

贵州酱香型白酒瓶储老酒价值体系构建及表达路径

阳志锐¹, 冉红艳^{2,*}

(1.凯里学院大健康学院, 贵州 凯里 556011; 2.贵州省工业和信息化发展研究院, 贵州 贵阳 550001)

摘要: “酒是陈的香”已形成消费共识, “喝新酒、存好酒、品藏老酒”已然成为当下白酒消费新潮流。贵州作为酱香型白酒的原产地与核心主产区, 以茅台酒为代表的黔派酱香白酒酿造工艺, 本身便具备长期贮存陈酿的工艺特征, 是“酒是陈的香”消费理念的典型案例。本文从酿造资源、工艺、历史及市场维度系统梳理贵州发展酱香型白酒瓶储老酒产业优势, 并从品牌、时间、产区3个维度构建老酒价值体系, 提出加强科学研究、筑牢品质优势、打造权威平台、建设消费体系、构建商业模式、强化要素保障的老酒价值表达路径。本文可丰富贵州酱香型白酒瓶储老酒价值系统性表达, 对进一步找准贵州酱香型白酒在产业链及全国大市场中的定位, 更精准表达其在美好生活

关键词: 贵州; 酱香型白酒; 瓶储老酒; 价值体系; 表达路径

Construction of Value System and Expression Strategy for Bottle-Aged Sauce-Flavor Baijiu in Guizhou

YANG Zhirui¹, RAN Hongyan^{2,*}

(1. College of Big Health, Kaili University, Kaili 556011, China;

2. Guizhou Institute of Industry and Information Technology Development, Guiyang 550001, China)

Abstract: ‘Aged Baijiu tastes better’ has been widely recognized by consumers. ‘Drinking fresh Baijiu, aging good Baijiu, and storing aged Baijiu’ has gradually prevailed in the current Baijiu market. As the origin and core producing area of sauce-flavor (Jiangxiangxing) Baijiu, Guizhou features the brewing technology of Guizhou-style sauce-flavor Baijiu represented by Kweichow Moutai, which inherently possesses the technological attribute of long-term storage and aging, serving as a typical embodiment of the consumption philosophy that ‘aged Baijiu tastes more aromatic’. This paper systematically sorted out the industrial advantages of developing bottle-aged sauce-flavor Baijiu in Guizhou from the dimensions of brewing resources, production technology, historical heritage, and market foundation; constructed the value system of aged Baijiu from the three perspectives of brand, time, and producing region; and proposed the expression paths of aged Baijiu value including strengthening scientific research, consolidating quality advantages, building authoritative platforms, optimizing the consumption system, innovating business models, and reinforcing factor guarantees. This paper can enrich the systematic value expression of bottle-aged sauce-flavor Baijiu in Guizhou and is of great significance for clarifying the industrial chain positioning and national market layout of Guizhou sauce-flavor Baijiu, accurately interpreting its value and connotation in satisfying people’s needs for a better life, as well as consolidating and enhancing its competitiveness and influence in domestic and overseas markets.

Keywords: Guizhou; sauce-flavor Baijiu; bottle-aged Baijiu; value system; expression strategy

DOI:10.11882/j.issn.0254-5071.2026.06.040

中图分类号: TS262.3; F427

文献标志码: A

文章编号: 0254-5071 (2026) 06-0315-07

收稿日期: 2025-07-18

基金项目: 凯里学院园艺学一流学科建设项目 (YLXK2021002);

凯里学院“十四五”学科专业平台团队一体化建设规划科研平台项目 (YTH-PT202404)

第一作者简介: 阳志锐 (1985—) (ORCID: 0009-0006-3790-5550), 男, 讲师, 硕士, 研究方向为食品发酵。

E-mail: 961835469@qq.com

*通信作者简介: 冉红艳 (1991—) (ORCID: 0009-0007-3693-658X), 女, 工程师, 硕士, 研究方向为白酒等轻工业领域发展战略、政策、标准等。E-mail: 506517656@qq.com

引文格式:

阳志锐, 冉红艳. 贵州酱香型白酒瓶储老酒价值体系构建及表达路径[J]. 中国酿造, 2026, 45(6): 315-321. DOI:10.11882/j.issn.0254-5071.2026.06.040. <http://www.chinabrewing.net.cn>

YANG Zhirui, RAN Hongyan. Construction of value system and expression strategy for bottle-aged sauce-flavor Baijiu in Guizhou[J]. China Brewing, 2026, 45(6): 315-321. (in Chinese with English abstract) DOI:10.11882/j.issn.0254-5071.2026.06.040. <http://www.chinabrewing.net.cn>

老酒, 作为贮存时间较长的酒的统称, 主要包括白酒、黄酒、威士忌、白兰地、金酒、伏特加等。中国白酒根据贮存对象不同, 老酒主要分两类, 一是年份酒^[1-2], 即以基酒为贮存对象, 在陶坛、不锈钢坛(罐)等容器中进行陈酿老熟, 再经勾调灌装成品, 其产品品质更高; 二是陈年白酒(瓶储老酒)^[3-5], 以成品酒为贮存对象, 在最终销售容器中进行陈年老熟, 其收藏价值更高。在满足一定条件下, 年份酒可以转化为陈年白酒。近年来, 全国陈年老酒市场成交额增速基本保持在20%左右, 2023年达到1 285亿元, 预计未来5年将突破1 500亿元^[6-7], 酒是陈的香已成为消费共识。团体标准T/CBJ 2101—2019《白酒年份酒》中将白酒年份酒定义为: 以传统白酒(固态法、半固态法)工艺酿造, 经贮存3年及以上基酒勾调而成, 标注年份为所用主体基酒加权平均酒龄, 不直接或间接添加食用酒精及非自身发酵产生的呈色呈香呈味物质, 具有本品固有风格特征的白酒^[1]。团体标准T/CNFIA 195—2024《坛贮老酒(浓香型白酒)》中将坛贮老酒(浓香型白酒)定义为: 以粮谷为原料, 采用浓香大曲为糖化发酵剂, 经泥窖固态发酵, 固态蒸馏, 量质摘得的基酒在陶坛、不锈钢坛(罐)等容器中陈酿5年以上(其中陶坛陈酿不少于1年), 经勾兑调味(勾调)灌装包装而成的白酒^[2]。团体标准T/ZGSCJXH 1—2019《陈年白酒收藏评价指标体系》中将陈年白酒定义为: 中华人民共和国合法酒类企业生产, 罐装出品并经一段时间的贮存, 未经任何人为的外观改变, 具有较高收藏价值和经济价值的白酒^[3]。团体标准T/CBJ 2202—2019《陈年白酒鉴定规范》中将陈年白酒定义为: 由具备白酒生产资质企业以传统白酒(固态法、半固态法)工艺酿造, 出厂10年以上, 且保存完好的白酒产品^[4]。团体标准T/CNFIA 145—2022《原包装陈酿年份白酒[瓶(坛)贮年份酒]》中将原包装陈酿年份白酒、瓶(坛)贮年份酒定义为: 以粮谷为原料, 经传统固态或半固态法发酵, 蒸馏、陈酿、勾兑而成, 再灌装到最终销售所用的瓶(坛或其他容器)中, 贮存一定年份(3年或3年以上)后, 经包装上市销售的实际陈酿年份与生产经营者声称年份一致的蒸馏酒^[5]。可见, 中国白酒老酒的定义和标准还没有完全统一, 老酒的价值评估体系尚未建立, 缺乏对老酒价值的系统性表述和评价; 且由于鉴真难度大, 老酒

的市场体系不完善, 还存在税务制度不完善、人才储备不足、市场诚信危机及监管难度大等问题。

酱香型白酒是以粮谷为原料, 采用高温大曲等为糖化发酵剂, 经固态发酵、固态蒸馏、陈酿、勾调而成的, 不直接或间接添加食用乙醇及非自身发酵产生的呈色呈香呈味物质, 具有酱香特征风格的白酒^[8], 贵州赤水河流域是酱香型白酒原产地和主产区^[9]。本研究通过开展广泛调研和全面摸底, 系统梳理贵州发展酱香型白酒瓶储老酒的基础, 构建贵州酱香型白酒瓶储老酒的价值评价体系, 提出贵州酱香型白酒瓶储老酒的价值表达策略, 对于贵州白酒在行业调整期中找准在产业链及全国大市场中的定位、扩大增量市场、满足消费新需求意义重大, 具有一定的经济价值和现实意义。

1 贵州发展酱香型白酒瓶储老酒具备的基础

1.1 酿造资源稀缺

酱香型白酒酿造属于自然开放式、多菌固态发酵, 开放式制曲通过自然接种, 网罗、富集、培养微生物; 高温堆积发酵可充分网罗、捕集生产环境(包括空气、工具、场地、生产用水等)中的大量微生物^[10-11], 进一步产生丰富的功能酶^[12], 能够促进关键风味前体的形成, 从而形成复杂多层的风味和口感^[13], 生产全过程中不进行人工接种微生物, 且不使用外源酶^[8]。因此, 酿造地域的气候、微生物对酱香型白酒酿造具有至关重要的作用。江南大学徐岩团队曾从全国9个具有代表性酒厂收集了403个白酒样品, 对其风味化合物和微生物生态的地理特征进行评估, 结果表明, 与清香型和浓香型酒厂相比, 酱香型酒厂体现出更加严格的地域依赖性^[14]。赤水河流域(贵州段)是酱香型白酒原产地和主产区^[9], 位于北纬27.23~28.84°N、东经105.22~107.03°E, 地势复杂, 南高北低, 海拔在198~2 108 m; 属亚热带季风气候, 年平均气温13.1~17.6℃, 平均年降水量749~1 286 mm^[15], 被誉为美酒河。赤水河谷相对封闭的环境十分利于微生物的生长和繁殖, 且微生物不易随气流等扩散至其他区域, 更有助于微生物聚集和富集, 进而形成稳定的微生物群落, 孕育了茅台、习酒等知名酒企; 而在海拔400~800 m范围内, 随着海拔的升高,

土壤中的真菌Shannon指数呈下降趋势^[16]，所以高海拔区域不适合酿酒。酒厂长期不间断的酿造活动有利于选育和驯化生产环境中的微生物^[17-18]，但距酒厂50 m以外的生态环境微生物则很少被驯化^[16]，佐证了离开茅台镇生产不出同样品质的茅台酒。此外，红缨子糯高粱是酿造酱香型白酒的最佳原料，其支链淀粉含量高，单宁含量适中，硬度大，具有耐蒸煮、耐翻糙、出酒率高等特点^[19-22]；然而产量有限，仅能满足茅台、习酒等重点酒企生产需求。综合来看，赤水河流域适宜酿造的区域有限，连续生产的企业数量较少，且优质酿造原料稀缺，这些因素共同导致酿造优质酱香型白酒的资源极为有限。2024年，贵州规模以上白酒制造企业185家，产量为31万 kL、占全国的7.5%^[23]，其中酱香型白酒产量则更低。

1.2 酿造工艺蕴含长期贮存特点

茅台酒酿制技艺被列入首批国家级非物质文化遗产名录^[24]，入选2023—2025年国家级非遗生产性保护示范基地名单^[25]，习水酱香型白酒传统酿造技艺、珍酒酿造技艺、仁怀酱香型白酒传统酿造技艺、宋窖酒酿造技艺被列入省级非物质文化遗产代表性项目。以茅台酒为代表的酱香型白酒酿造工艺包括“长期贮存”的关键环节，从原料进厂到产品出厂，要经过5年以上的时间，其中基酒在陶坛中贮存3年以上，才能用于勾调，勾调采用不同年份、不同轮次、不同浓度的基酒相互勾兑，勾调后的酒体再次入坛贮存半年以上，最终灌装成品，贮存过程中酒体发生一系列复杂的物理、化学变化，使异杂味会消失，酒体更为醇厚丰满，回味更加悠长^[26-28]。2024年期末贵州茅台酒股份有限公司的在产品、库存商品、自制半成品存货账面价值分别为246.8亿、29.8亿、235.9亿元，总计512.5亿元^[29]；位列中国A股白酒上市企业之首，约为五粮液的3倍，表明长期贮存的基酒资源丰富。

1.3 酿造历史源远流长

贵州酒业兴盛，酒文化繁荣，境内酿酒历史悠久，但具体何时出现的酿酒活动尚无定论。考古发掘，在仁怀市东门河云仙洞的商周穴居室遗址，出土了商周时期陶制酒具30余件^[30]；习水县土城镇天堂口汉代墓葬中，有大量陶酒罍、陶甗、陶酒杯等陶制酿酒与饮酒器具^[31]。明初贵州建省后全省酿酒业发展加速，至清初更加空前兴盛，当时，仁怀县西茅台村出产的“茅台烧”，品质优异，黔省称第一^[32]。至清道光年间，茅台烧坊不下20家，所费山粮不下二万石^[33]，酿酒业相当发达。清代陈熙晋在《茅台村》中写到“家唯储酒卖，船只载盐多”，记录了茅台镇上酒业兴盛、盐事繁忙的繁荣场面。清代郑珍在著名的《茅台村》诗中写道“酒冠黔人国，盐登赤虺河”，盛赞当地美酒^[34]。1943年，仅遵义县就有酒坊

122家，工徒470人，年产酒601.5 t^[35]。到民国年间，茅台酒生产形成了成义、荣和、恒兴3家烧房鼎足而立的发展格局^[36]。1953年，3家烧坊合并，更名为贵州省茅台酒厂^[37]，标志着茅台酒酿造工业企业发生根本改变。而后，茅台酒连续5次获得“中国名酒”称号。1974年周恩来总理提出“茅台酒要发展上万吨的指示”，茅台酒厂调出部分资源赶往遵义开展“贵州茅台酒易地生产试验（中试）”国家重大科技项目；1985年项目成果鉴定委员会认为完成了合同要求，1986年方毅副总理品尝试制酒后亲笔题词“祝贺贵州茅台酒易地生产试验鉴定成功——酒中珍品”，“贵州茅台酒易地生产试验厂”正式改名为“贵州珍酒厂”，至此“珍酒”诞生^[38]。2011年贵州省委、省政府明确提出“未来10年，中国白酒看贵州”、把茅台酒打造成“世界蒸馏酒第一品牌”、把茅台镇打造成“中国国酒之心”、把仁怀市打造成“中国国酒文化之都”的“一看三打造”目标^[39]，贵州酱香白酒产业迅猛发展。目前拥有千亿级茅台、百亿级习酒、五十亿级珍酒和国台，以及二十亿级金沙。

1.4 具备良好的市场基础

贵州酱香白酒凭借卓越的市场表现，积累了大量潜在的老酒消费客群。2024年，贵州茅台主动向新商务转型，即向“客群转型、场景转型、服务转型”的3个转型，年度销售费用增加21.31%，全年实现营业收入1 708.99亿元、归母净利润862.28亿元，主要经济指标持续保持两位数增长^[29]，分别占全国白酒的21.4%、34.4%^[40]。习酒深化“君品文化”知识产权（intellectual property, IP）建设，品牌价值达到2 896.21亿元^[41]，稳居中国白酒第8。珍酒推行“千店万网工程”，拓展高端异业圈层团购销售渠道，全年实现营业收入44.8亿元^[42]。国台强化“数智国台”建设，打造国台元宇宙沉浸式体验中心等5大展馆，品牌价值达到2 244.36亿元^[41]，位居中国白酒第10。金沙酒业围绕品质、品牌、创新、科技为核心的新质生产力，焕新高端大单品摘要酒品牌主张，全年实现营收21.49亿元、同比增长4%^[43]，摘要酒销量较去年同期增长35%，贡献白酒业务营业额超70%^[44]。此外，目前老酒收藏圈有两种主流玩家：一种是茅台老酒收藏，另一种则是以名酒品牌和强势白酒品牌主流系列的核心单品老酒收藏。在茅台的龙头引领下，贵州老酒深受市场青睐。据京东超市联合中国酒业协会发布《2024年陈年老酒消费趋势报告》显示，从品牌和香型来看，茅台老酒销售占比高达43%，超过五粮液、泸州老窖、郎酒3大品牌之和；而在香型选择上，酱香型更受青睐^[45]。习酒、国台、珍酒、钓鱼台等贵州酒企，通过有意存放产品、在瓶身显著标注产品主体基酒生产年份、延长货架期等策略布局老酒市场。

因此, 贵州酱香型白酒酿造资源稀缺、产量稀少; 独特的酿造工艺本身具有长期贮存的特点, 拥有不同年份的基酒; 酿酒历史悠久, 酒文化底蕴深厚; 在全国白酒及老酒体系中品质极佳、品牌影响力强、市场规模大, 展现出强劲的活力和巨大的潜力。发展酱香型白酒瓶储老酒, 贵州有基础、有条件、有优势, 亟须构建相应的评价体系, 助力贵州白酒企业系统化表达老酒价值。

2 贵州老酒的价值评价体系

老酒的价值评价是多维度、多方面的, 建立贵州酱香型白酒瓶储老酒的评价体系有利于系统传递贵州老酒的价值所在, 讲好贵州老酒的故事, 指导企业生产和市场交易。参照中国收藏家协会发布的T/ZGSCJXH 1—2019^[3]以及对重点企业的调研, 贵州老酒价值评价体系主要包括品牌价值、时间价值(品质价值、投藏价值)、产区价值。只有高品质的酱香型白酒才具备储存价值, 才能成为老酒, 具备老酒的价值。产区生态环境、微生物结构等是影响酱香型白酒品质的重要因素, 同时, 酱香型白酒品质还受到生产活动、酿造工匠、基酒多样性、贮存环境、容器及方式等因素影响。高品质的酱香型白酒在一定时间内, 随着时间的延长, 品质得到提升; 而部分品牌知名度高、稀缺性强的产品还具有投藏价值。此外, 酱香型白酒品质是品牌的基础, 品牌还受企业文化、服务等因素影响, 同时影响老酒的收藏价值。因此, 产区价值、时间价值、品牌价值三者相辅相成。

2.1 品牌价值

品牌是基于企业长期提供的产品和服务, 并且能够给消费者和企业带来附加值的一项重要无形资产^[46]。品牌价值是品牌整体实力的综合体现, 也是消费者选择老酒的最重要因素^[47]。知名度高、品牌基础较好以及品牌创新能力强的产品更有贮存价值。同时, 酒的贮存价值也会随着生产企业和产品的品牌价值提升而相应增加。品牌价值的评分可通过系列指标进行量化, 包括但不限于产品在全国消费市场或区域核心市场的知名度和美誉度情况, 产品获得国家名酒、省级名酒奖励奖项情况, 产品品牌价值在行业权威白酒品牌价值排行榜中的排名情况。

2.2 时间价值

老酒的价值在很大程度上是由时间赋予的, 主要体现在其品质价值和投藏价值上。只要在合适的贮存条件下, 高品质的酒就是越陈越香。10年内白酒的时间价值主要体现在品质提升上, 而10年以上白酒的时间价值还增加了投藏价值。品质价值的评分可通过系列指标进行量化, 包括但不限于酒企获得质量方面的荣誉情况,

产品感官评分, 产品理化指标检测的合格性, 产品外观品相完整度。在投藏价值方面, 贮存10年以上的白酒, 随着时间的推移, 稀缺性的增加、所承载的历史文化内涵、情感关联等会相应地提高其投藏价值; 此外, 其与新酒勾调也会使得酒体口感丰富柔和, 具有一定的勾调价值。投藏价值评分可通过系列指标进行量化, 包括但不限于产品出品之后的存世时间情况, 同批次出厂时的产量情况, 产品市场存量 and 市场流通稀缺性情况, 产品在重大场合的使用情况, 经合法审批生产的产品与特殊纪念事件或日期的关联情况; 产品在酒标印刷、瓶身美学设计、外部包装艺术、酒瓶选材等展示和设计效果方面的特殊情况, 产品相关的文物、器具、历史典故、名人故事、诗词名篇等的关联情况。

2.3 产区价值

产区是酿造资源的地域载体, 优势产区的压舱石和稳定器作用, 成为推动白酒产业健康可持续发展的重要支撑。为保护酱香型白酒酿造核心产区环境, 贵州省制定《赤水河流域酱香型白酒产区保护规划》, 划定15.03 km²茅台酒产区、53 km²茅台镇传统优势产区、52.4 km²仁怀及68.4 km²习水集聚区、29.1 km²赤水河流域特色产区的“四区多点”保护范围^[48], 成为全国首个白酒产区专项保护规划, 而后更是将酱香型白酒生产环境保护提升至立法层面, 于2023年3月1日正式施行《贵州省赤水河流域酱香型白酒生产环境保护条例》。因此, “四区多点”酿造生产的产品更有价值。产区价值的评分可通过系列指标进行量化, 包括但不限于产品生产所需的高粱、小麦、水等原材料产自特定地域情况, 产品生产过程(关键点)控制记录真实完整情况, 产区酿造微生态监测情况, 产品获得国家地理标志保护产品原产地的认证情况, 产品获得国家地理标志保护产品情况, 产品获得国家地理标志证明商标情况, 产品生产所在产区获得行业权威性荣誉称号或认证情况。

3 贵州老酒的价值表达路径

贵州老酒价值评价体系的建立, 为贵州老酒价值表达奠定了基础。贵州老酒价值的表达, 需要政府、协会、酒企、渠道商、媒体机构等紧密合作, 实施“科学支撑、品质保障、鉴真估值、消费培育、营销推广、要素完善”6大工程, 从而构建一个完整、协同且高效的贵州老酒生态圈。

3.1 加强科学研究

发起“酒是陈的香”研究计划, 以茅台、习酒、国台、珍酒等重点企业为主体, 邀请国内顶尖专家团队领衔攻关, 从贮存过程中乙醇与水分子缔合, 酒的陈化机理, 陈香的主要物质, 酒龄识别的指示性化合物, 贮存

容器和条件, 饮用舒适度等维度, 揭示“酒是陈的香”的科学原理和变化机制, 进一步为构建贵州老酒品质表达体系提供科学支撑。

3.2 筑牢品质优势

筑牢贵州酱香型白酒品质基础, 为贮存转化为陈年白酒提供必要的前提条件。在酒体品质方面, 企业严格执行GB/T 10781.4—2024《白酒质量要求 第4部分: 酱香型白酒》^[8]中酱香型白酒生产要求, 筑牢产品贮存的品质基础。在老酒品质监测方面, 支持具有资质的检测机构建立覆盖不同产区、品牌、年份的老酒品质检测数据库。鼓励酒企自身建立老酒产品品质监测数据库, 通过定期采集和分析老酒的感官特征、理化指标、风味物质含量等数据, 形成老酒品质变化的大数据图谱, 为老酒品质提升、鉴定等提供支撑。在老酒产品贮存方面, 支持行业协会或者龙头企业组织专业的老酒贮存课程培训, 为酒企和消费者提供专业指导与服务支撑, 确保贵州老酒的品质得到系统保障。

3.3 打造权威平台

在主体培育方面, 依托贵州白酒产业基础, 行业主管部门、监管部门、白酒交易平台、行业协会、重点酒企、名酒收藏机构等多方力量共同参与, 构建一个集贵州老酒价格指数发布、鉴定回收、贮存收藏、交易拍卖、品鉴展示、售后服务、溯源管理、监管等为一体的权威主体或平台, 有效链接老酒流通链上的各个主体。在品质鉴定方面, 从全国范围内遴选具有资质的检测机构和科研院所, 并适时发布第3方权威检测机构白名单, 支撑老酒真实性检测相关工作。在价值评估方面, 可由省级及以上市场监督管理部门遴选的第3方权威评估机构, 对老酒的价值进行评估, 并定期发布贵州老酒价格指数。

3.4 建设消费体系

在市场主体培育方面, 加大对老酒经营主体的支持力度, 引入全国具有较大影响力的酒类运营企业, 在贵州设立分公司。同时, 鼓励重点酒企、渠道商打造老酒运营板块, 依托直营店、专卖店、体验馆等平台, 开展老酒定制、回收、鉴定、评估、交易、消费、收藏等业务。在消费场景打造方面, 支持协会或者重点酒企举办老酒品鉴会、文化体验活动, 深化消费者对老酒品质、蕴含的文化内涵、带来的精神满足以及传达的价值观的认知, 从而全面提升消费者对老酒的体验感。支持重点酒企在1、2线核心城市建立集餐饮、酒文化、老酒消费于一体的体验馆和品鉴馆。推动贵州茅台集团持续举办杨柳湾论坛, 依托茅台品藏家联谊会等平台, 深度链接贵州老酒收藏市场, 常态化组织老酒拍卖活动和文化传播推广活动, 扩大老酒消费圈层。在消费者教育方面, 建设贵州老酒的品饮文化, 用消费者听得懂的语言来描述贵州老酒的美好感官体验, 给予消费者老酒品鉴、收

藏等方面的指导。同时, 通过线上线下渠道, 广泛收集消费者意见建议, 优化消费体系的建设。

3.5 构建商业模式

“拥有老酒、品藏老酒”是一种对美好生活、品质生活的追求。从工业设计的角度, 打造与老酒消费相适配的产品形态和生活模式, 深度链接老酒消费群体的生活态度、价值主张和情感共鸣, 满足消费者美好生活新期待。在品牌推广方面, 构建由政府、协会、重点酒企、媒体机构、渠道商等组成的品牌推广矩阵, 从不可复制的产区生态、悠久的酿造文化、独特的生产工艺、更长时间的陈酿及产品的稀缺性等方面, 全方位、多层次讲好贵州白酒故事。在酒博会、糖酒会等国内外行业重要酒类展会中, 增设贵州老酒产品展示、品鉴体验、文化交流、交易拍卖等环节, 进一步提升消费者对贵州老酒的认知, 引领“喝新酒、存好酒、品藏老酒”的白酒消费新模式, 实现创造经济价值、文化价值及生活价值。在渠道建设方面, 鼓励酒企与全国具有较大影响力的酒类流通商等合作, 有意进行产品(坛储或瓶储成品酒)存放, 而后在相关渠道投放。在跨界融合方面, 探索老酒与文化艺术、金融投资、健康养生等领域的跨界融合, 创造新的经济增长点和消费热点。例如, 与艺术机构合作举办老酒与智化、陶瓷等艺术品的联合展览; 开发老酒相关的金融产品, 如老酒基金、老酒信托、老酒期货等; 研究老酒在养生保健领域的应用价值, 推出与健康养生相关的老酒衍生产品。

3.6 强化要素保障

在政策供给方面, 制定老酒交易税收制度, 明确税收科目, 制定合适的税率, 规范纳税方式和形式等, 让老酒交易阳光化、合法化。在行业监管方面, 加强行业自律, 建立老酒行业诚信体系。加大对老酒市场的监管力度, 严厉打击制假售假行为, 规范老酒交易流通。建立风险预警与应急处理机制, 迅速、有效应对行业突发事件, 推动形成良好的老酒生态圈。在消费引导方面, 组织开展“贵州老酒”评选, 增强消费者对贵州老酒品牌的认知和信任。编制贵州老酒消费收藏指南, 为消费者提供品饮和收藏老酒的专业指导。在人才培养方面, 市场监管部门、科研院所、行业协会、酒企等单位联合开展老酒品酒师、鉴定师等的培育和培养工作。同时, 鼓励高校开设酒文化等相关课程, 为酒文化建设输送高素质人才。

4 结 语

在茅台的引领下, 凭借稀缺的酿造资源、独特的酿造工艺和深厚的酿造历史, 贵州酱香型白酒瓶储老酒在全国老酒体系中品质极佳、品牌影响力强、市场规模大。

发展瓶储老酒是推动贵州酱香型白酒实现高端化、优化产品结构的关键路径。鉴于当前老酒在回收、鉴定、估值、交易、消费、收藏、溯源等方面的问题,本文从品牌价值、时间价值(品质价值、投藏价值)、产区价值3个方面构建了贵州老酒的价值评价体系,有利于企业系统地传达老酒产品的丰富内涵,并规范老酒价值的表述。从科学支撑品质表达、系统保障老酒品质、健全流通交易体系、拓展老酒市场等层面提出了贵州老酒价值表达的路径,有助于构建完善的贵州老酒生态圈,实现老酒的高效便捷交易和场景化消费,为行业进行老酒生产和流通提供了重要参考。然而,白酒是高度市场化的产品,价格易受宏观经济形势、消费场景变化、消费需求等多种因素影响,建立精准的定价模型难度较大。加之,酱香型白酒具有风味物质多、香气复杂的特点,陈酿过程中物质转化复杂,酒龄识别的指示性化合物尚未明确,导致老酒鉴定及品质评价缺乏客观量化方法,现阶段仍主要依赖人工感官品评。因此,未来亟须在产区生态环境、微生物结构与酱香型白酒品质关联性研究、酱香型白酒陈酿机制解析、年份识别等方面取得实质性突破,将有助于构建更清晰的老酒品质体系、价值评分体系和定价体系,推动老酒市场实现透明化、规范化、健康发展。

参考文献:

- [1] 中国酒业协会. 白酒年份酒: T/CBJ 2101—2019[S]. 北京: 中国标准出版社, 2019.
- [2] 中国食品工业协会. 坛贮老酒(浓香型白酒): T/CNFIA 195—2024[S]. 北京: 中国标准出版社, 2024.
- [3] 中国收藏家协会. 陈年白酒收藏评价指标体系: T/ZGSCJXH 1—2019[S]. 北京: 中国标准出版社, 2019.
- [4] 中国酒业协会. 陈年白酒鉴定规范: T/CBJ 2202—2019[S]. 北京: 中国标准出版社, 2019.
- [5] 中国食品工业协会. 原包装陈酿年份白酒[瓶(坛)贮年份酒]: T/CNFIA 145—2022[S]. 北京: 中国标准出版社, 2022.
- [6] 凤凰网. 《2024年陈年老酒消费趋势报告》出炉, 千亿市场如何掘金?[EB/OL]. (2024-02-05)[2025-07-22]. <https://jiu.ifeng.com/c/8WwwMrrIvdt>.
- [7] 新浪网. 1300亿老酒的“良币时代”[EB/OL]. (2024-08-20)[2025-07-22]. <https://finance.sina.com.cn/chanjing/jync/2024-08-20/doc-inckhwe8572911.shtml>.
- [8] 国家市场监督管理总局, 国家标准化管理委员会. 白酒质量要求第4部分: 酱香型白酒: GB/T 10781.4—2024[S]. 北京: 中国标准出版社, 2024.
- [9] 国务院. 国务院支持贵州在新时代西部大开发上闯新路意见[J]. 当代贵州, 2022(9): 4-9. DOI:10.3969/j.issn.1008-4967.2022.09.002.
- [10] 周恒刚. 酱香型白酒生产工艺的堆积[J]. 酿酒科技, 1999(1): 5-7.
- [11] 罗方雯, 黄永光, 涂华彬, 等. 基于高通量测序技术对茅台镇酱香白酒主产区酵母菌群结构多样性的解析[J]. 食品科学, 2020, 41(20): 127-133. DOI:10.7506/spkx1002-6630-20190810-110.
- [12] ZHOU J L, LI X C, LI S, et al. Airborne microorganisms and key environmental factors shaping their community patterns in the core production area of the Maotai-flavor Baijiu[J]. Science of the Total Environment, 2024, 912: 169010. DOI:10.1016/j.scitotenv.2023.169010.
- [13] 赵侨, 杨花, 田茂玲, 等. 酱香型白酒堆积发酵微生物与风味物质相关性研究进展[J]. 中国酿造, 2024, 43(12): 6-12. DOI:10.11882/j.issn.0254-5071.2024.12.002.
- [14] TAN Y W, DU H, ZHANG H X, et al. Geographically associated fungus-bacterium interactions contribute to the formation of geography-dependent flavor during high-complexity spontaneous fermentation[J]. Microbiology Spectrum, 2022, 10(5): e01844-22. DOI:10.1128/spectrum.01844-22.
- [15] 刘纯军, 周国富, 黄启芬, 等. 基于InVEST模型的山地流域生境质量时空分异研究: 以贵州省境内赤水河流域为例[J]. 人民长江, 2021, 52(10): 62-69. DOI:10.16232/j.cnki.1001-4179.2021.10.010.
- [16] 姜政飞. 赤水河产区酱香型白酒酿造微生物来源及环境微生物分布[D]. 无锡: 江南大学, 2023.
- [17] 陈美竹, 邱树毅, 胡宝东, 等. 酱香型白酒酿造体系中酵母菌研究进展[J]. 中国酿造, 2015, 34(6): 5-10. DOI:10.11882/j.issn.0254-5071.2015.06.002.
- [18] 新华网. 茅台集团科技成果鉴定会召开[EB/OL]. (2023-03-22)[2025-07-22]. <http://www.xinhuanet.com/enterprise/20230322/9aaaa5329f554c0c988d18110623ee9b/c.html>.
- [19] 郭敏, 保玉心, 黄永光, 等. 不同高粱品种酿造酱香型白酒发酵特性的研究[J]. 中国酿造, 2018, 37(1): 102-107. DOI:10.11882/j.issn.0254-5071.2018.01.022.
- [20] 程度, 曹建兰, 王珂佳, 等. 高粱对酱香型白酒品质影响的研究进展[J]. 食品科学, 2022, 43(7): 356-364. DOI:10.7506/spkx1002-6630-20210116-182.
- [21] 蒋力力, 尹艳艳, 杨军林, 等. 酿酒原料高粱对白酒品质影响的研究进展[J]. 中国酿造, 2022, 41(8): 6-11. DOI:10.11882/j.issn.0254-5071.2022.08.002.
- [22] 钟敏, 张健. 原料糯高粱对酱香型白酒品质影响的研究现状[J]. 中国酿造, 2022, 41(1): 32-36. DOI:10.11882/j.issn.0254-5071.2022.01.006.
- [23] 国家统计局. 国家数据[EB/OL]. (2024-12-31)[2025-07-22]. <https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=A01>.
- [24] 中央人民政府. 国务院关于公布第一批国家级非物质文化遗产名录的通知国发〔2006〕18号[EB/OL]. (2006-06-02)[2025-07-22]. https://www.gov.cn/jwz/gk/2006-06/02/content_297946.htm.
- [25] 仁怀市人民政府. 茅台镇酿酒技艺入选2023—2025年国家级非遗生产性保护示范基地名单[EB/OL]. (2023-11-27)[2025-07-22]. https://www.rh.gov.cn/xwzx/rhxxj/202311/t20231129_83157417.html.
- [26] 郭世鑫, 姚孟琦, 马文瑞, 等. 酱香型白酒的研究现状[J]. 中国酿造, 2021, 40(11): 1-6. DOI:10.11882/j.issn.0254-5071.2021.11.001.
- [27] 林瑶. 酱香型白酒轮次基酒关联风味成分及其勾调应用的研究[D]. 贵阳: 贵州大学, 2025.
- [28] 谢再斌, 张楷正, 赵金松, 等. 酱香型白酒陈酿研究进展[J]. 中国酿造, 2021, 40(3): 1-5. DOI:10.11882/j.issn.0254-5071.2021.03.001.
- [29] 贵州茅台酒股份有限公司. 2024年年度报告[R]. 仁怀: 贵州茅台酒股份有限公司, 2024.
- [30] 刘丽. 赤水河流域的文化生态探究[J]. 教育文化论坛, 2015, 7(6): 129-133.
- [31] 黄小刚. 赤水河流域酒文化研究进展[J]. 中国酿造, 2019, 38(12): 205-207. DOI:10.11882/j.issn.0254-5071.2019.12.041.
- [32] 贵州省地方志编纂委员会. 贵州省志: 地名[M]. 贵阳: 贵州人民出版社, 2020: 2.
- [33] 郑珍, 莫友芝. 遵义府志[M]. 台北: 成文出版社, 1968: 529-530.
- [34] 黄江玲. “酒冠黔人国, 盐登赤虬河”: 郑珍赤水河记游诗浅析[J]. 贵阳学院学报(社会科学版), 2014, 9(1): 28-30. DOI:10.3969/j.issn.1673-6133.2014.01.006.
- [35] 张其昀. 遵义新志[M]. 杭州: 国立浙江大学, 1948: 119.

- [36] 张云峰, 郭旭. 论民国时期制约贵州茅台酒发展的因素[J]. 酿酒科技, 2015(9): 137-140.
- [37] 吕金芳. 我县私营工商业社会主义改造简述[G]//仁怀县文史资料. 仁怀: 贵州省仁怀县政协文史资料编辑部, 1991: 62-65.
- [38] 蒙璐, 肖杰. 珍酒: 三十年前茅台人创造的另一个奇迹[J]. 当代贵州, 2010(20): 78-79.
- [39] 中国日报网. 未来十年中国白酒看贵州[EB/OL]. (2011-07-26) [2025-07-22]. https://www.chinadaily.com.cn/dfpd/guizhou-zhengwu/2011-07/26/content_12985869.htm.
- [40] 酒业家. 2024年白酒行业数据出炉: 销售收入7 963.84亿, 利润2 508.65亿[EB/OL]. (2025-03-21)[2025-07-22]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1827207858580581966&wfr=spider&for=pc>.
- [41] 中国日报网. 华樽杯第十六届中国酒类品牌价值200榜单[EB/OL]. (2024-10-11)[2025-07-22]. <http://cnews.chinadaily.com.cn/a/202409/29/WS66f8fa5da310b59111d9bffd.html>.
- [42] 珍酒李渡集团有限公司. 2024年度报告[R]. 开曼群岛: 珍酒李渡集团有限公司, 2024.
- [43] 华润啤酒(控股)有限公司. 2024年度报告[R]. 香港: 华润啤酒(控股)有限公司, 2024.
- [44] 新华网. 华润啤酒2024年综合营业额386.35亿元 大单品“摘要”销量增长35%[EB/OL]. (2025-03-19)[2025-07-22]. www.xinhuanet.com/food/20250319/c3a9f93fd0f746509e2c165588ba90b4/c.html.
- [45] 京东超市, 中国酒业协会. 2024年陈年老酒消费趋势报告[R]. 2024.
- [46] 蒋大富, 张家宁. 品牌价值来源的研究综述[J]. 商业观察, 2024, 10(11): 99-103. DOI:10.3969/j.issn.2096-0808.2024.11.020.
- [47] 胡润百富. 2020中国老酒白皮书[R]. 2020.
- [48] 天眼新闻. 贵州: 酱酒成为有机会、有竞争力、有财富效应的白酒品类[EB/OL]. (2023-02-26)[2025-07-22]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1758857896719458838&wfr=spider&for=pc>.