会热爱。

为什么会喜欢？

酒是一种成瘾性食品，是最没有害的成瘾性食品，更重要的是，它能释放舒缓紧张的情绪，也能让人兴奋，思绪飞扬，也容易让人接近产生亲近感。张元幹说“醉来赢取自由身”，不欺我。没经过事喝酒，可能很难能体会到这种状态。但一旦人生有了一定的阅历，遇事难解，遇事愤怒，遇事沮丧，遇事开心，孤独难耐……酒都能成为良伴，帮助你暂时摆脱当下的状态，或提升你的状态。酒醒之后，整整衣衫，重新出发，又是一条英雄好汉。就像古龙的小说《大人物》里的江湖英雄秦歌。

我在媒体服务时期，白酒一直是我服务媒体的重要客户。我一直感谢这些酒企对我服务媒体的支持，这是一种感恩。与酒企的这种关系，也让我更喜欢酒了。

我说喜欢热爱，不只是喜欢热爱酒，更喜欢一起喝酒的人。我喝酒不怎么挑酒，但挑人。年轻时还是短缺时代没资格挑酒，如今好酒很多，只要是大酒厂的酒，浓清酱董兼，各种香型我都喜欢。我喜欢说，爱酒就是爱生活，年纪大了，更要珍惜余生每一场酒局，珍惜余生每一个还愿意一起和你喝酒的人。今天的我，身无长物，也无平台背书，依然有那么多人愿意和我一起喝酒，请我一起喝酒，这是我的荣幸，我自然珍惜。

4. 酒鬼也要自我控制

虽然我成了著名的酒鬼，一年喝那么多酒，但我几乎不会因喝酒惹事生非，因喝酒招人讨厌，也绝不强劝人酒或借酒撒疯，绝不在酒桌上说黄色笑话对女性不尊重，除了偶尔醉酒惹家人生气——我有次晚上喝多了回家，在小区吐在花坛里，第二天小区里人议论，那时老式小区还有人开电梯，开电梯的阿姨说应该是佩佩她爸爸吐的，他昨晚回来像喝多了。当时我女儿才两岁，是小区明星，我母亲告诉我后，我再也没有在外面吐过，喝多了都

是回家吐，自认肥水不流外人田，如今二十多年了。

很多人问过我到底能喝多少，我在很多场合说过，也写过文章。再说一次，其实我的酒量也就半斤，但能喝多少，取决于跟谁喝，取决于喝酒时有无勇气，取决于喝酒时的身体精神状态，取决于喝什么酒。顺带说一句，我跟女性朋友喝酒时，酒量会自动下降。

我最大的酒量，可能不是单次喝掉的酒，而是一种连续喝酒的能力，这是朋友说的天赋。其实连续喝酒能力不是天赋，而是自我控制自我调整能力，是后天习得的，我也是在做中国周刊时锻炼出来的，如何在第二天不影响正常工作生活的前提下调整饮食，吃什么喝多少水，怎么休息，怎么锻炼，判断自己第二天晚上的能力，这是一种非常理性的判断和选择，不是天赋，完全是后天的经验总结。

能够自我控制，收放自如，才不会让酒伤害自己，相反，会让自己放松，无论在悲伤还是沮丧时喝酒不自伤，还能很快放下，走出困境；也能在悠闲时体会喝酒带来的愉悦，而快乐时能让愉悦更上一层楼……

5. 惟有饮者留其名

我喜欢记录自己的生活，包括喝酒。

我50岁时熔断自己职业生涯，除了教过马克思主义原理和在广义的媒体业服务过，一无所能。而过去自认擅长的，比如写点文章什么，也因形格势禁，不能像过去一样了。幸亏有酒，喝酒给我打开了一个新世界，没了职场身份，喝酒却赢得了自由，也赢得了更多的朋友。我向无别的嗜好，唱歌跳舞不会，也无欣赏艺术的能力，业余唯一爱好就是读书喝酒，我跟太太说，如果酒都不让我了，我的人生该有多憋屈啊。喝酒一事，老婆孩子都不管，却要被外人管，也是荒唐，好在我自由了。

陈白沙说路傍酒价知天道，我改造说酒局即天下，酒局知天道人心。也因此，喝酒其实都不单单是喝酒，喝的还是品味，是趣味，是见识，是世道人心……没有酒

品，没有见识，没有情趣，酒局也就不能维持。

酒，才是烟火人间真正的照妖镜，通行证。

事非经过不知难。经过事后，才会真正体会酒的美妙。酒仰天地造化人和而成，人生的酸甜苦辣，皆化在酒中，酒就是烟火人生，壶中自有日月长。傅山说世难而酒以用之，辛弃疾说人生路窄酒杯宽，我觉得太过消极，所以我改辛弃疾句为“人生路不窄，杯底有大道”。人生有酒，路又怎会窄？独酌有天地万物为伴，与朋友一起喝酒，我们就是世界。

如今，我的朋友们都知道我的酒名，比过去当媒体老总名气还大，以至于只要我愿意，到哪都有一张酒桌为我摆下，无论街角路边，还是高堂大屋。惟有饮者留其名！

当然，酒鬼的炼成，还得产业基础好，有好酒。自己没有才华，至少还有酒量酒品人品，还有好酒。没有酒业的发展，哪来我这样的酒鬼！

在2013年早春，我职业生涯最后一次体检，我笑言像我这样喝酒，按照别人的说法，早就该翘辫子了，但却没什么大问题。朋友说，那是你喝酒的时候没私心没坏想法，酒中的杂质不会留下。2017年我离开职场之前，正在控酒状态，连续三次胃疼，疼得死去活来，正好都赶上我大夜班，我也没请假，7月底决定离开职场，恢复喝酒，至今，胃疼没再犯过一次。很不科学。2025年11月，我在社区家庭医生逼迫下做了十多年来唯一一次血检，指标还不错，医生和我太太都很吃惊。

无他，一是我从不自怨自艾，被情绪控制自己，保持一种开放开朗的心态，笑对人生；二是这些年我喝的都是好酒，感谢我的朋友们感谢酒业朋友；三是我的人生哲学，就是认真过好余生每一天，也包括喝酒。

（本文是为2026年成都春糖搜狐专场开麦准备的思路整理而成）

仁怀市酒文化研究会 组织机构

会长单位



仁怀酱酒集团

副会长单位

(排名不分先后)



国台酒业



怀庄酒业



酌客君丰



云峰酒业



无优酒业



联合酿酒



黔酒股份



衡昌烧坊



北街酒厂



茅台酿酒



国联原庄酒业



荷花酒业



国坛老窖和佳酒业



财富酿酒集团



远明酒业



国威酒业



肆拾玖坊



鹏彦酒业



茅台集团物流公司



酒中酒集团



仁怀酱香酒公司



钓鱼台国宾酒业



本味坊酒业



酱酒盟酒业



五星酒业



香慈茶叶



茅台集团保健酒业



夜郎古酒业



金酱酒业

理事单位

(排名不分先后)



文中酒业



一九一五酒业



雄正酒业



老掌柜酒业



京华酒业



吴公岩酒业



汉台酒业



赤脉酒业



睿达酒业



国贵陈厚



红梁魂酒业



酱河酒业



金茅古酒业



金樽酒业



沱台酒业



酒神酒业



茅镇源酒业



贤俊龙影印



神龙酒业



黔庄酒业



老贵酒业



华贵酒业



爱心酒厂



八益酒业



赤水三渡酒业



台窖酒厂



古坛酒业



古珍酒业



中翰酒业



红酱坊酒业



天邦伟业



大福酒业



鼎富酒业



亿星酒业



汉室酒业



恒兴酒厂



飞天盛世集团



红四渡酒业



黔韵酒业



仁怀酒



秦合章酒业



郑氏酒业



酱香河酒业



酒城酒业



茅源酒业



汉朝酒业



黔国集团



祥康酒业



天造酒业



大渡河酒业



大唐酒业



酒源酒厂

会员单位 (排名不分先后) LOGO 持续收录中.....



至尊国酒业



鼎丰酒业



多彩天香



国顺酒业



海丰酒业



酱香酒评估中心



唐源酒业



南醇酒业



巨岭酒业



酱香酒交易中心



美酒河酒业



三渡酒业



糖酒公司



主台酒业



酱进供应链



台典酒业



李兴发酒业



高酱酒业



黔河酒业



仁怀酱酒品牌



国航酒业



唐庄酒业



百年金典酒庄



波波酒庄



大国古将



汉王酒业



汉御坊酒业



红谷农业



黔醉酒业



隆门窖酒业



茅匠酒业



开国酿酒



华星酒业



牟池酒业



糊涂酒业



黔都酒业



张支云酒业



普天同庆酒业



李明英酒业



紫禁城酒业



台悦酒厂



中正酒业



半酣酒业



金窖酒业



藏贤居酒业



古窖酒业



宝酝集团



民族酒业



藏酒厂



大秦英雄



方圆酒业



父传子酒业



酱台王酒业



玖航香酒业



贺天下酒业



醉泉酿酒



初心酒业



大汉官坊酒业



仁怀首届马拉松收官

3月22日，2026贵州·仁怀马拉松在酒都·方圆荟购物广场鸣笛开跑。赛事吸引了来自全国各地的近万名选手参与。参赛者在酒香四溢的赛道上尽情挥洒汗水，享受运动竞技的激情与快乐。

赛事充分发挥体育赛事的综合带动效应，将竞技体育与文旅体验深度融合，让选手们在挑战自我的同时，浸润酱酒文化，饱览赤水河谷风光，感受中国酒都的独特魅力，为仁怀推动酒文体旅融合发展、建设世界酱香白酒核心产区注入了新动能。



仁怀市酒文化研究会网址: www.jiangnews.cn/

编辑部地址: 仁怀市中枢街道国酒中路181号

投稿邮箱: 545915385@qq.com jiu_wenhua@163.com

鹭鸟, (伊敏/摄)