

第十一届食博会落子西安 白酒企业借力“一带一路”走出国门

潘海涛 徐燕 贺成成 穆磊磊
本报记者 张晋

酒企期盼价值回归

相约美丽古城，共享食博盛会。

“2019 第十一届中国(西安)国际食品博览会暨丝绸之路特色食品展”于4月20日在西安曲江国际会展中心召开，同期还举办了“中国白酒品牌营销创新发展高峰论坛”、“陕西名优特食品产销对接会暨京东物流招商会”、“陕西省食品协会三届三次理事扩大会议”等活动。

本届食博会以“绿色·创新·融合·发展”为主题，参展产品约2万种，包括省内外政府组团、中粮集团、京东集团、西凤酒集团、洋河、茅台酒、银桥、石羊集团、陕西巅峰饮料有限公司等知名企业机构，采购商约6000多名。

中国白酒品牌营销创新发展高峰论坛旨在搭建中国酒业交流合作平台，汇聚各方力量，推动资源共享，实现竞合发展，促进“凤香酒”与“酱香酒”的融合创新发展，登高共进，助力酒业行稳致远。

中国西安国际食品博览会在为食品行业搭建贸易和交流为一体的综合服务平台，为企业开拓和巩固西北市场、塑造品牌形象、扩大产品销售等方面起到了积极的推动作用，已成为中西部地区食品行业颇具影响力的行业盛会。成为传播“陕西元素、陕西文化、陕西特色”的重要窗口，为地方经济发展发挥了积极作用。

中国酿酒历史悠久，文化底蕴深厚。在数千年的发展历程中，成就了许多以地闻名的白酒品牌。特别是中华人民共和国成立以来，中国白酒工业取得了前所未有的发展成果，涌现出诸多国家级、世界级名酒。自2012年以来，白酒行业经历多年的深度调整后，逐步转向了“品牌集中化、产业集中化”发展趋势，同时随着供给侧改革和消费转型升级以及“红酒普世、啤酒年轻”概念的不断深入，个性化、健康化、时尚化、年轻化消费主张成为酒类饮品领域发展的新主流。面对市场新变化，其它酒类的竞争，一众白酒企业未来发展该何去何从，关系到中国白酒的前途与命运。

西凤酒发祥于华夏文明的发

源地，位于古今丝绸之路的商贸驿站，其历史可以追溯到6000年前。西凤酒是中国凤香型白酒的创立者和典型代表，也是我国最著名的四大、八大和十七大老牌名白酒之一。

西凤集团党委副书记、总裁张力告诉《中国企业报》记者，由于历史原因，西凤酒此前在销量利润表现方面与其他名酒企业拉开了距离，企业一直期望能有合适机遇再次归队。近年来，随着白酒行业以国家级名酒企业为引领的复苏趋势，陕西“一带一路”核心区的定位及追赶超越的强大动力，赋予西凤老名酒新的时代发展机遇。当前，西凤酒正以实现百亿，重归一流名酒序列为奋斗目标，在优化调整、转型升级、



市场拓展、品牌建设和可持续发展等方面不断改革升级，呈现出“增长稳定、量质齐升、结构趋优、

活力增强”的良好态势，推动名酒价值回归，实现陕西白酒产业健康有序良性发展。

倒逼白酒酿制技术创新

自上世纪50年代以来，西凤酒先后经历了八次生产工艺技术革新，传承而不保守，创新精益求精，成为了凤香型国家标准制定者。

特别是近年来，西凤酒不断推

进白酒品质研究和创新成果转化。积极推进产学研一体化，设立了陕西博士后创新基地，并与陕西科技大学、西北大学合作共建科研院所。在保持3000年传统凤香酿酒工艺的基础上，让凤香型西凤酒

满足了更多消费者口感需求。

同时，西凤酒通过溯源体系建设，逐步要实现从“田园到餐桌”的全过程监管。通过智能化建设，推进原料溯源、仿生人工制曲、自动化酿酒、智能机器人品评勾兑、智

能灌装仓储物流等“智能+”体系的工作，建设数字化、网络化、自动化的智慧化工厂，以打造“艺术品”的心态，去酿好每一滴酒，让名酒的历史基因得以传承，使名酒的卓越品质得以保障。

给名酒品牌注入年轻基因

随着我国经济转型和消费升级，如今的消费领域正在发生变革，品质消费、场景消费和个性化消费正在崛起。新生代的消费群体更加追求个性。如何让年轻人喜欢，如何培养年轻人对白酒品牌的忠诚

度，成为中国白酒传承发展、与时俱进的核心点。

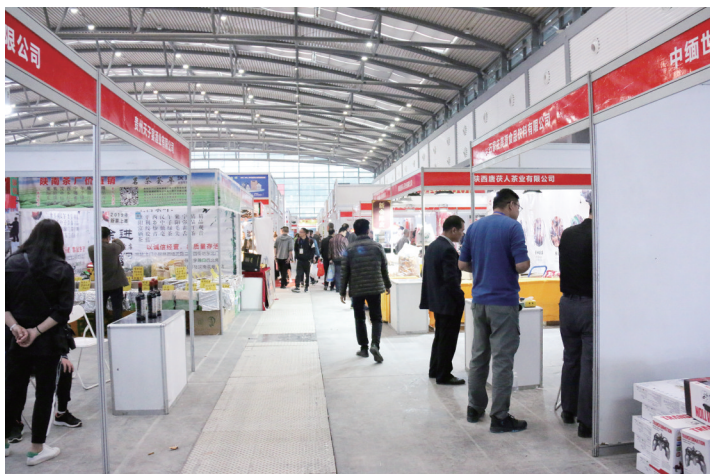
首先，西凤酒充分借助现代科技革命成果，运用大数据平台，实施更精准的市场判读，发现和培养消费人群，不断扩大白酒的朋友圈。

其次，在品牌传播、市场营销和产品设计上，给“老品牌”赋予“年轻”的内容，适应和满足年轻消费群体追求互动、参与、趣味的生活方式，与年轻人在物质和精神需求方面产生共鸣。赢得他们的认可，也

是保证中国白酒市场不断代延续的前提。

再次，西凤酒寻找差异性市场，研究适应女性消费群体的低度酒、果酒等产品系列，最大限度地挖掘和培养潜在客户群体。

借力“一带一路”走出国门



白酒是文化的载体，更是一种文化符号。各名优酒企通过酒文

化建设，对产业支撑的作用明显。

西凤酒起源于华夏文明发祥地，位于古今丝绸之路的商贸驿站。周朝西岐古城距此不足30公里，始皇加冕就在身边。汉有张骞出塞，唐留千古名诗等。可成为西凤酒文化演绎的载体非常丰富。曾有比喻说“一滴西凤酒、半部华夏史”。

近年来，企业深入挖掘并发扬光大这些悠久的历史，充分挖掘西凤自有的深厚文化基因，依托独有的区域优势和环境优势，讲好西凤酒故事，讲好中华文明故事。今年启动了西凤工业旅游体验区、西凤酒博物馆建设，通过3—5年时间将企业打造为具有人文气息和全国知名度的花园

式工厂，争取将西凤酒工业旅游区纳入国家4A级景区，不断提升品牌影响力和美誉度。形成以文促产，以产助文的发展新格局，使传统的酒文化在企业治理、消费体验、价值认同、品牌赋能等方面，助力西凤酒实现快速健康发展。

随着我国经济的快速发展，国际地位的不断提升，中国文化正在被越来越多的国家和人们所认同和推崇。“一带一路”倡议的实施，更是为中国企业走出去提供广阔的平台。中国白酒作为传统的民族产业，必将会被越来越多的世界各国人民了解和接受，这些都为白酒行业变革和发展提供巨大的支撑和空间。