

贵州珍酒的“守艺”与“革新”双重奏

孟锦群

1975年，国家重点科技项目——贵州茅台酒易地生产试验项目落地遵义北郊石子铺，经过50年的发展，珍酒已成为贵州最大的民营白酒企业。

近年来，珍酒在坚守酱香传统的同时，积极拥抱时代变革，以数字化重构生产环节，让“守艺”与“革新”并存；以矩阵化布局产品，让“老酒”与“新需”同频；以生活化重塑消费场景，让“卖酒”升级为“卖生活方式”……古法酿造遇见数字智能，匠心品质对话多元消费，珍酒在传承中创新，在发展中焕新，书写着关于传承与创新的篇章。



贵州珍酒石子铺厂区。

技术革新：数据接管经验，工具放大匠意

酱香白酒的酿造，素来是“天人共酿”的艺术，仰赖天时、地利与酿酒师傅的敏锐和经验积累。工艺复杂、效率低下，以及技艺传承和品质管理难，曾是行业共同的痛点。珍酒在坚守传统工艺的同时，以数字技术破题，把酿酒师傅的经验译成代码，实现了一场静水深流的效率和品质革命。

2025年8月，在中国国际大数据产业博览会上，“贵州珍酒酱香型白酒智能勾调平台”惊艳亮相，引爆行业讨论，作为全国首个白酒智能勾调平台，标志着酱香白酒正式开启“智能勾调”的新纪元。

勾调作为酱酒酿造过程中最为关键的环节之一，是一项“舌尖艺术”。一款酒的灵魂，一定程度上取决于勾调师的经验和状态。

珍酒依托长期积累的基酒数据资源，借助贵州联通在AI与大数据领域的技术优势，联合打造了贵州珍酒酱香型白酒智能勾调平

台，让勾调师在进化算法、深度学习等AI手段的精准辅助下，实现了对白酒风味物质的科学解析、精准控制与高效匹配，这不仅确保了酒体批次间的极致稳定性，还将传统“手工化、经验化、个性化”的勾调模式，升级为“智能化、数据化、标准化”的现代生产流程。

“我们勾调一款酒，过去需要几组勾调师同时工作，每天开展上百次试验，短则几个星期，长则几个月甚至数年，才能把一款酒的配方比例把控好，如今在智能勾调平台的辅助下，勾调师只需要验证平台给出的配方数据是否达到要求即可，这大大提高了整体工作效率。”贵州珍酒酿酒有限公司副总经理吴长贵说。

贵州珍酒酱香型白酒智能勾调平台的投入使用，实现了生产流程、品质控制和资源管理三大维度的透明化，实现酒体批次品质

的稳定性，极大提升生产效率和资源利用率，标志着白酒行业开始从“经验驱动”迈入“数据智能”新时代。

珍酒的“数智”赋能，不止于此，其自主研发的基酒数智化管理系统，把白酒行业“老大难”问题——“盘家底”变成一件轻松的事。

吴长贵介绍，基酒是白酒企业的命脉与核心资产，清楚“家底”有多少是制定下一步工作的基础。然而传统基酒管理，是一场低效的“体力劳动”——依赖人工“抽酒倒坛”进行盘点，四五个人的团队每日仅能完成约80坛；同时，称重误差大，手工记账易错难查，精准度差、损耗高、效率低难题长期制约着企业发展。

珍酒借鉴粮食储存、房地产测绘、石油化工等行业先进理念，历经两年研发攻坚，创新性融合了雷达三维扫描、人工智能与自

动建模等技术，为厂区内的每一只实体陶坛构建了精确的数字孪生体。雷达液位仪一扫，再借助数据模型的计算，即可随时完成盘点工作，避免了频繁开坛周转带来的损耗，最大程度保护了基酒的品质，这套闭环管理系统拥有4项核心技术专利，构筑了坚实的技术壁垒。

“它的精髓在于，无需开坛，即可通过雷达液位仪快速完成测量，日盘点能力跃升至600坛至700坛，效率极大提升。同时，测量精度误差小于0.3%，解决了成本核算与库存统计的精准性难题，更重要的是，这套系统实现了对10万吨基酒库存状态的实时动态监控与风险预警，显著提升了资产安全性。”吴长贵说。

数智酒库的建成，标志着珍酒酒库管理正式告别“经验驱动”，迈入“数据驱动”的透明化、高效化、安全化新时代。

此外，在原料管理、质量管理、物流管理等方面，数字技术的触角几乎延展到珍酒酿造的各个生产环节，下一步，珍酒将打造联通各子系统的中枢系统，实现“数智”更好地辅助生产。



大珍·珍酒。

产品焕新：以老工艺托底，用新产品对话

传统工艺是立身之本，产品创新则是发展之要。珍酒在坚守传统酿造工艺的同时，积极创新，通过打造极具“质价比”，又不失时尚的珍酒产品，实现与消费者的深度对话。

2025年6月，珍酒推出全新战略级大单品“大珍·珍酒”，以品质为基础，选用200余种不同轮次、不同典型体的优质基酒精心勾调，所有基酒酿造时间均不晚于2020年，并以20年以上老酒调味，“大珍·珍

酒”一经上市，迅速成为市场焦点。

“首批30件‘大珍·珍酒’不到一个月就几乎售空，尤其是那些懂酒的老客户反响特别热烈，有一位品尝过‘大珍·珍酒’的老客户首次就提走5件，几天后又追加5件。”“大珍·珍酒”的联盟商，湖南长沙峰尚商贸有限公司的杨阳表示，在行业遇冷的当下，大珍·珍酒的火热尤显难得。

新品闯荡市场，光有品质还不行，设计

也要亮眼。2021年，珍酒以行业创新者的姿态，大胆“做减法”，率先推出高端光瓶酒系列。“大珍·珍酒”延续“简约不简单”的光瓶设计，用光瓶作为主体，以明代沈周书法“珍”字烫金浮雕点睛，外包装选用宣纸包裹，让传统与现代完美融合。

自“大珍·珍酒”推出以来，凭借超高性价比，迅速赢得全国市场热烈反响，仅3个多月，就已经与全国2600多家联盟商签约，多地联

盟商首批产品到货后火速售罄。联盟商纷纷表示，“大珍·珍酒”以老工艺保证品质，用新产品实现价值对话的策略，让珍酒在激烈市场竞争中开辟出独特的发展路径。

在产品创新上，珍酒早已构建了完整的产品矩阵，涵盖不同价格带和消费场景。珍酒以珍十五、珍三十锚定次高端及高端市场，自2021年推出首款高端光瓶酒“珍酒·2011真实年份酒”以来，逐年推出的2012、2013、2014真实年份酒，进一步巩固高端光瓶酒市场。2025年推出的“大珍·珍酒”在价位上填补珍十五和珍三十之间的价格带空缺……珍酒已经形成多价格带、多元化的产品布局。

同时，珍酒精心打造高端文化IP“国之珍宴”，营造极具仪式感与文化品位的宴饮场景，推动“美酒+美食”的深度绑定，让品鉴珍酒升华为一种独特的生活美学与文化享受。

着眼于未来，珍酒正在打造“珍酒庄园”项目，更体现其创新体验营销的战略布局。

“历经8年时间打造的珍酒庄园，不仅有花海、九天洞、云梯，以及可观‘苍山如海、残阳如雪’之壮美景观的云顶餐厅，还有世界上最好的温泉。”在万商联盟创富论坛五十场特别直播中，吴向东再一次推介珍酒庄园。

未来，珍酒庄园不仅是珍酒文化的重要载体，更是其实现从产品提供者向美好生活方式提案者转型的关键落子。

半个世纪
在时间的沉淀中酿造未来

珍酒50年发展是一部创业史，也是奋斗史、发展史。50年来，珍酒经历了艰苦卓绝的求索，从最初茅台28位精英调任遵义，到几代珍酒人接续奋斗；从1985年在白酒业内最高级别鉴定会上鉴定成功，到2023年港交所上市成为港股白酒第一股；从1988年荣获国家质量奖、成为国宴用酒，到近年屡获国内外大奖；从2009年成功改制，到2023年成为贵州白酒民营企业第一。珍酒在产能、营收、品牌等方面实现了全面的跨越式发展。

珍酒的半个世纪，是一场关于“守艺”与“革新”的漫长实践，它用行动丰富了传统产业现代化转型的探索实践：既不是对传统的顶礼膜拜，也不是对现代的盲目追逐，而是在传承与创新之间找到那个动态的、进化的平衡点。

五十华诞，风华正茂。如今手握传统与创新的双桨，珍酒这艘巨轮，正锚定产能10万吨、储酒40万吨，带动上下游千亿元产业链，向“世界一流酿酒企业”的宏伟目标扬帆远航。

(本版图片由贵州珍酒酿酒有限公司提供)

本版责编：熊瑛 张元斌 严頔
版式设计：彭舒翊

破圈触达：把渠道做成生态，让消费成为生活

酒香也需勤吆喝，在信息碎片化、渠道多元化、消费代际更替加速的今天，珍酒在渠道模式创新与用户体验升级上持续开展探索，构建起紧密共生的新生态。

据悉，过去的3个多月，珍酒在遵义举办了53场万商联盟创富论坛。8月19日，珍酒李渡集团董事长吴向东在万商联盟创富论坛五十场特别直播中，分享其在过去100天，如何打造行业最火超级新品，举办行业最热超级论坛。

据统计，该直播全网观看人数超574万，最高在线人数255万，全网点赞超438万。万商联盟商业模式被视为在行业承压期寻求突围

的战略级商业模式，这绝非传统的招商加盟，而是一场旨在构建直接面向终端消费者的深刻渠道革命。

和传统的招商模式不同，万商联盟创新提出了一套共享利益的模式，按短、中、长

期向联盟商提供回报。签约联盟商按照每年的销售额度拿货并完成销售任务，这一过程要接受珍酒和联盟体的联合监督管理，保证了市场的正常秩序。

在重塑厂商关系与推动渠道创新的同时，珍酒积极响应贵州省政府推动的“卖酒”向“卖生活方式”转变的号召，在消费端深耕沉浸式体验，打造了多维度的用户互动矩阵，实现价值传递的升华。

珍酒巧妙利用毗邻红色圣地遵义会议会址、娄山关，世界文化遗产海龙屯等旅游资源优势，打造了集红色文化、民族文化、白酒文化于一体的回厂游项目——“封坛之旅、圣地之约”。让消费者在感悟红色文化



↑贵州珍酒智能勾调平台数据大屏。
←贵州珍酒综合楼。