

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成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，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协会员、一级美术师胡

晓幸也是首次到访茅台车间。

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，这种匠心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醅，千年匠艺终于从传说走向可感知的现实。

次嘉年华里有很多创新的节目。茅台在不断创新，更加适合我们年轻一代。”

他还称赞了茅台从“茅粉”到“茅友”的称呼转变，认为这体现了品牌对消费者的尊重、关爱、友谊和平等。

同时，这场IP共振的本质是场景革命。

在非遗市集，俄罗斯茅友尝试蜡染制作，贵州糍粑的捶打声与电子音乐形成奇妙混响；在“七轮次酒风味密码”展区，数字气味播放器释放出松柏熏香，引导茅友在酒液中捕捉对风味；而茅台公益拍卖会上，生肖酒拍品将收益注入公益基金。这些看似割裂的元素，实则构成完整的文化生态系统——既有非遗的在地性表达，又有科技赋能的感官体验，更暗含“天人合一”的生态哲学。

【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，串联起完整的世纪初时光脉络；【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。”现场藏家的感喟，揭示这场拍卖的深层意义——当艺术价值与社会责任通过酱香串联，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，当晚的义拍义卖共募集善款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。

此次义拍义卖的成功举办，彰显了茅台人回报社会的初心和茅台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，茅台始终以“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)

李勋
周浪

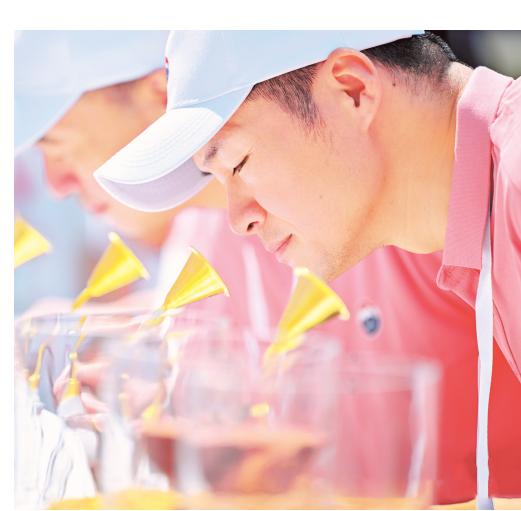
文化与公益交响



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播放系统，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，测试图将“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：“鞠尘”取代普通黄白描述，瞬间唤醒千年制曲场景；“绛纱”色生肖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。