

让“酱香”成为优雅的生活方式

——贵州茅台2025年茅友嘉年华解码白酒消费新范式

刘显玉

晨雾渐消，遵义仁怀市茅台镇裹有雨滴的云层慢慢退去。赤水河畔，绛纱色旌旗随风轻舞，从包装车间广场蜿蜒至厂房深处。远处，身着统一绛纱服饰的茅友们陆续抵达，衣袂与晨光相映。

5月20日，以“感恩茅台友，共创高品质”为主题的贵州茅台2025年茅友嘉年华在茅台包装车间广场拉开帷幕。



茅友嘉年华欢迎仪式现场。



2025年茅友嘉年华启动仪式。

首开厂门：与茅台人的“共情时刻”

此次嘉年华有点不一样，贵州茅台酒厂首次向全球茅友敞开生产车间区域的大门。

来自五湖四海的近千名茅友，开启“做一天茅台人”的沉浸式体验。

踏入制酒车间，来自河南茅酱酒业的李方深受震撼。这是他第一次实地探访这一传承百年的工艺。

在技术人员的讲解中，李方和茅友们了解到茅台酒完整年度需经历七个生产轮次，从重阳下沙到七次取酒，每个环节都严格遵循时令规律。

车间内，通过讲解员的引导，李方

和茅友们观察了茅台酒原料——本地红缨子糯高粱的处理流程。讲解员指着颗粒饱满的高粱介绍：“这种高粱支链淀粉含量高达88%，表皮角质层厚实，经得起九次蒸煮、八次发酵的考验。”通过放大镜可见高粱表面的龟裂纹，这正是其吸水性与耐蒸煮特性的关键。

讲解员特别提到：“第四轮次正处于堆积发酵中期，半球形堆体设计能确保微生物均匀作用。”

边上的窖池，被工人用取自赤水河畔的紫红泥密封。讲解员解释“这种取自本地的紫红泥兼具透气性与黏性，既

能隔绝空气促进无氧发酵产酒，又能实现年度循环利用。窖池内持续30天的无氧发酵，充分展现出茅台酒‘高温制曲、高温堆积、高温发酵、高温馏酒’的工艺精髓。”

参观过程中，老师傅还展示“看花摘酒”绝技：当酒花形成“豌豆粒”状时精准分段，馏酒温度严格控制在37℃至45℃。李方和茅友们品尝了四轮次基酒，印证了“黄金轮次”的独特风味……

合肥工业大学经济学院教授张本照与中国美术家协会会员、一级美术师胡

晓幸也是首次到访茅台酒车间。

张本照对一线工人的辛勤付出深表敬佩。他表示，茅台如今的万亿市值和千亿营收背后，是无数工人坚守岗位、脚踏实地的努力，这种工匠精神不仅体现了茅台人的奋斗，更映射出中国民族工业的发展历程。

胡晓幸在参观制酒车间时被“原汁原味的工匠精神”所震撼，他认为茅台酿造工艺的每一个环节都凝聚着对传统精髓的呵护与发扬。

这场开放不仅是物理空间的突破，更是文化信任的构建。正如制酒车间酒师张德伦在启动仪式所言：“让茅台酒永不变味，是我们对时间的承诺。”当茅友亲手触摸到尚带余温的酒甬，千年匠艺终于从传说走向可感知的现实。

IP共振：“黄小西”与嘉年华的首次碰撞

茅友嘉年华与“黄小西”音乐盛典的联动，成为2025年茅台文化输出的重要环节之一。

当晚，茅台学院体育场馆化作音乐与激情的海洋，“飞天之夜黄小西音乐盛典暨2025茅友嘉年华”在近万名观众欢呼中拉开帷幕。

水木年华以经典曲目《一生有你》率先点燃全场，万人齐唱的声音裹挟着青春记忆席卷看台；黄霄云携虚拟形象“黄小西”登台揭秘命名深意，一曲《我们的爱》以穿透时空的嗓音唤醒华语金曲情怀。

舞台中央，张艺兴以茅台文旅代言人身份演绎《飞天》，刚柔并济的舞步与科技感舞美交相辉映，诠释着“茅台既是文化更是生活方式”的跨界哲思。当韩红压轴献唱《九儿》，标志性高音穿透夜空，将盛典推向高潮……

这场以“音乐+文旅”为核心的创新尝试，不仅突破传统白酒营销边界，更构建起连接Z世代的情绪通道。

“黄小西”IP的诞生本身便是文化解码的杰作。其命名源自贵州三大地标——“黄”果树瀑布、“小”七孔、“西”江千户苗寨，而数字代言人形象

融合蜡染纹样与赛博美学，在音乐节现场引发年轻群体追捧。

茅台连续7年举办茅粉节，如今升级为“茅友嘉年华”，体现了茅台从“以产品为中心”向“以消费者为中心”的转变，通过活动构建消费者深度参与的品牌生态，强化归属感与认同感。

广东省深圳市潮汕青年商会常务副会长、大中华国际(集团)董事局副主席、中国侨商联合会副会长黄大卫已造访茅台多次，“每次印象都很深刻，因为一到这里就能闻到浓郁的酱香味。这次的感受尤其不一样。很多茅友，从世界各地赶来，而且此



茅友在非遗集市体验竹竿舞的魅力。



茅友沙龙活动现场。



茅友在制酒车间感受不同轮次酒的变化。

品牌升维：从产品到生态的价值跃迁

当天下午，“茅友沙龙”在茅台国际大酒店举行，据悉，2025年茅友嘉年华是“三重价值”理论的现场实践。功能价值、体验价值与情绪价值的协同重构，不仅重塑消费者关系，更勾勒出茅台从商业实体向生态共同体跃迁的哲学路径。

围绕功能价值的核心，现场重点解读了茅台“时空法”质量管理模式。

这套以二十四节气酿造时序为根基的体系，将1503平方公里核心生态圈与产业链布局有机结合，依托1100余项技术指标构筑起涵盖传统工艺、科学标准与法规保障的立体化质量网络。

针对体验价值的创新，茅台正构建“五感联动”的感知体系。

在仁怀下九铺测试的数字化气味释放体系，通过36种具象香型帮助消费者建立风味认知基准；与清华大学合作的脑电波研究项目，则试图将“醇厚”“优雅”等抽象口感转化为可视化数据。

在情绪价值维度，茅台通过东方美学重构与年轻群体产生共鸣。以色彩命名为例：“靛尘”取代普通黄白描述，瞬间唤醒千年制曲场景；“绛纱”色生酒通过宋代官服文化溯源。

当一家企业将文化自觉注入商业基因，把生态哲学作为发展底色，便能跨越传统与现代的鸿沟，在价值共生的土壤里，生长出超越商业的生命力。

【花絮】

5月20日晚，赤水河畔的茅台镇因一场特殊的“慈善交响”而沸腾——一场汇聚艺术、文化与社会责任的公益拍卖会——贵州茅台2025年茅友嘉年华公益义拍义卖活动正在激情上演。

最终，来自全国各地的茅友合力点亮赤水河的“爱心之光”，总计266万元善款全数注入贵州茅台公益基金会。这不仅是一次商业与慈善的交融，更成为民族品牌践行使命的生动缩影。

夜色中的茅台国际大酒店灯光璀璨，一套由贵州茅台经销商捐赠的“十二生肖茅台酒”引发全场关注。十二款生肖产品恰如十二枚珍贵的文明切片，封存着不同生肖的文化密码，既记录了中国白酒美学从传统到现代的范式革新，更以酒为载体，完成了传统文化基因的现代表达。

一岁一生肖，一酒一茅台。自2014年甲午马年始，贵州茅台以弘扬传统文化为使命，推出十二生肖系列茅台酒，十二载光阴流转，十二款生肖产品的匠心呈现，构筑起独具魅力的茅台生肖酒文化体系，更成为茅台文化谱系中熠熠生辉的篇章。这套“酒中艺术品”历经多轮竞价，最终由一位茅友以90万元收入囊中。

除了“十二生肖茅台酒”外，同场竞逐的还有两大拍品：【贵州茅台酒（2000-2009）礼盒套装】，甄选2000年至2009年跨越千禧的十瓶佳酿，每一年份各藏一瓶，串联起完整的世纪时光脉络；【贵州茅台酒（书画家）】，全套36瓶的组合蕴含了“六六顺意”的美好祝福，小彩盒和酒瓶呈现“一家一品、一品一画”，在方寸之间构筑起一座浓缩的东方美学殿堂。两款拍品分别以46万元、130万元价格被茅友拍得。

“每一滴酒都浸润文化，每一次举牌都传递温度。”现场藏家的感唱，揭示这场拍卖的深层意义——当艺术价值与社会责任通过善举串联，茅台正以商业向善的姿态，成为连接艺术价值与社会责任的纽带。

此次嘉年华以“感恩茅台友，共创高品质”为脉络，邀请全球茅友走进赤水河畔的酿酒秘境。从中国酒文化城的历史低语到现代化车间的酿酒技艺，茅台的文化密码在体验中悄然传递。而当晚的义拍义卖活动，则将这份文化共鸣升华为公益能量。

据了解，当晚的义拍义卖共筹集善款266万元，全额捐赠至贵州茅台公益基金会，用于生态保护、教育民生、文化传承等领域。贵州茅台公益基金会相关负责人表示，将严格按照《中华人民共和国慈善法》及基金会章程管理善款，确保本次捐赠资金全额用于开展公益事业。

值得一提的是，所有拍品均由全国各地茅台经销商无偿提供，既展现了经销商群体对茅台文化的深度认同，也延续了茅台“工业反哺社会”的传统。

自2023年成立以来，贵州茅台公益基金会已开展65个公益项目，累计投入超1亿元，惠及群众超300万人次。从乡村振兴到灾后重建，从助学助残到就业帮扶，茅台与经销商、茅友共同构筑起立体化的公益网络，每一份善举都在为“茅台精神”注入新注解。

此次义拍义卖活动的成功举办，彰显了茅台人回报社会的初心和茅友对公益事业的炽热情怀。这场嘉年华映射出的，正是茅台以品牌为枢纽，将消费者、投资者与合作伙伴凝聚为责任共同体的战略智慧。

当赤水河的月色漫过茅台国际大酒店，这场公益盛事的余温仍在延续。从一瓶酒的酿造到一场爱的接力，茅台始终秉持“山一样的责任与担当”姿态践行民族企业的责任与担当。

正如那套被赋予艺术灵魂的“十二生肖茅台酒”，茅台的价值早已超越物理形态——它在善意的流动中，写就了商业向善的东方寓言。

(本版图片由贵州茅台提供)

本版责编：熊璇 张元斌 樊天晴 版式设计：王玉

文化与公益交响

李勋 周浪