

中国酱酒世界行

AROUND THE WORLD WITH YOU

践行白酒“中国梦”

> 历时

28天

4月17日至5月14日

> 行程

30000公里

走访欧洲多国知名烈酒产区

> 影响力

1500万+

影响力触达国内外人群

首届国际酣客节巴黎站

全球华人 共饮酣客

中国酱酒世界行

AROUND THE WORLD WITH YOU

酣客君丰内刊

前言

Preface

文 / 石彦

中国酱酒世界行项目参与人员名单：

出行人员 | 王 为 安 娜 管维旌 庞艳平 石丰硕 尹冰阳 廖一芳

总策划 | 玄丽娜

总编审 | 杨 帆

副编审 | 张文建

总执行 | 安 娜

宣传策划 | 石丰硕 徐梦玲 政慧钰

执行主编 | 石 彦

撰稿编辑 | 和斌斌 付超强 高紫军 薛梦静

视觉总策划 | 季业慧

视觉设计 | 彭 磊 孙泽浩

插画设计 | 许高松 王 琪 冯柳燕 张 萌

平面设计 | 张金秋

影视总编导 | 王 艳

后期剪辑 | 陈海陆 熊文斌 陈里键

短视频总策划 | 庞艳平

摄影摄像 | 尹冰阳

视频制作 | 江群昕 杨文涛 王兴明

产品设计 | 丛 榛

工业设计 | 赵蓓蓓

包装设计 | 李世杰

动画设计 | 程拥杰

疫后时代，百废待兴。在党的二十大和两会精神感召下，在扩大内需与提振市场信心、激发市场主体活力的国策背景与经济发展要求之下，各个产业的“守正”与“创新”、“深耕”与“笃行”都势在必行。值此，一场以中国白酒业为代表的民族特色物产与民族文化自信“全球赶考”，为中国探索内外循环顺畅联通，发出了第一声激越啼鸣。

2023年暮春之初，由中国酱酒新锐力量酣客君丰所引领的“中国酱酒世界行”跨越山海，历时28天，遍访欧洲各大酒厂庄园、行业协会及政府组织、华人商会，在海外所到之处遍地生根、开花结果。

此行，酣客人以新时代中国民营企业的全新面貌，为欧洲各国烈酒企业带来了“高质量发展”的全球路演。所到之处的工艺交流、产业探访、文化传播，不仅是对海外同行的传经送宝，也是中国白酒出海的主动探路与产业外交；不仅响应了习近平新时代中国特色社会主义思想大国外交思想中“构建人类命运共同体”的理念，重新连接了受阻许久的中外酒业经贸与文化交流，也积极回应了国际上对疫后中国酒类商品进出口情况的关切。

无论取得了多少关注，好奇与流量终究只是名气的助推器。抛开光环，本质上，酣客是一瓶蕴藏了中国千百年酿造文明的好酒。

从满足需求到满足追求，从提供幸福生活的“需要”到创造全世界的“想要”，酣客酱酒为全世界酒友带来一瓶高品质的烈酒之余，也提供了一份来自中国民营企业的创新范式；从产品型贸易改进为文化型贸易，从资源与原料型物质出口改良为高理念附加值、高文化感

染力的精神出口，酣客君丰为所有陷在发展困境中的国内外传统企业，带来了一看就懂、一学就会的“重做”方法论。

今年是全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年。进入新的历史阶段，中国酱酒世界行作为近百年以来，中国白酒第一次主动进行的全球认知传播，不为参展、不为评奖，所想所持的信念，就是向世界传播中国白酒千百年来历史文化，讲述中国贵州仁怀产区的酿酒传奇，并以白酒出海的新范式，为中国传统民营企业创新发展、走向世界“打样”，提振了民营经济发展的信心。

由酣客君丰开创的“中国酱酒世界行”是一条中国传统行业“敢想、敢闯、敢干”的出海之路，一条民营企业“不等、不靠、不要”的改革之路，一条指向未来“唯实、扬长、奋斗”的发展之路。

九年磨一剑，事实证明，酣客君丰想干事、能干事、干成事。

让全世界爱上中国酱酒，让全世界享受中国品质，是酣客君丰自成立以来的企业使命；助推民族产业复兴，践行高质量发展，是酣客君丰人共同的“中国梦”。以文化为旗帜走出国门，以共赢为目标促成合作，酣客君丰是先行者，是孤勇者，却也期待能有越来越多的同行者。

一路走来，从“斗罢艰险又出发”到“踏平坎坷成大道”，从“行百里者半九十”到“通天大道宽又阔”，酣客君丰团队带着一腔热诚，栉风沐雨，砥砺前行。未来终有一天，当我们越过千山万水，会发现那个改变时代的巨大转折，可能就发生在今天。



目录

Contents

特别鸣谢：

贵州省遵义市酒业协会

贵州省仁怀市酒业协会

鸣谢：

参访酒厂：

荷兰

Hermit Spirits B.V 酒厂

H.Van Toor J.Z 酒厂

法国

诺曼底 Spirit France 集团 (Boulard, Magloire 等)

诺曼底 Calvados 烈酒博物馆

干邑 Distillerie Cabanne et Fils 酒厂

干邑 Maison Boinaud (布瓦诺集团及其家族酒庄)

干邑 Cognac Croizet (卡伦兹酒庄)

雅文邑 Chateau Saint-Aubin (圣欧班酒庄)

雅文邑 Hauts de Montrouge 酒厂

雅文邑 Maison Gelas SA 酒厂

西班牙

赫雷斯 Bodegas Fundador 芬德多酒庄 (雪莉酒)

葡萄牙

马德拉岛 Adega Coop de Palmela, C.R.L.

(帕梅拉联合酒庄)

马德拉岛 Canning's Gin 家族酒庄

马德拉岛 Engenhos do norte 酒厂

马德拉岛 Engenho Novo da Madeira, Lda 酒厂

马德拉岛 Blandy's Madeira 酒庄

Madeira Wine Company (马德拉葡萄酒公司)

Sociedade dos Engenhos Calheta

参访机构：

比利时布鲁塞尔烈酒协会

法国诺曼底乒乓球俱乐部

巴黎中国文化中心

法国华人进出口商会

法国巴黎大区 Aubervilliers 市政厅

法中酒业协会

法国巴黎著名摄影书廊 L'INAPERÇU

支持媒体：

欧洲华语电视台

人民日报海外网法国中心

法国华侨视频台

法国 Elbeufs 日报社

AD Utrechts nieuwsblad alle edities 报社

鸣谢：

刘文中 巴黎中国文化中心主任

Patrick Parmentier 法国诺曼底乒乓球队主席

Goncalo Pimenta 葡萄牙马德拉经贸部副部长

Karim Boumedjane 法国 Blanc Mesnil 市第四副市长

叶飞燕 法国执政党巴黎书记处书记兼亚裔事务代表

田玲 法国 Aubervilliers 市第二副市长

韩博 法国 Le Blanc-Mesnil 市议员

黄赛 原中国经贸部驻联合国工业发展组织法国分署代表

边海峰 法国中国和平统一促进会常务会长，巴黎酣客节主持人

陈艺华 欧洲华语台副台长、主持人

黄小杰 法国华人进出口商会会长

王亚青 法国法曼尼国际酒业集团董事长

高世军 中国国际广播电台西欧台长

程益康 画家、法国荣誉勋章获得者、幸福楼股东

李松达 来自法国干邑

夏武华 来自葡萄牙

杨莉莉 来自葡萄牙

郝瑞晶 来自西班牙

中国酱酒世界行，践行白酒“中国梦”
——十三大意义，成就白酒出海新范式

01

行程播报

07

中国酱酒世界行揭开序幕——酣客君丰厚积薄发，酣客酱酒“重走西游”

07

布鲁塞尔烈酒协会力邀酣客入会参赛，原定半小时会晤变成 3 小时

13

法国巴黎开启中国酱酒之夜，酣客酱酒圈粉各界主流精英

19

酣客酱酒促成中法“民心相通”，酣客老王外媒获封“中国酒王”

27

斗罢艰险又出发——酣客君丰书写白酒出海《西游记》

33

全球最大蒸馏体量干邑集团，邀请酣客老王讲授产品设计大师课

43

通天大道宽又阔——酣客君丰续写白酒出海“西游记”

49

踏平坎坷成大道——“白酒出海”的酣客模式与启示

57

淄博围炉烧烤，不能只看热闹；白酒“海外赶考”，为何水到渠成

63

首届国际酣客节巴黎绽放，白酒出海的“中国梦”又近了

73

中国酱酒世界行系列新媒体展示

83

媒体报道展示

91

中国酱酒世界行，践行白酒“中国梦”——十三大意义，成就白酒出海新范式

文 / 石彦 和斌斌

疫后时代，全球进入“百年未有之大变局”的时代特征凸显到了极点。这个时代最显著的特点，就是经济出现放缓停滞乃至断崖式的下滑，全球化进程遭到进一步削弱，世界经济格局面临重大调整。纵使在这种低迷的经济形势中，有一些企业不仅能自主纾困，还能够在探索创新中，发现更宽阔的路径，带领其他企业一起走出困境，获得新增长——酣客君丰就是其中的典范与代表。

4月17日至5月14日，酣客君丰团队7人，历时28天，走访欧洲多国知名烈酒产区，行程超过30000公里，与18家知名酒庄、酒厂、5家产业协会、2家华人商会、1个市政厅深度交流，收获1000+欧洲酣客酱酒粉丝，2家海外酣客品牌经销商，组建全球第1个酣客品牌海外分公司，完成了“酣客酱酒全球巡展”的欧洲站之旅，在法国巴黎成功举办“首届国际酣客节”，被5家欧洲主流电视台跟踪报道，更收获了全球著名酒企同行的赞誉。

在前方团队风雨兼程之时，酣客君丰国内各平台10余个部门团队也在夜以继日地进行紧密配合，生产与输出宣传素材与物料。北京、广州平台工作人员真正做到了与欧洲时间同频，第一时间追踪海外行程；通过与海外团队无缝对接，国内团队每周工作时间超过80小时；前后摘选与处理照片、海报等图像3000余张；

制作短视频超过300条，长视频10条，总时长超过500分钟；超过8万字行程笔记、人物访谈对活动进行了全记录，总计超过5万字的15篇连续追踪报道与媒体发文，让广大网友、酒友看到全面真实立体的活动全貌；社群推送内容超过120条，让酣客粉丝们在自发传播之余，更为中国品牌感到骄傲。

“中国酱酒世界行”全程，酣客君丰团队收获超过70位海外商界、侨界、媒体界等人士热情相助，在网络社交媒体与传统媒体的立体传播下，此行的影响力触达10万+海外人群、1500万+国内人群；抖音、快手、视频号等短视频平台上，围绕相关话题产生的内容播放量突破500万+人次。

天下事有难易乎？为之，则难者亦易矣；不为，则易者亦难矣。

今年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年。进入新的历史阶段，中国酱酒世界行作为近百年以来，中国白酒第一次主动进行的全球认知传播，不为参展、不为评奖，所想所持的信念，就是向世界传播中国白酒千百年来历史文化，讲述中国贵州仁怀产区的酿酒传奇，并以白酒出海的新范式，为中国传统民营企业创新发展、走向世界“打样”，提振了民营经济发展的信心。由此带来的“十三大”行为意义与符号意义，功在当代，利在千秋。

第一大意义：此行，向世界展示了以中华农耕文明为本质的贵州酱酒的文化自信。

浩瀚宇宙中，地球像一粒微小的尘埃，却承载着全人类所有的情感与记忆。在这颗蓝色星球上，以西方国家为代表的海洋文明，与东方国家为代表的陆地文明相互融合，相互影响，在征战、碰撞与交流中共同演进，构建成今天的人类社会。中国，是人类文明发展史上尤为浓墨重彩而独特的存在，讲仁爱，重诚信，求大同的中华民族，用五千多年的积淀，为全球经济与文化的发展提供了重要动力。“中国酱酒世界行”为陆地文明的农业生产活动进行了最好的注解，因为酱酒的酿造与生产，作为新时期少数还保留着农耕文明原始生产方式的活动，彰显了中国农业文明发展变迁中的工艺与文化积淀，是最具中国特色的地域物产之一。人力生产带来的厚重与巧妙互为体，技术技巧之间的美感与崇高交相辉映，让全世界重新审视东方农耕文明的价值。

第二大意义：此行，向全世界展示了贵州酱酒企业高质量发展的时代自信。

改革开放以来，中国创造了经济高速发展和社会长期稳定的奇迹，用中国特色的社会主义道路创造出了人类文明的新形态，走出了兼济天下、造福世界、追求全人类共同价值的坚实脚步。“实现中华民族伟大复兴”的国家之梦，是民族梦、集体梦、个体梦的辩证统一，是早已融入中国社会的主流价值观，更是广大中国企业不断超越自我的内生动力。改革开放这40多年来，民营企业的数量与规模不断扩大，为中国经济的发展蔓延出庞大根系。特别是“十四五”规划以来，随着我国经济社会快速发展和消费结构的调整变化，中国酒业在企

业数量、产品种类、产业规模等方面都发生了翻天覆地的变化。如今，酣客君丰得以站在世界舞台聚光灯下，既是一段历史缩影，又是一种文化传唱。“中国酱酒世界行”作为中国贵州白酒发展史中的一片书签，为全世界烈酒消费者掀起了贵州白酒产业数十年波澜壮阔发展的时代自信，让各国爱酒人士倾耳细听了这一曲贵州白酒产业的时代交响。

第三大意义：此行，是贵州酱酒践行“双循环”战略的实践案例。

党的二十大报告指出，坚持高水平对外开放，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。对外贸易是我国开放型经济的重要组成部分，是畅通国内国际双循环的关键枢纽。作为中国传统优势产业，贵州白酒历史悠久、底蕴深厚，是建设贵州现代化产业体系的基础。伴随疫情的结束，酣客君丰响应关于构建“国内国际双循环”新发展格局的号召，重启国际交流之旅，这才有了“中国酱酒世界行”这一实践案例。面对需求收缩、供给冲击和预期减弱三重压力，酣客君丰主动出海，求真务实地进行文化交流传播与产业对话合作，展现的不止是中国白酒名企的历史文化底蕴和国际兼容度，还有追求质量卓越与履行社会责任的担当。在坚守“国内大循环”的基础上，酣客君丰对中国酒业“外循环”的可能性进行了探索与实践，积极响应国家战略，并提供了有效的实践案例与信息数据。

第四大意义：此行，为中国传统民营企业创新发展、走向世界“打样”。

酣客君丰，是心系中华民族产业复兴的白酒新商业模式探索者，其朝气蓬勃的姿态，更是无数中国民营企业勇于创新，奋发图强的

缩影。“中国酱酒世界行”活动的成功，不仅是酣客作为一个中国白酒新品牌探索的成功实践，更折射出中华民族文化自信的感召力与凝聚力，为中国传统民营企业走向世界打了个样，开了个好头。作为万万千千中国民营企业的一员，酣客君丰早在创立之初就为企业定下“让全世界爱上中国酱酒，让全世界享受中国品质”的使命，正是基于这样的初心，酣客君丰早在2014年，就持续通过“酱香之旅”“国际游学”等文化交流活动，把海外的烈酒爱好者带到贵州仁怀酱酒产区体验酿酒工艺，把国内的酣客酱酒经营者们带到全球各国学习一流企业的领先模式，并革新白酒文化，倡导“健康地喝酒，喝健康的酒”的理念。在“专精特新”等“重做”理念的引导下，酣客君丰成为真正适应、匹配与领衔中华民族产业复兴的民营企业典范。

第五大意义：此行，更新了贵州酱酒“中国品质”的表达方式。

“中国酱酒世界行”是白酒与红酒、威士忌、朗姆酒、杜松子酒们的“对话”，是贵州酒企与海外酒企的真诚互鉴，也是中外各国酿酒人及酒友的惺惺相惜。这是第一次，贵州白酒品牌面向全球舞台，用科学而通俗的品质表达，阐明了东西方烈酒酿造工艺的差异，为贵州酱酒亮出固态法发酵、自生香的工艺名片；酣客君丰对于贵州酱酒品质的诠释，用的是普罗大众容易接受的语汇与西方逻辑学体系下讲求的“眼见为实”，“盲品十三式”将中国农业文明酿造方式中，关于固体发酵、纯粮酿造等技术工艺细节拆解，让西方酒友直观真切感受到贵州酱酒之美。

第六大意义：此行，是新时期中国白酒新消费品牌的全新亮相。

新时代，需要新品牌。文化软实力是中国品牌走向世界的根与魂。中国品牌不仅代表着中国制造、中国创造、中国设计、中国想象，还体现着中国产业链发展的成熟度，同时也是国家文化软实力和中华文化影响力的重要载体。全球伟大品牌有着鲜明的共性：着眼于全球未来的视野、对时代趋势的深刻洞察与把握、对长期目标的专注、对品质与创新的坚持、持续地主动变革……相对于很长一段时期内中国普遍存在的“以资本走出去”的传统思维，“中国酱酒世界行”真正做到了“用品牌走出去”的全新出海范式。

酣客君丰作为新时代中国民营企业，也有着相似的精神内核，以及共同的追求。但，相比之下，中国白酒品牌的国际化之路缓慢而艰难，白酒品类至今仍未广泛进入海外主流烈酒消费市场。因此，酣客君丰创始人王为化身传播中国白酒文化的行者，带着来自贵州仁怀的酣客酱酒，带着民族自信和一腔热诚，也带着中国民营企业家特有的开拓精神走出国门，持续创新。在打造品牌的差异化方面，酣客君丰从开发封测体系、梳理“盲品十三式”到首创酣客节、开启国际游学及“中国酱酒世界行”，都是提升品牌附加值的创新性创举。这些创举使得中国品牌在“走出去”的过程中，摆脱了原来“自卖自夸”“自吹自擂”的讲述模式。这些创举与发展特质，让酣客君丰拥有澎湃的活力与不断前行的动力，代表了新时期中国新消费品牌全新的国际形象。

第七大意义：此行，是中外酒业产业交流合作的典范。

新时期，中外交流事业以务实的姿态，以产业合作为抓手，为中外经贸创造更多合作案例。脱离产业合作的文化交流，不能够保证其

效用的深远持久，有产业合作打底，中外文化交流才有了更加现实的意义与内容传播保障。过往中外文化交流的活动形式，有些依附于冷门文艺形式的孤独表现，缺乏商业化的机会与可能，也就失去了在海外真正起到传播作用的倚靠。相比广泛强调形式而忽略实效的传播活动，有产业合作打底的交流更显得难能可贵。

“中国酱酒世界行”就是一场民营企业挂帅，以产业文化交流为行动，以产业逻辑为议题，用理性化、讲事实、摆道理等易于接受的方式，开创了中外酒业产业交流的新形态、新范式。透过中国酱酒世界行，酣客君丰为全世界酒友带来一瓶高品质的烈酒之余，也提供了一份来自中国民营企业的创新范式，还为所有身处发展困境中的国内外传统企业，带来了一看就懂、一学就会的“重做”方法论。对于中欧酒业而言，跨国同业合作对于双方都是解放思想、找寻全新增长点的良机，更在国际合作舞台上留下了精彩一笔。

第八大意义：此行，让全世界深度了解中国贵州的产业潜力和投资价值。

白酒是贵州特色优势和支柱产业，在行业发展中具有特殊地位，对经济社会作出特殊贡献，是贵州工业不可替代的首位产业。此行，以酣客君丰为窗口，让全世界看到了贵州致力于打造世界级白酒产业集群的征程中，有政策基础、有便利条件、有天然优势、综合潜力巨大，高质量发展势在必行，再次印证了中国贵州的产业潜力与投资价值。从过去发展落后的省份，到如今致力于打造世界级白酒产业集群，酣客君丰把自身发展置于产区大背景之下，以自身发展托举贵州经济的高质量发展，“中国酱酒世界行”透过酣客君丰的视角，向全世界展现了作为中国“加快推进新型工业化”“依托资

源优势做大工业主导产业”政策中心的贵州发展的真实面貌。围绕白酒产业发展，从产业规模看，贵州白酒利润和出口全国第一，产量和营收全国第二，具备规模基础。从企业品牌看，贵州有世界公认的白酒领导品牌，有以茅台、酣客等为引领的白酒企业舰队，品牌价值稳居全国之首，具备支撑条件。从产区生态看，贵州具有最适宜酿酒的生态基础、微生物群落、发酵工艺，具备生态优势……对于中国地域经济发展而言，贵州的成就或许不是最引人瞩目的一个，却一定是最具代表性的一个。面向未来，中国贵州的发展模式还将在原有基础上不断扬弃，以全球美誉度和产业发展成就作为自身最好的发展名片，进一步让全世界看到中国贵州的产业潜力与投资价值。

第九大意义：此行，让全世界爱上全球酱酒核心产区仁怀产区的特色和特质。

产区身份标识是为企业赋能和产品赋能的重要手段，也是以匠心坚守酿造初心，以品质向消费者致敬的象征。“中国酱酒世界行”以酣客君丰的品质实力与品牌表达，为贵州仁怀擦亮了全球酱酒核心产区的名片。自此，仁怀产区拥有了国际化发展坐标系之中的归属，也收获了全球烈酒爱好者对仁怀产区酱酒的关注与好奇、了解与热爱。新征程上，仁怀紧紧围绕新国发2号文件，向“生态基础最牢固、生产工艺最独特、产品品质最卓越、标准体系最权威、产区品牌最响亮、酱酒文化最鲜明”的中国酱香白酒核心产区跨越式蜕变。酣客君丰积极响应仁怀市政府的相关号召，不断向集约化、高端化、品牌化、规范化高质量发展，为唱响“优质酱酒出贵州，核心产区在仁怀”的最强音匹配“最美和声”。此行，通过产业与文化交流，仁怀酱酒的独特风格与高品质在欧

洲多国留下了浓墨重彩的书写。

第十大意义：此行，创新了中国民营企业国际文化交流中的表达方式。

正如苹果重新定义了手机，特斯拉重新定义了汽车，海底捞重新定义了火锅，酣客君丰重做了中国白酒，用体系化的全新玩法，刷新了人们对酱酒的认知与感受，也超越了同质化竞争，实现了真正的国际文化交流创新。借助这场欧洲之旅，酣客君丰深刻阐释了中国酱酒与中华文化的渊源，讲透中国酒文化与中国白酒产业，诠释酣客君丰的“守品如命”和“极致主义”，分享“重做中国白酒”的成功实践。这也是第一次，中国白酒行业中领先企业的创始人，亲自带队，用长达 28 天的时间与欧洲烈酒对话。王为通过“拉酒线”“看酒花”“抿咂呼”等一系列游戏化的白酒品鉴方法“盲品十三式”，让海外各国各界的友人们全方位感受中国酱酒的魅力，用实实在在普及常识的方式，消弭海外消费者对白酒的陌生感与不同文化背景下产生的误读。超越国界的历史回响、对品质的坚守与无限追求、根植于本土文化的产业自信共同交汇，激荡出中外酿酒人心灵深处的共鸣。相对于过去在国际传播能力建设中，将东方文化翻译到西方的困难，酣客君丰此次中国酱酒世界行，从真正意义上，创新了中外文化交流中的国际表达，从回应关切、议题设置、建立话语权、组建标准体系等方面，酣客君丰都走在了世界酒业表达与语境的最前沿，用东方文本刷新了西方的认知。

第十一大意义：此行，显现了仁怀酱酒企业的组织能力与团队素养。

在国际传播能力建设过程中，在真正推动中国白酒走向世界的进程中，除了围绕品牌与

品质做内容，最需要强调的工作就是建立与培养一批适应国际传播环境、面向全球市场、面向未来的人才团队。在中国酱酒世界行开展期间，酣客君丰的品牌文化团队从内容、运营、产品等角度，不断生产优秀内容，从外宣与内宣两个角度均达到了令人耳目一新的传播效果，以国际化视野，实现了国内外媒体同步发声、同频共振，由此吸引了一大批关注中外酒业发展的消费者、粉丝。在这一过程中，酣客君丰团队的工作作风与成品作品，无不体现着传播工作的高效、准确、专业、及时，高品质与高效率并举，高信息浓度与高视野站位兼具。就此次“中国酱酒世界行”国际传播活动本身而言，酣客君丰团队对文字内容的提炼、图片素材的筛选优化、影视素材的编辑剪辑、视听语言的规范与清晰，共同做到了新闻媒体级别的宣传力度与速度。极其高效、极其敬业，这样的团队素质，也正是仁怀酱酒企业坚持高质量发展的人才团队建设的写照。

第十二大意义：此行，让中华民族传统产业的东方自信发扬光大。

近年来，伴随消费升级和文化自信的提升，消费市场的各个领域普遍兴起了国潮热，这背后是高品质、好设计带来的国家传统文化认同。酣客酱酒，恰恰用彰显极致东方美学的工业设计，让每一款酱酒都不仅是好酒，也是艺术品。在此次欧洲之旅的收官之作“巴黎酣客节”当天，用于现场品鉴的酣客酱酒全部迅速空瓶，而且所有酒瓶都被一抢而空。现场嘉宾们尤其赞叹“酣客天酱”这款限量版收藏级别酱酒的极致璀璨华贵之美。在这个文化自信和美学竞争的时代，酣客君丰用中国酱酒的“东方味道”和“中国设计”，让世界看见中华传统文化和东方美学的融合。在全球化加速的今天，随着广大民

营企业从野蛮生长进入到高质量发展的阶段，越来越多的优秀中国企业开始加速重塑品牌，加速“走出去”，以企业为主体，向全世界讲述中华民族传统产业的文化自信。

第十三意义：此行，为贵州品牌及高质量产品走向世界开创了新的范式。

酣客君丰此行，一路上人拉肩扛，克服时间紧、携带物资多的困难，把最具代表性的新产品“酣客酱酒精品版”和“酣客酱酒珍品版”带往欧洲一流酒庄与酿酒大师共同品尝，帮助外国友人了解中国白酒文化、贵州酱酒工艺，在国际同行中赢得赞赏。首届国际酣客节在巴黎的召开，吸引了大量关心关注中国发展、关注中国企业出海的国际友人、海外华人。6月初，第一批欧洲的客商已经到达中国，为酣客君丰下一步发展欧洲市场共同奋斗。这一切都是新的开始，也是好的开始，从“走出去”到“请进来”，中国酱酒世界行为中国好品牌及高品质产品走向全世界，开辟了新的道路，开创了新的范式。

成为“国民酱酒，第一品牌”是酣客君丰的愿景，为中国白酒创造新文化、为国家创造税收与就业、为社会创造价值，是酣客君丰的信念与责任。以极致酱香为标准，为正宗贵州酱酒、为天下极客和消费者带来一款优质正宗的好酱酒，是酣客君丰永恒的追求。

7月19日，中共中央、国务院发布关于促进民营经济发展壮大的意见，共31条举措，鼓励进一步优化民营经济发展环境，引导民营企业通过自身改革发展、合规经营、转型升级不断提升发展质量，促进民营经济做大做优做强，在全面建设社会主义现代化国家新征程中作出

积极贡献，在中华民族伟大复兴历史进程中肩负起更大使命、承担起更重责任、发挥出更大作用。这些举措直击民营企业长期以来的痛点和难点，是鼓励和促进民营经济发展壮大的真招实招，也是一场民营企业发展的“及时雨”。

回顾酣客君丰的发展路径，拥抱国计与顺应时代，正是其连年高质量发展的根本原因；深耕文化底蕴与坚持科学发展并举，是其厚积薄发的根本前提；将自身发展置于全球产业发展坐标系，致力促进行业共同繁荣是企业的胸襟与境界；再加之着眼世界长远未来的愿景与使命，最终使得酣客君丰拥有了今天的面貌与姿态。

诚然，与国内的持续稳定发展不同，白酒出海是一道历史遗留难题，白酒国际化发展更是一项长期使命，需要中国酒企用较长时间，以国际化语言、国际化人才来培养国际化的消费人群对白酒的消费习惯。从西方来讲，除了对中国白酒缺乏认知外，也缺乏消费习惯和消费场景的培育，所以需要更多国内的骨干企业在国际化品牌传播上持续发力。

在行业结构化改革加速的浪潮中，酣客君丰敢于走出国门，对话全球烈酒，不仅源于酣客君丰对酣客酱酒的品质和“守品如命”精神的自信，更源自酣客君丰作为一家贵州酒企，想让更多优质的酱酒品牌走出仁怀，走出贵州，走向世界的责任与使命。高质量发展是一个长期主义的战役，更是长周期的发展命题，中国需要更多敢为天下先的优秀民营企业，共同为中国梦提供能量。

历史波澜壮阔，未来长空万里，酣客君丰愿与广大中国民营企业一起，把握时代的新机遇，为了中国白酒产业的光荣与梦想，砥砺前行。

中国酱酒世界行揭开序幕——酣客君丰厚积薄发，酣客酱酒“重走西游”

文 / 石彦 高紫军



前言：

出发了！睽违三年，酣客老王再度率团出访欧洲，开展中国酱酒与世界烈酒的全面对话。

让全世界爱上中国酱酒，让全世界享受中国品质。在“白酒出海”的议题先后登上地方与全国两会并愈演愈烈之时，在“白（酒）洋（酒）之争”逐渐成为各大社交媒体及短视频平台的火爆话题时，酣客君丰静悄悄地搞了个大动作——携中国酱酒出海，走访各国酒厂。在与西方名酒的品质与文化交流中，酣客君丰将用中国传统文化体系中的语汇与叙事，向全世界酒友展现全面、真实、立体的中国白酒形象，彰显中华民族文化自信。

这将是一趟注定载入中外酒业历史的行程。

2023年4月17日上午，北京首都国际机场，几抹高粱红映入航站楼。伴随着熹微晨光，行李箱上酣客君丰独特的金黄色双人脸标志，折射着缕缕光辉。

精兵简员，旗帜鲜明，行李整洁。随行的四面红底白字队旗上，分别写着“中国酱酒世界行”“中国好酒出贵州”“仁怀产区酱香正宗”“让全世界爱上中国酱酒 让全世界享受中国品质”。一声清脆的快门声响起，身着高粱红的身影与红色条幅，一同被定格在首都机场二楼。

在接下来为期28天的时间里，以酣客老王为首的酣客君丰代表团将访问荷兰、比利时、法国、西班牙、葡萄牙等国，受邀出席布鲁塞尔烈酒协会等行业尖端组织会议，考察阿姆斯

特丹、布鲁塞尔、干邑、雅文邑、塞图巴尔、赫雷斯、马德拉岛等多个世界名酒产业中心，就中国酱酒与多品类洋酒的产业发展、工艺技术、历史文化进行全面交流。

这并非酣客第一次走出国门。早在2017年，酣客便在国内率先开启国际游学项目。在酣客总社的组织下，每年都有数百名“酣亲”集体走访全球发达国家，前往多个行业的先进企业考察学习，至今已走过日本、德国、法国和英国，近2000位“酣亲”与酣客老王一同增长见识、拓展生命，丰富经营认知、增强知识储备，满载而归。

这一次是疫后时代的首度出行，酣客老王带着全新的使命再出发。



▶▶ 酣客老王带队“出访”欧洲

01 纾困： 白酒出海势在必行

前溯至丝绸之路上绵延不绝的驼铃阵阵，延展到新常态下国际贸易的风云变幻，酒始终是中外经济文化交流的重要载体。近代以来，随着国门被打开，世界各国的酒类产品鱼贯涌入中国。当中国白酒在国际化道路上步履蹒跚，洋酒已经在中国市场站稳了脚跟。在一系列市场机制的作用下，中国成为最具国际化的酒类市场。

贸易国际化，意味着挑战与机遇并存。聚焦当下，挑战尤甚。

国家统计局与海关的数据显示，2021年，中国白酒出口1.602万千升，出口额36.44亿元，分别占当年中国白酒总产量与产值的0.22%、0.6%，不足行业份额的1%。另一份数据显示，中国白酒产量占全球烈酒产量近40%，但在国际市场的份额却不足8%，且主要消费群体仍集中在海外的华人华侨，始终无法融入世界主流消费圈及文化圈。

一方面，仰仗着先进的品牌包装技术和市场营销理念，洋酒不断扩张中国消费市场；另一方面，中国白酒的声音并没有真正传播到海外，导致外国酒友既不了解中国白酒的故事，更难有机会在生活中直接接触中国白酒。不了解，何谈热爱？

国外酒类进入中国却轻松得多。资料

显示，2022年，我国酒类累计进口51.56亿美元，出口15.06亿美元，贸易逆差36.5亿美元，其中烈酒进口22.8亿美元、白酒出口7.16亿美元，贸易逆差为15.64亿美元。不同的贸易政策，直接导致洋酒与白酒在国际化方面的“天壤之别”。



▶▶ 踩曲

作为世界上历史最悠久、最复杂、对感官冲击最美妙的蒸馏酒，白酒酿造技艺的发明，背后积淀着丰富的技术与文化底蕴，却始终没能世界烈酒舞台上获取自己应有的话语权。与其说应该愤怒，不如说应该奋起。

酣客君丰，作为心系中华民族产业复兴的新商业模式探索者，也是无数中国民营企业勇于创新，奋发图强的缩影。“中国酱酒世界行”希望向海外传递的，不只是中国白酒的文化底蕴，还有包容的胸怀与善意；希望给中欧之间带来的影响，不只是消弭欧洲市场对中国白酒的陌生与误读，更希望进一步地展示中国民营企业扎根务实、勇于创新、积极合作的姿态与形象。

酣客酱酒，不止是酒，更是联通中外，为中国白酒发声、为中国酒文化正名的使者。

02 突围： 酣客君丰厚积薄发

中国白酒的真相是什么？“白洋之争”的背后是什么？在中华民族伟大复兴的道路上，在弘扬民族文化的时代中，我们有必要揭开洋酒的面纱，并展现全面、真实、立体的中国白酒形象，以正视听。

求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其泉源。中国白酒是劳动的创造，更是文化的产物，拥有着绝对的“文化自信”。白酒品牌在冲刺国际化的路上，离不开“文化”二字。白酒如何讲好中国品牌故事，提高自主品牌影响力和认知度，真正走出去让“世界共享”，一直是行业关注的焦点。

为了让中国白酒的价值彻底释放，让全世界爱上中国白酒，酣客围绕白酒文化不声不响做了许多事。自诞生以来，酣客君丰开创了五大认知体系，以高频、深层的文化活动培育粉丝、服务酒友，传播中国白酒认知。

白酒“出海”，文化输出是根本，创新方式是关键。近年来，酣客老王开发出的“盲品十三式”在中国酒业掀起巨大波澜，引发无数酒友竞相效仿。越来越多的人能够通过“水检法”“火检法”等简单的方式，将难以直接感知的白酒品质，变为可感知的标准。这一白酒文化传播案例，已然成为近年来白酒文化衍生与开发的典范。更让人惊喜的是，这些玩法在各大平台上同步吸引了大量海外观众，无形之中对白酒出海进行了原始粉丝的积累与文化氛围的铺垫。

在文化语料、文化物料、文化活动策划与积淀，乃至产学研协同、数字化建设上，酣客君丰亦颇有建树。不但将中国白酒文化梳理为可视、可听、可感知、易学习的语料物料，还

将其精神延伸为新时代的生活方式，推出了一系列粉丝文化产品，贯穿“吃、喝、穿、听、说、做、学、想、聚、游、乐、玩”为粉丝打造了极简、极致的生活方式。这些生活方式影响了大量中国酒友自发性的二次创作，在各大社区广受瞩目。

03 起航： 饱含诚意期待双赢

坚持年轻化的表达方式与坚持输出中国文化的理念，让酣客老王在互联网平台上获得了惊人的反响。在此次率队出海前的短视频中，中国酒友纷纷发表了自己的祝福与感想。

有网友说：“中国酱酒虽好，但也应该低调向洋酒学习营销和品牌树立。”也有网友说：“崇洋媚外的心理暗示需要很多代人去改变。国货当自强，从做好产品开始，希望国人能更多地爱上自己民族的品牌，并为自己民族的文化感到自豪。这需要很长时间，很多能做实事的企业共同努力。”

国之交在于民相亲，民相亲在于心相通。疫后时代，在万千网友的共同瞩目与期待之下，酣客君丰迈出了“白酒出海”坚实的一步，恰逢其时地向海外奉上了这一张专属于白酒的新时代“中国名片”。脱离宏大叙事的语境，中国酒文化主动与西方酒文化的交流，以心换心，以情化人。

不难预见，由中国酱酒世界行引发的中国酒业同行竞相出海，将会逐渐形成合力，帮助中国白酒从不同文化与文明的差异性中展开想象力，发挥创新性，打开新的成长空间。

酣客君丰作为国际化道路上的践行者、引领者，有望开启中国酒业的第二条增长曲线，中外商界的合作与民间文旅交往，亦将蔚然成风。

酣客酱酒与各国烈酒品牌 共同捍卫极致品质

共同助力全球佳酿的推广与传播

04.18



📍 荷兰·阿姆斯特丹

🕒 2023.04.18



📍 比利时·布鲁塞尔

🕒 2023.04.19

出海第一站，酣客团队走进拥有 140 年历史的 H. Van Toor JZ 老牌皇家认证酒厂，在杜松子酒传承人 Leo 的迎接下，酣客团队对厂区环境、设备等进行全面考察。

随后，酣客老王一行受邀参访布鲁塞尔烈酒协会，协会会长 Quentin 热情招待并力邀酣客酱酒入会，双方约定以“酣客人脸瓶”参与将于 2023 年 9 月举办的“世界烈酒名品”大赛。原定半小时的会晤延长至 3 小时。



📅 2023.04.19

比利时·布鲁塞尔

BRUSSELS

布鲁塞尔烈酒协会力邀酣客入会参赛，原定半小时会晤变成3小时

文 / 屈磊

4月19日，酣客君丰酒业创始人王为携“中国酱酒世界行”团队，开启第二站行程——比利时布鲁塞尔烈酒协会（简称BDA）。该协会力邀酣客酱酒入会并参加将于9月举办的“世界烈酒名品”大赛。



酣客老王携团参访布鲁塞尔烈酒协会

成立于1994年的BDA是世界最著名的葡萄酒大赛“布鲁塞尔国际葡萄酒大赛”（CMB）的发起者。每年，该协会举办的大奖赛都会汇聚来自全球40多个国家的6000多款高端葡萄酒，由300多位葡萄酒权威专家组成评委团，评选出银奖、金奖、大金奖三个奖项。

布鲁塞尔烈酒协会CEO Quentin Havaux热情接待了酣客君丰一行，双方共商“世界烈酒走入中国，中国品牌走向世界”等议题，并达成合作意向，将共同助力全球佳酿的推广及传播。

01 迅速圈粉，中国酱酒魅力吸引全球烈酒专家

中国白酒，是与白兰地、威士忌、伏特加、朗姆酒、金酒齐名的世界知名蒸馏酒之一，但并未在全球范围内取得相应的市场地位，中国白酒品牌们的国际化之路，依然任重道远。

除了贸易壁垒的原因，中外酒文化之间的差异，也不可忽视。

白酒酿造在中国的历史可以追溯到数千年前，在整个中国白酒大品类中，更有丰富的细分品类且各有独特风味，酱酒则是其中酿造工艺最为复杂、香气最为丰富、品质最为卓越的一种。

在布鲁塞尔烈酒协会办公室，王为详细介绍了中国白酒以及白酒所代表的中国文化与精神追求，酣客君丰的企业理念、产业规模及酿造工艺，以及酣客酱酒产区所在地贵州仁怀茅台镇的产区优势，为之后的合作建立了良好基础。

布鲁塞尔烈酒协会CEO Quentin Havaux全程认真聆听，对中国白酒产生了浓厚兴趣。王为表示，酣客酱酒不通过传统渠道售卖，而

是通过创新的终端体验中心酣客酒窖向大众讲述白酒，为产品赋予更多的情感价值，从而满足消费者更极致的需求。



酣客老王介绍“盲品十三式”

王为还分享了自己酿酒、喝酒的经历，并现场演示了酣客独创的白酒封测体系“盲品十三式”，细说讲解“看酒花”“拉酒线”等各种白酒品鉴方式背后的原理。

当Quentin Havaux看到酣客自主研发的超声波雾化器时，表现出极大的兴趣，并根据酣客老王的讲解将酣客酱酒倒入“酣客雾化宝”中按动开关，专注地感受来自中国的白酒独特而层次丰富的香味。

Quentin Havaux说：“这个工具真的很神奇，而且很有趣！”



布鲁塞尔烈酒协会CEO体验“酣客雾化宝”



▶▶ Quentin Havaux 与酣客老王合影

交流过程中，Quentin Havaux 就王为提及“FFC”商业模式提出了很多问题，他表示：“这种通过粉丝定制等方式推广产品的方式，非常棒！”他由衷地感叹，来自中国贵州仁怀茅台镇的优质酱酒，值得让全世界的烈酒爱好者品鉴。

02 开拓新路，酣客加入布鲁塞尔烈酒协会

本来约定半小时的洽谈，因为酣客酱酒所展现出的卓越品质和中国白酒的文化魅力，会晤足足延长到了3小时。

Quentin Havaux 先生高度赞同酣客独特的粉丝社群模式和文化体系，他表示，布鲁塞尔

烈酒协会欢迎酣客酱酒的到来，也欢迎更多像酣客这样有国际视野和极致产品的中国酒企进入国际市场。

据介绍，布鲁塞尔烈酒协会举办的布鲁塞尔国际葡萄酒大赛（CMB），被誉为“酒界奥斯卡”，每年评选来自世界各地的烈酒，包含威士忌、白兰地、朗姆酒、伏特加、杜松子酒、比斯科酒、格拉巴酒、白酒、龙舌兰酒等，是全球酒业共同瞩目的盛会。

Quentin Havaux 坦言，布鲁塞尔烈酒协会愿意作为中西方烈酒交流中心，为酣客酱酒与当地烈酒协会搭建合作平台，开拓更多合作商机与文化交流契机。

双方交谈甚欢，烈酒协会热情邀请酣客品牌加入协会成员，与世界烈酒品牌共同参与



▶▶ 酣客老王向布鲁塞尔烈酒协会赠送伴手礼

2023年的烈酒评选大赛，建立长期、信任、互利的合作关系。

会后，Quentin Havaux 还向酣客团队介绍了比利时酒企及雅文邑产区的合作酒厂，并愿意积极沟通联络，推动中西方酒企合作交流及全球烈酒品牌共同发展。

从陌生到熟悉，从彼此欣赏到达成共识，基于对世界烈酒的共同热爱，双方走到一起，展开了一场“融合与沟通”的深度交流。

伴随第四消费时代来临，全球消费市场都呈现出“极致性价比”的消费趋势，“长期主义”成为全世界各行业共识，向消费者走近，满足消费者追求，是酣客君丰创始人王为与布鲁塞尔烈酒协会的共识。未来，中国白酒与全球各国的优质烈酒品牌将共同捍卫极致品质，为全球酒友打造更高质量的佳酿。



📍 法国·巴黎

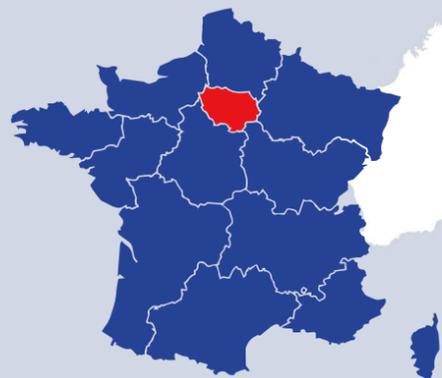
🕒 2023.04.19

酣客酱酒打动法国 高端消费圈

在世界浪漫之都讲述中国酱酒的动人故事

法国·巴黎

当地时间4月19日，法国巴黎的顶级餐厅Hard Rock里，一场别开生面的“中国酱酒之夜”高端品鉴会正在进行。来自法国金融界、商界、电影界、时尚界的名流精英汇聚一堂，共同商讨中法烈酒文化交流、市场拓展及产业合作相关问题。



✈️ 2023.04.19

法国·巴黎



法国巴黎开启中国酱酒之夜，酣客酱酒圈粉各界主流精英

文 / 石彦 薛梦静

当地时间4月19日，法国巴黎的顶级餐厅 Hard Rock 里，一场别开生面的“中国酱酒之夜”高端品鉴会正在进行。来自法国金融界、

商界、电影界、时尚界的名流精英汇聚一堂，共同商讨中法烈酒文化交流、市场拓展及产业合作相关问题。



酣客老王与法国安迪苏集团副总裁法比恩·西奎尔及资深国际合作专家黄塞合影



“中国酱酒之夜”高端品鉴会

01 从热爱中来，到热爱中去

期间，在酣客酱酒创始人王为的带领下，来自法国的嘉宾们现场学习了中国酱香型白酒的品鉴法“盲品十三式”。伴随着“拉酒线”“看酒花”“抿咂呼”“拆酒为云”等招式的上演，现场气氛达到了高潮，人群中不时爆发出惊呼与喝彩。来自中国贵州仁怀产区的酣客酱酒在世界浪漫之都，接连圈粉法国主流精英。

“中国酱酒世界行”是由中国白酒知名品牌“酣客酱酒”联合欧洲多国酒业协会、知名烈酒品牌共同举办的文化访学旅。在为期28天的行程里，酣客君丰创始人王为将受邀参访荷兰、比利时、法国、西班牙、葡萄牙5国的近20余家酒企，在与西方各国名酒的产业合作与文化交流中，展现全面、真实、立体的中国白酒形象，以中国白酒彰显中华民族文化自信，促进中外酒业文明互鉴。

此次“中国酱酒之夜”的主人公是中国酱酒酿造专家王为，中国的粉丝们习惯叫他“酣客老王”。出于对中国白酒的热爱，2014年，他创立了白酒新消费品牌“酣客”，并以守品如命的精神，坚守中国传统酿造工艺。

王为的梦想，就是让全球酒民爱上中国酱酒。通往目标的路上，他几十年如一日，研究全球烈酒，并将酒的酿造与物理学、哲学、传播学等学科融会贯通，找到了中国白酒的全球化出口和现代化路径。

法国巴黎是2023年“中国酱酒世界行”计划的第三站。早一个多月以前，欧洲安基国际金融投资集团联合创始人、CEO 布里诺·拉古特得知酣客老王将会出访法国之后，便主动与酣客取得联系，策划了这场巴黎“中国酱酒之夜”。在晚宴现场，他向酣客老王一同学习

了如何拉酒线，如何用“抿咂呼”的方式，健康科学地饮酒，也从产业合作的角度提出了与酣客合作的构想。他震惊于酣客酱酒作为中国白酒业的后起之秀，对海外文化传播工作如此务实执着。



法国时装模特波琳娜·鲁思体验拉酒线

布里诺·拉古特说：“我对中国烈酒品牌‘酣客酱酒’早有耳闻，也知道它在社群经济的商业模式中做的很好。在中国白酒当中，酱酒的品质是最好的，我和我身边的朋友们都比较喜欢饮酒，也愿意尝试不同国家、不同种类的好酒。王为先生创造的产品和企业都十分令人惊叹，但我感触最深的，还是这些年来，酣客作为中国酒企的代表，能够充满勇气主动向外探索，与各国建立合作与联系。这样的前瞻性和坚决态度，对于竞争激烈的中国酒类企业来说并不容易。”

中国酱酒之夜上，王为对与会的嘉宾们说：“品尝一杯酒，或许需要一定的方法，但热爱一瓶酒，不需要任何条件。酣客酱酒为什么在中国拥有十余万粉丝？就是因为我们给所有热爱酒的人，提供了高品质的产品、高品质的服务，在满足他们需求的同时也满足了他们的追求。所有的消费者通过这一瓶酒，都能够真切

地感受到，酿造这瓶酒的人、设计这款酒的人，一定对它充满了热爱。”

02 品质就是中法之间的共同语言

在“中国酱酒之夜”的自由会谈期间，王为以酣客酱酒旗下产品“酣客家藏”为例，展示了关于白酒品质测评与鉴赏的方法“盲品十三式”，这些方法由王为首次提出，并组合成了相互呼应的系统玩法。最初，这些玩法主要用于测试一款酒是否为纯粮酿造，后来经过演化，这些方法也变成了从多角度鉴赏一款作品酒的最佳打开方式。



法国时装模特波琳娜·鲁思与酣客老王深入交流

在现有的“盲品十三式”中，既有针对酒体老熟程度进行测试的玩法，也有对酒瓶包装材料检验的关注，还有针对酒体留香水平进行直观感受的道具延伸。

例如，针对“拆酒为云”的玩法，酣客发明生产了“酣客雾化宝”，只需要将几滴酒加入瓶身水箱当中，就可以直观感受酒液多层次的香味。

法国时装名模莫妮卡·加尼奇对于这种玩法感到十分惊奇。她说：“听了王为先生讲述



法国奢华空间平台董事长玛丽·米里亚姆、法国时装模特莫妮卡·加尼奇与酣客老王合影



法国时装模特莫妮卡·加尼奇体验“酣客雾化宝”

的中外烈酒故事之后，我才意识到中国和西方各国之间的文化差异到底有多大。对我来说，我永远也无法想象，一瓶酒可以用如此诗意的方式来体验和品鉴。东西方文化的根源不同，或许很难互相理解，但在王为先生的讲述中，对烈酒品质极致追求的故事深深打动了我，即使我们语言不通，但对于品质的追求是一样的，

这就是我们的共同语言。”

法国奢华空间平台董事长玛丽·米莉亚姆补充道：“中国人的传统文化中对于感性世界的探索，更多地被用于现实世界里的产品打磨中，这让新时期的中国产品具有更大的想象力。中国文化与西方文化特色不同，只要找到共同点，就可以迸发出美好的灵感。”

王为说：“为什么酣客的粉丝只喝酣客酱酒？除了对产区、酿造、发酵、微生物，这些细节，我们对品质把控得很好之外，也是因为我们为喝酣客酱酒的人创造了一种体验和乐趣。酒的品质是健康的保障，而饮酒过程中的欢乐与体验则是无价之宝。一瓶酒到底能给我们带来怎样的精彩人生？酣客的酒友们从我这里找到了答案，我也希望能把这种精彩的体验带到世界各国，让更多热爱酒的朋友们，都能够享受到这种酣畅。”



晚宴嘉宾与酣客酱酒合影

03 没有被听见，不是沉默的理由

中国酱酒之夜的晚宴上，法方的与会嘉宾们对白兰地与中国白酒的口味提出了疑问。法国库斯曼公司董事长赫拉克达认为，中国白酒的味道很单一，就是单纯的辣，风味与白兰地的多层次芳香截然不同。

王为听闻，便用自己总结出来的“舌头五



晚宴嘉宾们感受酱酒五味带来的感官冲击

感”品酒法，带领嘉宾们品尝中国酱酒的五种味道。通过将酒液放置在口腔中的不同位置，“舌尖甜”“舌边酸”“舌根苦”“舌底涩”“舌面辣”渐次浮现，酱酒五味带来的感官冲击，惊艳了现场所有嘉宾。

乔治·阿拉约是法国知名律师，在品尝完酣客酱酒之后，他向王为提问：“酱香型白酒的口感与味道这么丰富，为什么我们从前都不知道？为什么直到今天，法国人都几乎没有喝到过中国白酒？”

事实上，除了汇聚着世界上多个知名葡萄酒、烈酒品牌与产区，法国也是中国进口烈酒最多的国家。CAWS的数据显示，2022年法国向中国出口的烈酒总额高达14.15亿元，占中国进口烈酒市场的62%。与此相对，法国进口中国白酒的数据天差地别。

王为回答：“我认为，法国的烈酒是欧洲烈酒的精华。对于中国白酒来说，酱酒应该是

中国最容易走出去的消费品，但事实却恰恰相反。”

“中国白酒和许多其他特色物产，都是非常棒的产品。它们无法在海外打开市场，不是因为它们的品质不好，而是海外的朋友们对其缺乏了解。法国大作家雨果曾说，没有被听见，不是沉默的理由。没有被看见，也要努力绽放。酣客多年来一直与西方各国的酒友保持着密切联系，始终在积极拓展对外交流的渠道与平台。我们如此执着地传播中国酒文化，就是希望全世界酒友们能在喜欢之前先了解，这也正是我们来到巴黎参与‘中国酱酒之夜’晚宴的原因。”

法国海洋微藻公司总经理斯蒂凡·加纳西亚说：“王为先生高远的全球视野和深厚的文化底蕴令人叹服，为中外烈酒和中国酱酒的全球传播注入了强大的动力。酣客的产品确实很精美，但背后的文化更打动人心。谢谢王为先生的到来，给法国的朋友们一个爱上中国酱酒



法国海洋微藻公司总经理斯蒂凡·加纳西亚与酣客老王探讨酒业合作

的窗口与机会。”

产业因交流而多彩，文明因互鉴而丰富。酣客君丰“中国酱酒世界行”团队探访法国名酒产区，不仅为中法烈酒产业合作打开了新的想象空间，也是继“中法文化之春”活动之后一次新的文明互鉴，以酒为介质，切实促进了中法酒友之间的文化相融、民心相通。

据悉，下一站“中国酱酒世界行”将去往法国干邑与雅文邑地区。



“中国酱酒之夜”高端品鉴会嘉宾合影



📍 法国·诺曼底

🕒 2023.04.21

中法烈酒知名产区的 对话与共鸣

当贵州酱酒遇上诺曼底

法国·诺曼底

4月21日至22日，酣客老王一行受邀到访法国诺曼底乒乓球协会中心，参加正在举办的“中法名品品鉴会”。诺曼底乒协主席 Patrick（帕特里克）携团队重要成员热情迎接，来自荷兰、罗马尼亚、阿尔及利亚等多个国家的各界嘉宾济济一堂，共享中国酱酒。



NORMANDIE



✈️ 2023.04.21

法国·诺曼底

NORMANDIE

酣客酱酒促成中法“民心相通” 酣客老王外媒获封“中国酒王”

文 / 石彦

不忘初心，方得始终。“中国酱酒世界行”，是一次中国酱酒与全球烈酒之间的品类与品牌对话，是酣客酱酒的全球巡展，更是一次为中国贵州仁怀酱酒产区发声的中国白酒文化传播之旅。

4月21日至22日，酣客老王一行受邀到访法国诺曼底乒乓球协会中心，参加正在举办的“中法名品品鉴会”。诺曼底乒协主席 Patrick（帕特里克）携团队重要成员热情迎接，来自荷兰、罗马尼亚、阿尔及利亚等多个国家的各界嘉宾济济一堂，共享中国酱酒。



▶▶ 酣客老王在品鉴会上为与会嘉宾演示“盲品十三式”



▶▶ 帕特里克向酣客老王赠予诺曼底乒协专属战袍

品鉴会全程笑声不断，与会的各国嘉宾品鉴中国酱酒之后一致给出好评。一名法国记者直言：“王为先生就是我心目中的‘中国酒王’！”会后，嘉宾们在现场用乒乓球进行了一场“中法酣亲友谊赛”，以此预祝将于2024年夏天举办的巴黎奥运会圆满成功。

01 中国酱酒的“诺曼底登陆”

法国诺曼底乒协主席帕特里克是一名烈酒爱好者，工作之余喜欢研究全球各国的美酒与历史文化。不久前，他得知一个中国白酒品牌发起的“中国酱酒世界行”团队将走访法国，便主动托朋友辗转联系到酣客君丰团队，邀请酣客老王一行到诺曼底乒协中心参访做客。

会前，帕特里克为酣客团队准备了精美的伴手礼，并向酣客老王赠予诺曼底乒协专属战袍。酣客老王向帕特里克回赠了酣客定制的国风酒礼“中国红瓷碰杯”以示对此次邀请的诚挚感谢。



▶▶ 酣客老王向帕特里克回赠酣客定制的国风酒礼“中国红瓷碰杯”



▶▶ 帕特里克使用“酣客雾化宝”体验“拆酒为云”

在当晚的品鉴会上，帕特里克等人与酣客老王就中法烈酒的工艺品质与地域文化展开深入交流，并现场学习了由酣客老王开发的中国酱香型白酒品鉴方法“盲品十三式”。大家对于酒体拆解闻香的方法“拆酒为云”尤其感到新奇。

帕特里克说：“我喝过很多国家的烈酒，早就听闻中国茅台镇的白酒品质很好，但是一

直没机会品尝。经过今天的品鉴交流与学习，我不仅知道了中国酱酒的味道，还明白了它到底为什么好。中国酱酒的酿造工艺很奇妙，在今天这个工业化进程不断加快的时代，中国酱酒还在使用人工酿造生产，这种反其道而行的生产方式显得极为‘奢侈’，但这也意味着这种中国烈酒品质的无以伦比。”

他补充道：“我也十分期待酣客酒窖在法国落地生根。我相信法国酒友们，尤其是诺曼底大区的朋友们，一定会喜欢来自中国茅台镇的酣客酱酒！”

02 法国体育界热议“Chinese Baijiu King”的故事

品鉴会现场有一位特殊的客人——法国媒体人佩林。佩林长期专注于体育竞技赛事与商



▶▶ 品鉴会嘉宾与酣客老王就中法烈酒的工艺品质与地域文化展开深入交流

业品牌活动报道，并且是诺曼底乒协的重要成员之一。在他看来，体育和商业最大的相似点，就是它们都在各自领域内不断追求“极致”。

早前，佩林便从社交网络上注意到酣客老王一行在布鲁塞尔以及巴黎的动向。当佩林接到诺曼底乒协主席帕特里克的通知，说近期将有一位东方酿酒大师到访时，他便敏锐地意识到，这位大师很有可能就是在巴黎“中国酱酒之夜”上引发热议的酣客老王。

佩林对酣客酱酒既好奇又存疑，他没想到一个中国白酒品牌能在欧洲引发如此密集的关注和热烈反响，尤其是在巴黎的“中国酱酒之夜”上，众多法国名流自发对酣客进行推广，甚至有人亲切地称呼酣客老王“Chinese Baijiu King”。因此，他对酣客君丰团队近日在法国的活动进行了整体回顾与综

合报道，并带着已发表的文章来到现场，想在今天的品鉴会上一探究竟。

在品鉴会上，佩林一边用刚刚学会的“盲品十三式”分步骤体验酱酒品鉴方法，一边用笔记本写下他眼中的酣客酱酒。他坦言，在全世界范围内，很少有烈酒品牌能像酣客酱酒这



▶▶ 品鉴会现场，佩林对酣客老王进行专访



▶▶ “中国酱酒世界行”吸引外媒关注与报道

样，由内而外地把创意从产品延展到包装材质与设计、酒类文化传播、衍生品开发等这么多方面，而且每个方面都做到极致。

佩林说：“我真切地感受到了什么叫做东方的‘工匠精神’，这是一种可贵的民族精神！王为先生是我见过的最懂酒的人，是‘全球烈酒专家’。过去我们总是对自己国家的烈酒感到骄傲，却不知道在遥远的中国，已经有酣客这样的品牌，把烈酒的品质与品饮体验都提升到了新高度。请允许我这么讲，他是我心目中的‘中国酒王’！”

酣客老王回应说：“感谢佩林先生的赞赏，我感到受之有愧。法国的高品质烈酒举世闻名，大多来自波尔多地区，而在中国，好酱酒大多来自贵州仁怀茅台镇。在茅台镇，有许多酿酒老师傅，终生只做酿酒这一件事，他们对酱酒的了解在我之上。这次出访欧洲，代表中国酒企与仁怀产区与大家见面交流的人是我，但守护中国烈酒品质、为全球酒友带来美酒的人不止是我，还有这些用一生去践行‘工匠精神’

的仁怀酒师们，‘中国酒王’这个称号应该送给他们。”

03 追求极致，体育精神与酣客酱酒的碰撞

“极致”是体育运动的核心关键词，也是激发观众激情与热血的本源。“极致”同时也是酣客酱酒对自身品质与产品体验的定位与要求，正所谓：“酱酒极客喝酣客”。

品鉴会结束后，法国东道主与酣客君丰团队打了一场精彩的乒乓球“中法酣亲友谊赛”。酣客老王与诺曼底乒协主席帕特里克“以球会友”，激烈比拼，双方你来我往，互有胜负。

赛后，帕特里克说：“北京2022年冬奥会取得了巨大成功，接下来，我们会迎来2024年巴黎奥运会，巴黎非常期待全世界的到访。”在他看来，酣客君丰创始人王为和酣客这个品牌，有诸多闪光点。“中国是乒乓球大国，有



▶▶ 酣客·中法酣亲友谊赛合影

世界上最优秀的乒乓球运动员。酣客酱酒作为中国品牌，展现出卓越品质与出色的创造力，和中法双方倡导的体育精神一样，追求极致、独具特色，富有号召力和感染力。我相信今晚所有的嘉宾都和我一样，被王为先生与酣客酱酒所打动。希望他能以这种极致主义和长期主义的精神为桥梁，在中法之间促成更多精彩的文化交流。”

酣客老王说：“习近平主席曾讲，国之交在于民相亲，民相亲在于心相通。明年不仅是巴黎奥运会的举办年，也是中法建交60周年。今天，我们以酒相识、以球相亲。未来，相信我们的缘分将不止于此。我期待和帕特里克主席在未来的合作中获得双赢，也希望中法之间以烈酒与体育建立连接，带给彼此更多精彩而酣畅的体验。”



▶▶ 酣客老王与帕特里克“以球会友”

斗罢艰险又出发—— 酣客君丰书写白酒出海《西游记》

文 / 和斌斌

在结构性增长和消费升级的新时代，中国白酒出海正在加速。以酱酒为代表的中国烈酒，该如何向世界讲好品牌故事？中国白酒产业，该如何在世界级名酒阵营中找准位置、绽放光彩？

不久前，酣客君丰以酱酒为东方名片开启“中国酱酒世界行”，出访欧洲知名烈酒产区，为中国白酒出海架设文化桥梁。在交流中探寻方法，在对话中明晰思路，书写了一篇新时期中国酱酒出海的“西游记”。

这是中外烈酒文化的交流之旅，也是中国白酒探访欧洲烈酒品牌秘密的取经之旅，更是中国白酒跻身于世界名酒之林的探索之旅。落地之后，酣客团队马不停蹄地奔波，力争把中国白酒的品质实力与品牌价值全面、清晰、真实、立体地呈现在外国友人面前。行程中遭遇过误解和质疑，但更多的是收获热诚、欣赏与帮助。

数日来，酣客君丰团队日夜兼程地辗转荷兰、比利时、法国三个国家的多个城市。截止4月25日，已连续走访十多个欧洲烈酒名庄与



酣客老王参访阿姆斯特丹杜松子酒厂

行业协会，在欧洲烈酒界引起了一定反响——欧洲多国酒厂纷纷致电，邀请酣客老王到自己的酒厂做客；坊间也出现了舆论热点，欧洲酒友圈里纷纷议论着“Chinese Baijiu King”的故事。

中国白酒和欧洲烈酒，在卓越的品质中找到共同语言，在各有千秋的文化中激荡思维，在工匠精神的共鸣中消弭隔阂，惺惺相惜。

01 以酱酒之名，让世界享受中国品质

4月17日，“中国酱酒世界行”，带着来自中国优质白酒的赤诚之心，以荷兰为起点正式开启。

杜松子酒被荷兰人视为“国民宝藏”，更

有“鸡尾酒的心脏”之美誉。探访荷兰阿姆斯特丹的老牌皇家认证酒厂 H. Van Toor JZ. 时，酒厂负责人 Leo 对酣客酱酒赞不绝口。

4月19日，在比利时，布鲁塞尔烈酒协会力邀酣客酱酒入会并参加将于9月举办的“世界烈酒名品”大赛。



布鲁塞尔烈酒协会 CEO Quentin Havaux 与酣客老王合影



酣客老王携团从荷兰开启“中国酱酒世界行”



» “中国酱酒之夜” 高端品鉴会

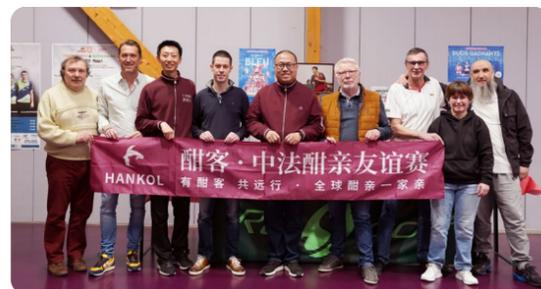
在法国巴黎举办的“中国酱酒之夜”晚宴上，现场各界主流精英领略到一系列酱酒品鉴方法之后，自发地开始比拼“拉酒线”技法，现场气氛十分热烈。

4月20日，酣客团队脚步踏入诺曼底大区，寻找白兰地的品牌秘密。酣客老王在诺曼底乒协主席帕特里克邀请下到访诺曼底乒协中心，参加“中法名品品鉴会”，荷兰、罗马尼亚、阿尔及利亚等多个国家的各界嘉宾济济一堂，共享中国酱酒与法国美食，酣客老王现场展示“盲品十三式”来诠释中国白酒的品质与美学。



» 酣客老王受邀参加“中法名品品鉴会”

会后，中法嘉宾以球会友，以一场“中法酣亲友谊赛”，预祝将于2024年夏天举办的巴黎奥运会圆满成功。



» 酣客·中法酣亲友谊赛合影

双方热切交流之后，帕特里克向酣客老王赠予诺曼底乒协专属战袍。在他看来，酣客团队此次主动与欧洲烈酒开启对话，是在向欧洲播撒中国酒文化的种子。酣客团队扮演着为中国白酒以及贵州仁怀酱酒代言的角色，也传递了来自东方的自信与善意。他认为，这种行动背后的开拓者精神，与追求极致的体育精神，

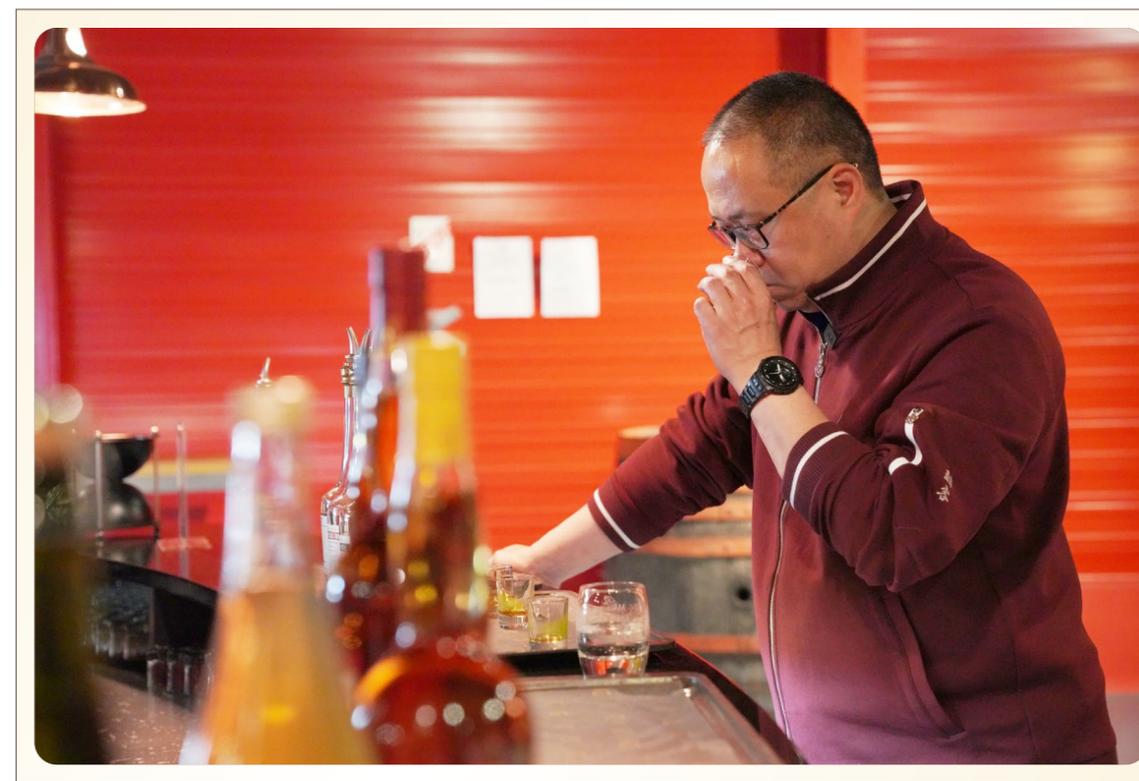
有着深层次的高度契合。他告诉酣客老王：“我能感受到，你内心有很深的民族情结和强烈的沟通热情，我喜欢你这样的中国企业家。我相信，今后欧洲市场会对像你们这样的高品质中国白酒敞开大门，因为好酒没有国界。”



» 诺曼底乒协主席帕特里克向酣客老王赠予诺曼底乒协专属战袍

4月24日，酣客团队来到法国知名烈酒集团 Spirit France 旗下位于诺曼底的国际苹果白兰地品牌 Boulard，在集团亚洲区负责人 Barbara Braud 的带领下沉浸式参观 Calvados 烈酒博物馆，领略法国名酒的历史与文化。紧接着，又深度体验了苹果白兰地酿造工艺，并就中外烈酒的生产工艺、产能与存储、市场拓展等话题进行了深度交流。

根据酒厂负责人的介绍，苹果白兰地的酿造过程极为简明，将苹果碾成泥之后发酵、蒸馏，产出70度的原酒，存储过程中经过多次加水降低度数并在木桶中陈化，就变成了40度的成品酒，再经过2-3年的储存即可上市。就是这种极为简明的“轻工艺”，造就了诸多世界级优质品牌。



» 酣客老王在 Calvados 烈酒博物馆



▶ 酣客老王与 Spirit France 集团亚洲负责人 Barbara Braud 以及 Boulard 品牌酒厂负责人 Jean · Luc Fossey

4月25日，酣客一行人来到干邑地区，分别探访了知名白兰地品牌 Distillerie Cabanne et fils 和布瓦诺家族（Boinaud）旗下的品牌 J.Dupont。值得一提的是，布瓦诺家族是干邑地区仅次于马爹利、轩尼诗、人头马三大“干邑家族”的第四大家族，旗下有蒂乐士等多个干邑酒品牌。

酒类产品，注定要经受岁月的洗礼。此行寻访的诸多欧洲烈酒品牌，多隐身在人迹罕至、空气与水质绝佳而风景绝美的地区，这与中国优质白酒的产区特征极为相似。但为什么那么多欧洲名酒品牌背后的酒庄并不以规模取胜，甚至很多烈酒品种的工艺也并不特别复杂，其品牌影响力却能覆盖全球？背后还有什么样的秘密？中国白酒的全球化之路，又该怎么走？

这些问题，值得所有中国白酒品牌深思。

02 守品如命，酣客为中国烈酒发声

品质，是东西方文明的共同语言。酣客团队所到之处，无论是在荷兰的阿姆斯特丹、鹿特丹，比利时的布鲁塞尔，还是在法国的巴黎、诺曼底、干邑，几乎所有喝到酣客酱酒的各国各界人士，都被它的醇厚口感和层次丰富的酒



▶ “中国酱酒世界行”吸引外媒关注报道

香所深深吸引。诸多来自商界、时尚界、艺术界的外国友人纷纷主动为酣客品牌做宣传，在法国诺曼底的参访活动中，还有记者专程慕名而来跟踪报道。

酱酒，代表着中国白酒的最高品质。繁复的工艺流程、长达6年的生产周期、独具传统农耕文明色彩的人工劳作生产方式，韵味悠长的独特口感，使贵州产区的酱酒天生就具备世界级的优良品质。伴随着近年来“酱酒热”持续升温，贵州酱酒的产区优势日益凸显，世界级白酒产业集群正在形成，加上地方政策与各界投资的支持，“贵州酱酒”在整个中国白酒产业阵营中，已经成为最具全球化发展潜力的品类。

中国酱酒看贵州，贵州酱酒看仁怀。“守品如命”的酣客酱酒，作为出产于贵州仁怀茅台镇赤水河畔的匠心佳酿，代表着中国酱酒的最高品质，可以与任何中外烈酒品牌同台“盲品”比拼。



▶ 法国友人体验盲品十三式之“拆酒为云”

世界烈酒早已走入中国，而中国白酒还没有真正走向世界。中国早就有国产威士忌、国产清酒，风靡世界的洋酒文化和酒吧文化还启发了锐澳等国内预调鸡尾酒品牌的诞生，但放眼全球各国，几乎没有国外企业生产白酒。

究其原因，并不是外国人不喝中国酱酒，而是很多外国人根本不知道中国酱酒。当“中国酱酒世界行”的团队把酣客酱酒带到比利时的布鲁塞尔时，一位当地友人惊喜赞叹道：“我第一次知道，原来中国有这么好喝的酒！”

没听过，没见过，更没喝过。不了解，怎么去热爱？

酣客君丰团队从巴黎去往诺曼底时恰逢大雨，开车犹如行船。此情此景，颇有“长征”的象征意味：目标宏伟，成果卓著，但过程着实艰苦，个中滋味不一而足。

在车内，酣客老王从容如常地计划下一站的交流要点，梳理酱酒品鉴互动中的节奏。汽车座位后排的摄影团队，尽管在逼仄狭窄的空间中难以施展，依然坚持利用好宝贵的空档时间做着剪辑工作，为的是把前方的信息尽快传达到国内。这一幕，是酣客君丰此行工作生活的缩影，也是中国白酒长期以来“出海难”的真实写照……

中国白酒的出海之旅，任重道远。

03 和而不同，共建全球烈酒生态

酣客君丰自创立之初就确立使命——“让全世界爱上中国酱酒，让全世界享受中国品质”，酣客成长的每一天，都在向着更辽阔的世界踏实前行。

从2017年开始组织策划酣客国际游学，先后输送共近2000人到各种“极致”的企业、组织考察学习，为中外酒业产业交流奔走多年之后，酣客老王愈发意识到，中国白酒需要在更多的国际文化交流中消弭隔阂与误解，激发创新的灵感，开启更全面的进步。

荷兰有杜松子酒，法国有白兰地，俄罗斯



▶▶ 酣客老王在 Calvados 烈酒博物馆

有伏特加……各国名酒背后的文化各有千秋，而且超越时空与国界，自古以来就是国际之间友好交流的重要纽带。

白酒文化扎根于中华文明，使其成为富有浪漫色彩的媒介，串起五千年的中国历史与文化，连接着无数或恢弘、或悲壮，或超然物外的人物与故事，激发了海量诗词歌赋与书画作品的创作，也让“琴棋书画诗酒花”这种中国式的理想生活充满想象空间。

更奇妙的是，中国酒文化中蕴藏着对理想的热爱与追求以及洒脱的生命姿态，与西方文化中的“酒神精神”，有深层的呼应：唐有“诗仙”李白留下“人生得意须尽欢，莫使金樽空对月”等不朽诗句，宋有欧阳修，写下“醉翁之意不在酒，在乎山水之间也。”而今，时代变了，酒作为文化与社交媒介，寄托人类精神追求的

角色没有变。

背靠这么深厚的文化根基，对于中国白酒来说，最好的出海策略，就是传播文化，最有效的对外交流，就是触动心灵。在国内，酣客针对文化传播开发的内容其实已经非常丰富，层次样式也很多元。从体系化的白酒封测文化，到遍布于全国各地的 2000 多家酣客酒窖，再到中国酣客节、酱香之旅、国际游学、“中国酱酒世界行”、白酒知识文化巡讲、群体 IP 打造等丰富的交流活动，都是多年来酣客君丰在白酒文化传播角度的探索，这才使酣客酱酒拥有了超过 15 万人的全球忠实粉丝。

当下，酣客君丰要做的就是增强国际传播能力建设，通过寻找合适的形式，将这些文化类内容“翻译”成更适合海外语境的有效内容，“中国酱酒世界行”的目的与意义正在于此。



▶▶ 巴黎“中国酱酒之夜”晚宴嘉宾与酣客酱酒合影

在此次“中国酱酒世界行”巴黎站，策划了“中国酱酒之夜”活动的欧洲安基国际金融投资集团联合创始人、CEO 布里诺·拉古特，就是通过此前酣客的对外交流活动结识的中国白酒。他非常赞同酣客以社群经济为基础的“FFC”商业模式，并真诚表示，像酣客这样有国际化视野、积极促进中外交流的企业非常珍贵，他愿意为酣客开拓海外市场提供力所能及的帮助。

沟通有效，国际友人对白酒的误解就会越来越少；节奏有序，中国白酒的海外朋友就会越来越多。酣客君丰作为贵州仁怀酱酒的全球使者，在走向世界舞台的进程中，为中国传统酒业打造了一张“金色名片”。

白酒产业作为国民经济的重要组成部分，为地方产业振兴、相关产业链发展及文化传承

都做出了重要贡献，尤其在贵州，酱酒产业已成为地方经济发展的“压舱石”，位居贵州十大工业之首。仁怀，因为赤水河畔的宝贵自然资源与深厚的历史文化背景，成为贵州产区最亮的明珠。

面对百年未有之大变局，面对中华民族产业复兴的时代召唤，酣客君丰愿与更多优秀的中国白酒企业一道，推动中国白酒加速出海，更愿与全球各国的烈酒企业一起，构建和谐共荣的全球烈酒产业新生态。



📍 法国·干邑/雅文邑

🕒 2023.04.25

感受中欧产业思维的 异曲同工

见证法国烈酒产区的酿造逻辑

法国·干邑 / 雅文邑

4月25日至4月27日，“中国酱酒世界行”的脚步来到法国干邑及雅文邑地区。酣客君丰团队参观了法国代表品牌 J.Dupont（都蓬）等酒厂，痴爱酱酒的酣客老王与 Boinaud 家族的第 24 代传承人 Remy-Boinaud（雷米·布瓦诺），Charles-Boinaud（查尔斯·布瓦诺）在此展开了一场企业家之间的深度交流，具体探讨了中法烈酒的酿造工艺与酒文化等相关话题。



04.25
COGNAC / ARMAGNAC



📅 2023.04.25

法国·干邑 / 雅文邑

📍 COGNAC/ARMAGNAC

全球最大蒸馏体量干邑集团， 邀请酣客老王讲授产品设计大师课

文 / 和斌斌 石彦

酒作为文化符号，寄托着全人类的精神追求，与历史、艺术为伍，充当着国际间友好交流的使者。为了弘扬中国白酒文化，把品质卓越的中国酱酒带到全世界，也为了给中国的烈

酒爱好者讲清中外烈酒之间的工艺与文化差异，酣客君丰发起了“中国酱酒世界行”，不远万里探访欧洲各国名酒产区，一路上带着赤诚之心，躬身而行。



» “中国酱酒世界行”第六站——法国干邑

“中国酱酒世界行”已走过6站，此行酣客君丰团队来到法国干邑地区，受邀参访当地烈酒庄与企业。

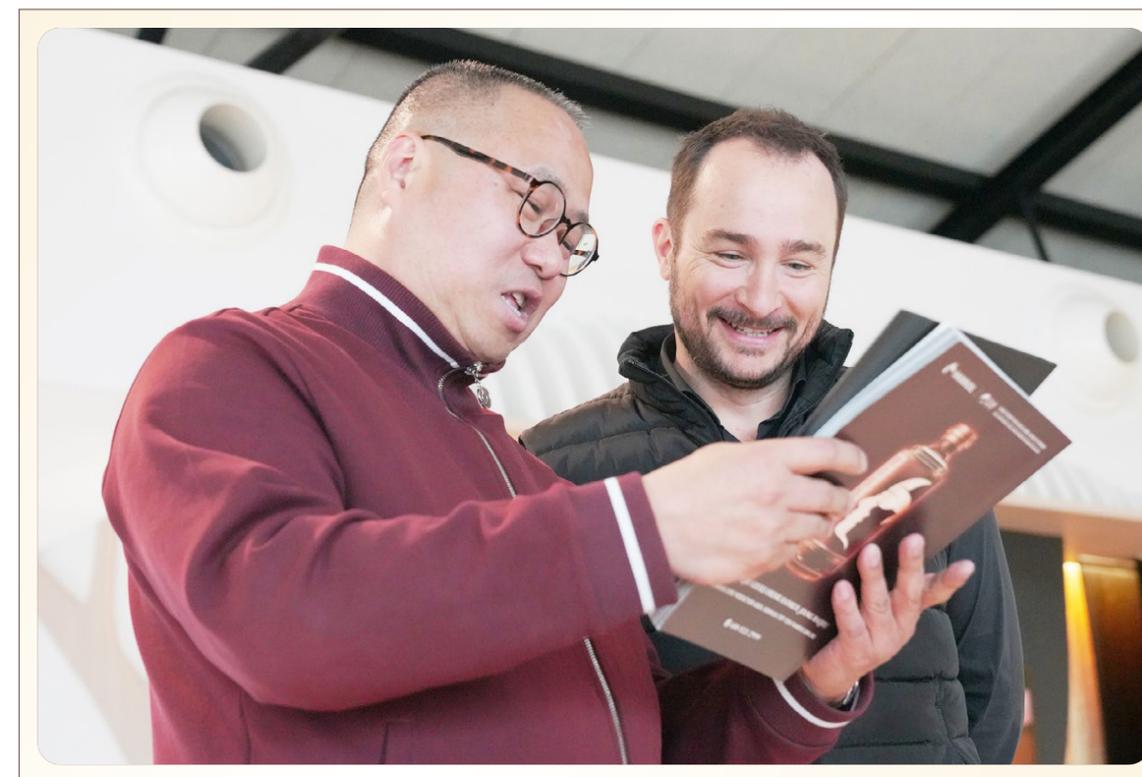
01 来做客，却被挽留为高管讲课

1640年，法国 Boinaud（布瓦诺）家族的酿酒产业从一块葡萄种植园开始起步，当时法国已进入路易十四时代，而中国正值明朝崇祯十三年，白酒酿造已经在中国的历史上绵延数千年。383年之后的今天，作为法国干邑“三大洋”（马爹利、轩尼诗、人头马）之外的最大酿酒家族，Boinaud 家族旗下拥有多个干邑酒品牌，年蒸馏体量位居法国首位，产品在欧洲、美洲、亚洲等地皆有销售，全球每年的销售额

超过4000万欧元。

4月25日下午，“中国酱酒世界行”的脚步来到法国干邑地区。酣客君丰团队参观了其代表品牌 J.Dupont（都蓬）酒厂，痴爱酱酒的酣客老王与 Boinaud 家族的第24代传承人 Remy·Boinaud（雷米·布瓦诺），Charles·Boinaud（查尔斯·布瓦诺）在此展开了一场企业家之间的深度交流，具体探讨了中法烈酒的酿造工艺与酒文化等相关话题。

据了解，Boinaud 集团旗下的酒厂均已实现“全自动化”，每个酒厂只需三四个酿造工人，出产的酒水体量就能满足生产计划。酒厂中，中法嘉宾共同品鉴了酣客酱酒和法国干邑，酣客老王为酒厂传承人 Remy 及企业高管现场讲述中国酱酒独特的酿造工艺，并展示了中国酱酒品鉴方法“盲品十三式”。亲自体验了“搓



» 酣客老王与 Boinaud 家族的第24代传承人 Remy·Boinaud（雷米·布瓦诺）深度交流

酒”“拆酒为云”等烈酒香味鉴定方法后，在场的法国友人惊叹“酱酒的芬芳香气，完全盖住了干邑！”



法国友人体验“拉酒线”并惊叹酱酒的芬芳香气

双方还就中法烈酒品牌打造与市场开拓展开了深度交流，并达成了高度一致。Remy与酣客老王相见恨晚，当下决定翌日再度约见，希望届时酣客老王可以为企业高管上一堂“大师课”。

4月26日下午，酣客老王应邀再次到访Boinaud集团，为Remy先生及其高管团队分享了一堂“酣客王为产品设计课”。结合酣客酱酒“7年400倍”的增长经验，酣客老王以酣客人脸瓶、酣客珍品、酣客天酱等系列产品为例，分享了他在产品定位、产品设计及品牌传播等方面的思考与建议，还向高管团队介绍了酣客酱酒从纸箱、纸浆托到施华洛世奇水晶质地玻璃瓶等包材上的创新之举，以及始终贯彻在生产和运输流程中的环保理念。

课堂之后，Boinaud高管团队纷纷表示：“酣客借助社群做传播与体验式营销经营品牌的方式，为Boinaud的品牌运营打开了新思路。”

一起聆听酣客老王设计课的Boinaud家族传承人Remy与品牌市场部负责人Stephanie女士，在课后分别向酣客老王提出了许多问题，



课后，Remy与酣客老王探讨如何借鉴酣客模式

探讨如何借鉴酣客的产品开发与商业模式，帮助Boinaud家族旗下系列品牌实现更快地发展。

02 企业规模再大，也需要“重做”

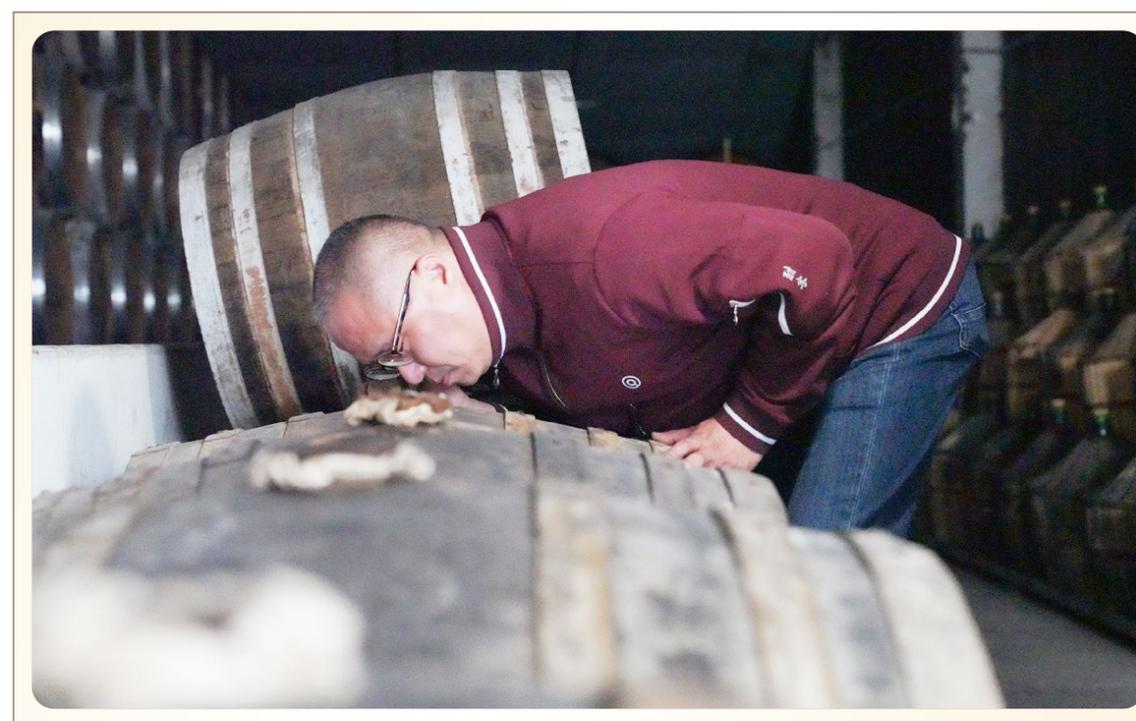
当中国白酒界的极客遇到法国烈酒界的隐形冠军，会碰撞出怎样的火花？当中法两国烈酒品牌在“重做”与创新等方面产生深深共鸣，将带来什么样的新机遇？

作为干邑地区历史最悠久的酿酒家族之一，Boinaud家族拥有超过550公顷的葡萄园和干邑地区规模最大的蒸馏厂，拥有从酿造、灌装到窖藏的完整生产线，甚至拥有自己的制桶工厂。从原料生产到酿造技术与软硬件设备再到木桶、包材，可以说，Boinaud家族已经打通了干邑的供应链上游。

同时，Boinaud家族自身品牌建设也已经比较成熟，国内外产品销售与品牌传播数据都很可观。更重要的是，Boinaud家族还为法国



酣客老王应邀分享“酣客王为产品设计课”



酣客老王参访Boinaud家族酒厂贮藏间

包括三大烈酒品牌马爹利、轩尼诗、人头马在内的众多干邑品牌提供代工服务。在承接同地区订单时，接收到品牌给定的品质参数标准后，Boinaud 总能高标准完成酒体生产与相关服务。

在与酣客老王的交流中，当 Remy 听到来自中国酣客老王讲述的“FFC”商业模式与案例，马上意识到，这很有可能就是当下帮助企业找到全新增长点的途径。于是，原本的邀请做客变成了现场拜师，Remy 当下决定，邀请酣客老王翌日继续来酒庄做客并授课，他将携集团高管一起听讲，学习中国白酒企业如何在产品设计与市场开拓问题上成功创新。

大师课上，酣客老王提出，与中国的酱酒相比，无论是干邑还是威士忌，酿造工艺都更为精简，更多地借助工业化、全自动化的生产线。而始终以“守品如命”为原则，秉持长期主义和极致主义的酣客酱酒，作为中国传统酱酒酿造工艺的代表，酿造过程中依然在大量使用人



课上，酣客老王分享酣客酱酒品牌故事

工劳动力，体现出农业文明体系下的“苦心孤诣”。一个“精明高效”，一个“笨拙慢熬”，虽然方向不同，但各有其香，同样对品质有着极致的追求。

今天，全世界所有的企业都面临三条路，第一，互联网化；第二，资本导向；第三，扎根，务实，重做。在这三个导向当中，作为传统制造业的酒企更容易感受到巨大的压力和沉重的



酣客老王与 Boinaud 家族 24 代继承人 Remy 合影

打击。社会信息碎片化、个性爆炸、业态爆炸、品类爆炸，传统的产品、品牌、品类都在逐步地衰败和消亡。

在这种情况下，传统酒企的出口在哪里？

酣客老王说：“其实，只要把一件小事做好，就是完成了一部分的‘重做’。比如，在一个窄的领域当第一、坚持价值重塑与价值创新、坚持把满足需求变成满足追求、从满足需要到创造想要、把顾客粉丝化，以及由市场经济走向伦理经济等。在创新创意‘通货膨胀’的今天，只需要在一个小切口中深挖掘，就可以对企业高质量发展起到重要的推动作用。”

此前，疫情的影响横扫全球，Boinaud 家族在蛰伏期间重新审视旗下四个品牌，并对它们进行了从品牌理念到产品包装等全方位的升级迭代，如今已完成三个品牌的部分更新，但还有一些问题悬而未决。

Boinaud 家族继承人 Remy 说：“酣客酱

酒与 Boinaud 集团虽然远隔重洋，但在面对新时代的挑战时，都能以巨大的勇气，颠覆传统思维，重做业务思想，这或许是我们的企业共性，也或许是我与王为先生的默契。但面向未来，我们还要从王为先生及他的企业当中，学习与探讨更多可能性。”

风尘仆仆、苦心孤诣，在讲述中国白酒文化故事的过程中收获知音，在探寻外国烈酒产业合作的过程中赢得尊重，这就是酣客君丰“中国酱酒世界行”的缩影。

事在人为，路在脚下，在传播真知与善意中树立民族自信，在交流共性与差异中彰显企业价值，这就是酣客老王此行不变的初心。



Boinaud 家族继承人 Remy 认真听取酣客老王分享

通天大道宽又阔—— 酣客君丰续写白酒出海“西游记”

文 / 和斌斌

文化自信的时代，中国白酒该如何向世界递出品质名片、品类名片、产区名片？民营企业，又该如何为中国白酒出海贡献力量？

只要愿意走，脚下就有路。4月24日至4月28日，“中国酱酒世界行”又写下“西游记”的新篇章。酣客君丰创始人王为化身传播中国白酒文化的行者，带着来自贵州仁怀的酣客酱酒，带着民族自信和一腔热诚，也带着中国民营企业特有的开拓精神，栉风沐雨，砥砺前行。

短短几天内，一行人接连参访近10家知名酒庄及酒厂，交流中外烈酒的风味与工艺，解读法国烈酒品牌的影响力密码，思考中国酱

酒走向全球的可参考路径。

酣客君丰团队所到之处，包括知名烈酒企业 Spirit France 集团及其旗下白兰地品牌 Boulard 酒庄，成立于19世纪初的 Richard Delisle 集团酒厂，全球蒸馏体量最大的干邑集团 Boinaud 及其家族酒庄，干邑最古老酒庄之一的卡伦兹庄园，雅文邑规模最大的酒厂 Hauts De Montrouge，雅文邑最早的大家族酒庄 Gelas Family，等等。

参访期间，酣客老王还受邀为 Boinaud 家族第24代传承人及其高管团队分享了一堂“酣客王为产品设计课”。



酣客老王受邀分享“酣客王为产品设计课”



酣客君丰团队参访法国干邑 Boinaud 布瓦诺家族

01 品质无国界，中法酿酒人精神和鸣

在紧密的行程中，不同品类与风格美酒的碰撞、超越国界的历史回响、酿造工艺与文化理念和精神内核上的共鸣，无不让中法两国酿酒人的心灵距离越来越近。

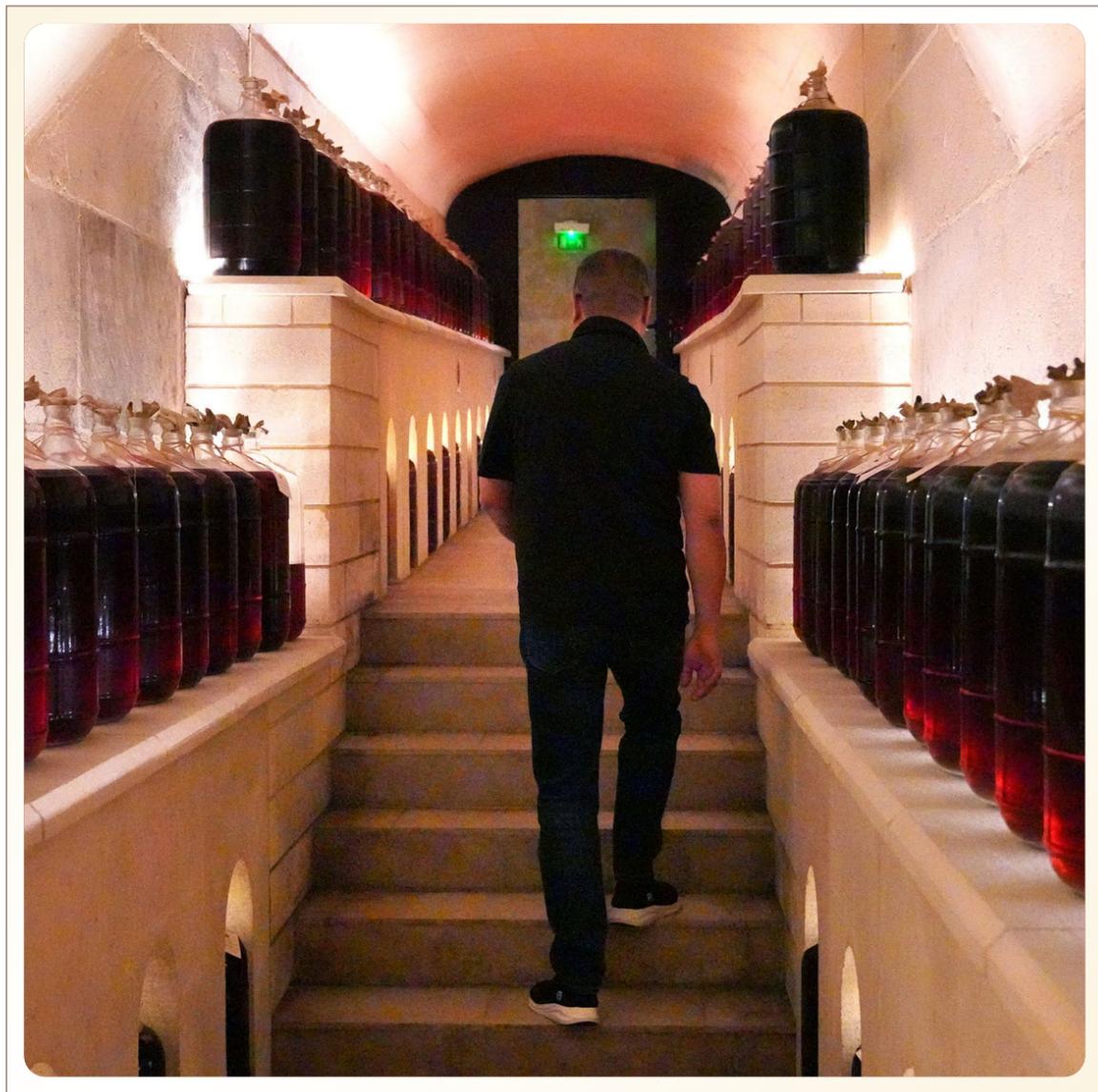
位于干邑地区的 Boinaud 布瓦诺家族创始于法国路易十四时代，拥有近400年的历史，其家族产业诞生时中国正值明朝。而位于雅文邑地区的 Saint Aubin 酒庄，其家族产业初创时是1296年，当时的中国正在经历元朝。当中国酿酒人王为和法国酿酒家族的传承人身处同一片天空交流着烈酒话题，空气中弥漫着一种超越时空的氛围，那是来自酿酒人内心深处的共鸣。

在布瓦诺家族，酣客一行人了解到，该家族创造性地用干邑的工艺和设备酿造出了干邑

风格的威士忌，还在疫情蛰伏期间从品牌理念到包装设计对旗下的四个品牌进行了全新的定位，这与酣客一直倡导和践行的“重做”精神不谋而合。当继承人了解到酣客酱酒的酿造原料时大胆提出：“我们的蒸馏器可以蒸馏葡萄和麦芽，当然也可以蒸馏高粱，我希望将来能在我们的工厂生产中国白酒。”



酣客老王与 Boinaud 家族第24代传承人 Remy·Boinaud (雷米·布瓦诺) 深度交流



▶▶ 酣客老王参访法国雅文邑 Saint Aubin 酒庄

而在雅文邑的 Saint Aubin 酒庄，品牌家族传承人 Alexander Westphal 先生和全球商务负责人 Natalie Goma 女士被贵州仁怀产区酱酒的“内生性香味”深深打动，尤其是酣客“FFC”的商业模式，点燃了他们对于亚洲市场的期待。



▶▶ 酣客老王向 Gelas Family 家族第五代传承人 Baptiste Gelas 展示“拆酒为云”

4月28日，酣客老王受邀参访雅文邑最早的大家族酒庄 Gelas Family 家族酒庄。该酒庄的第五代传承人 Baptiste Gelas 先生热衷于收藏全球各地的优质烈酒，他通过老王展示的“盲品十三式”，用“看酒花”、“抿咂呼”等一系列游戏化的品鉴方式认识了酣客酱酒，也了解了中国白酒的独特魅力，Baptiste 先生兴奋她表示：“我没想到，神秘的中国白酒竟然有这么高的品质，我也是第一次知道，品酒竟然可以这么好玩！我非常希望酣客酱酒能进入我的商店，让欧洲酒友也享受到中国品质！”

这是舌尖上的味觉舞蹈，也是心灵深处的文化碰撞，更是商业思维的激荡融合。

02 乡村要振兴，中法两国的异曲同工

从干邑到雅文邑，酣客君丰团队对欧洲酒文化的发展历程与传播语境慢慢熟悉，渐入佳境。行走过程中，“中国酱酒世界行”团队越来越多地看到了东西方烈酒品牌在产业思维等方面的异曲同工之处。

当地时间4月28日上午，酣客一行人到访雅文邑酿造规模最大的酒厂 Hauts De Montrouge。

在这里，一个富有诗意的细节触动了酣客老王：该酒厂 CEO 名叫 Pierre，他对酒厂对一草一木都充满热爱，他甚至借用法国作家大仲



▶▶ 酣客君丰团队到访雅文邑酿造规模最大的酒厂 Hauts De Montrouge

马名作《三个火枪手》里人物的姓名，为酒厂的三个蒸馏器起了名字。

据 Pierre 介绍，在工艺上，雅文邑采用一次蒸馏（塔式）的方式，保留了花果香等更多风味，口感近似于中国的酱酒；相比之下，干

邑采用二次蒸馏（壶式）的方式，口感更为稳定、柔和。Pierre 了解到酱酒的酿造工艺后评价道：

“如此繁杂的工艺和大量的人工劳动，仅从时间成本和生产成本上看，就是我们难以企及的。也恰恰是这种无可替代的工艺方式，赋予了中国酱酒独特而丰富的香味与口感。”

最让王为受到触动的是，这个建于 1963 年的酒厂是以“合作社”模式闻名，合作社共有 51 个葡萄园，总面积达 1250 公顷，收购当地农民种植的葡萄，为当地农业发展做出了巨大贡献，同时也帮助当地发展了养殖等其他农业相关产业。

在中国，白酒产业作为实体经济的重要构成，上游连接农业，下游打通制造、文旅、文创、广告、物流等其他多个产业，成为很多知名白酒产区推动地方产业升级，实现乡村振兴的重



▶▶ 酣客老王与 Hauts De Montrouge 酒厂 CEO Pierre 合影

要支柱。酣客君丰作为贵州仁怀酱酒产区的代表，多年来也在振兴地方经济等方面起到了重要作用。这是烈酒企业在社会责任角度上的异曲同工。

而今，中国白酒行业内的优秀企业们，正以党的二十大精神为引领，昂扬奋进、积极变革、加速实现高质量跨越式发展。尤其在贵州，以酣客君丰为代表的仁怀十大名酒企业率先打破了传统模式。进入 2023 年以来，酣客君丰再次走出舒适区，在行业结构化改革加速的浪潮中二次“重做”，更以传播白酒文化为旗帜，走出中国，对话全球烈酒。这不仅源自于酣客君丰对酣客酱酒产品和“守品如命”精神的自信，更源自酣客君丰作为一家贵州酒企，想让更多优质的酱酒品牌走出仁怀，走出贵州，走向世界的责任与使命。

03 企业要重做，东西方匠人以诚相遇

经历疫情大考之后，全球经济进入全面复苏，国内国际双循环的新格局正在加速构建。在这样的时代背景下，全球的每一个企业和每一个品牌都需要重新思考“增长”与“可持续发展”的命题。

王为认为，“在今天这个信息爆炸、审美疲劳的低敏感时代，能让消费者秒懂、秒爱的产品，才有竞争力。”在他的带领下，酣客君丰自创立以来，就坚持将产品的质量和设计甚至包装的材质都做到“十倍好”。正如他在为布瓦诺家族分享的“产品设计大师课”上所强调的，“我们要在一个窄的领域当第一，要坚持价值重塑与价值创新，要坚持把满足需求变成满足追求，只需要在一个小切口中深挖掘”。

中国早已成为世界第二大经济体，中华民



▶▶ 产品设计大师课上，酣客老王分享酣客酱酒品牌故事

族理应向世界发出更强音。而酒，是文化的纽带和艺术的缪斯，也是时代变迁与经济发展的见证。以酱酒为媒，向世界弘扬中国白酒文化，传播东方美学，酣客君丰团队将继续前行，矢志不悔。

结束了法国的行程，接下来，“中国酱酒世界行”将来到西班牙、葡萄牙。

在讲述中国白酒文化故事中收获知音，在探寻外国烈酒产业合作的过程中赢得尊重，这就是酣客君丰“中国酱酒世界行”的缩影。

在传播真知与善意中树立民族自信，在交流共性与差异中彰显企业价值，酣客老王与酣客君丰人，还将继续躬身前行……

酣客君丰 海外“传经送宝”

中国白酒探路“两牙”促成产业外交

05.02



📍 西班牙·赫雷斯

🕒 2023.05.02



📍 葡萄牙·塞图巴尔/马德拉岛

🕒 2023.05.03

近期，在国际舆论场上，尤其是在中国白酒界与欧洲烈酒界，一场围绕“中国酱酒世界行”的大讨论渐次展开，迅速成为各路媒体和朋友圈中的“顶流”。

由酣客君丰引领的“中国酱酒世界行”，在欧洲各国实力圈粉之余，也通过各种媒介吸引了大量国内外网友的关注。从酣客老王卡通形象 IP 及主题设计图公开，到各新媒体平台上纪录片、短视频的接连发布，中国酒友们在自发传播之余，更为中国品牌与中国品质感到骄傲。



踏平坎坷成大道—— “白酒出海”的酣客模式与启示

文 / 石彦 付超强

2023年4月开始，酣客君丰这个本就不缺关注的中国白酒企业，被推向了更大的聚光灯下。

4月17日，酣客君丰引领的“中国酱酒世界行”跨越山海，走出国门，携贵州仁怀酱酒向欧洲多国进发。连续20多天的参访，7位酣客人走进了18家欧洲烈酒企业与酒庄，与5个不同国家的烈酒行业协会及政府组织进行商务参访与交流，为多家世界知名烈酒企业创始人授课。

酣客老王以新时代中国民营企业家的身

份，为欧洲各国烈酒企业带来了“高质量发展”的全球路演，所到之处的工艺交流、产业探访、文化传播，不仅是对海外同行的传经送宝，也是中国白酒出海的主动探路与产业外交。

01 亲历亲为出真知

道虽远，行则将至；事虽难，不为不成。

5月2日，酣客老王受邀参访具有300年历史，西班牙赫雷斯最大的雪莉酒酒



酣客君丰团队受邀参访西班牙赫雷斯最大的雪莉酒酒厂 Fundador

厂 Fundador，国际商务部负责人 Eugenia Herrera 热情招待，并邀请酣客君丰团队参观了解酒厂历史、雪莉酒的存储及酿造工艺等。

Fundador 创建于1730年，是西班牙第一个生产白兰地的企业，其生产的雪莉酒专供英国女王享用。它拥有全世界最大的雪莉酒窖藏仓库，也因生产昂贵的“雪莉桶”而闻名于全球。

与酣客老王深度交流酣客酱酒的规模与文化后，Eugenia Herrera 说：“我一定要将酣客酱酒介绍给企业董事长和我的朋友们，希望在不久的将来，我们可以去中国探寻东方神秘的酱酒，并开启一场跨国合作。”



酣客老王与 Eugenia Herrera 深度交流

自5月3日至5月5日，酣客君丰团队辗转葡萄牙塞图巴尔和马德拉岛，先后参访葡萄牙销售额前三的葡萄酒酒厂 Adegas de Palmela，马德拉岛第一家、也是规模最大的杜松子酒厂 Canning's，马德拉朗姆酒销量第一的 Engenho Novo da Madeira 酒厂，马德拉岛最古老的酒庄之一 Blandy's Madeira 酒厂。

通过探访与交流，葡萄牙友人反响热烈。

Adegas de Palmela 成立于1955年，以生产红葡萄酒、白葡萄酒和塞图巴尔麝香葡萄酒为主，独特的包装和优秀的品质使其销售额在葡萄牙常年名列前茅。家族第三代传承人 Angelo Machado 表示，自己也是“酿酒人”，

非常荣幸通过王为先生学习与了解中国酱酒文化。通过这次交流，他决定在近期携公司高管开展“中国酱酒之旅”回访，进一步了解中国白酒文化，并与酣客酱酒开展产业合作讨论。



酣客老王与 Angelo Machado 合影

Canning's 的杜松子酒被誉为“世界上最好的21款杜松子酒”之一。马德拉市经济部部长（丰沙尔市议会党领导人） Goncalo Pimenta 对酣客老王及团队高度重视，陪同 Canning's 家族第四代传承人 Pedro Reis 共同接待，并与酣客老王就杜松子酒的酿造工艺、原材料、文化等进行了深度交流。



酣客老王参访 Canning's 酒厂

马德拉朗姆酒销量第一的 Engenho Novo da Madeira 酒厂，董事长 Celso Olim 与国际产品经理 Eugenio Rodrigues 热情接待了酣客君丰团队。酣客老王在实地体验了朗姆酒、杜松子酒简单、粗犷的酿造过程后感叹道：“两三个月的酿造，便造就了一款世界级烈酒，中



▶▶ 酣客老王品鉴 Engenho Novo da Madeira 酒厂的朗姆酒、杜松子酒

国酱酒酿造 5 年，却迟迟走不出国门……”酣客老王表示，此行让他更加坚定了他的“中国梦”——“让全世界爱上中国酱酒，让全世界享受中国品质”。引领中国白酒走出国门，带领酣客酱酒在全球市场进行战略布局的信念与做法，已经在他心中渐渐成型。

Celso Olim 说：“王为先生展现出了推动全球烈酒交流的实干精神和责任担当，他带来

的很多企业经营思想，也为我们开拓市场带来了新的方向和动力！”

在 Madeira 岛最古老的酒庄之一 Blandy's Madeira 酒厂建于 1811 年，目前已成为 Madeira 岛葡萄酒酿造和销售规模最大的企业。家族第七代传承人 Chris Bender 与酣客老王就全球烈酒文化传播进行了热烈的讨论。

酣客君丰团队在 Chris 陪同下，共同参观了历史博物馆并品鉴了不同年份的 Madeira 老酒。酣客老王邀请 Chris 品鉴酣客酱酒，并讲述了酣客君丰的品牌发展路径与商业模式创新。Chris 表示，中国酱酒值得全球酒友共享，他从与酣客老王的对话中得到许多灵感，他表示，未来，他也会化身成为像酣客老王一样的“烈酒文化传播使者”，共同致力于推动东西方烈酒文化交流与共融。



▶▶ 酣客老王与 Chris Bender 讨论酣客“盲品十三式”

02 相信梦想的力量

被赞赏，不是偶然；被尊重，不是来自运气。

中国的酒业同行、国内外的广大酣亲，以及从各个媒体平台上关注着酣客老王一举一动的仁人志士、中国酒友们已经习惯于惊叹酣客酱酒在海外广受赞誉，甚至用中国白酒的品质实力与文化魅力，连连征服各界国际名流的奇迹。

然而，中国酱酒世界行的旅程一如“西游记”般艰难，辉煌的背后，更多的是那些彷徨、犹豫、纠结与波折，那些思辨、碰撞、探索与谋划，还有众多鲜为人知的艰难。

“让全世界爱上中国酱酒，让全世界享受中国品质”——这是酣客君丰自成立以来的企业使命。这样的初心与目标非常具有感染力，

也让很多人相信，酣客酱酒是一个自成立起，便志存高远、面向国际的新消费品牌。“新锐力量”成为“守品如命”之外酣客君丰最重要的代名词。

实际上，酣客君丰立下这样的企业使命，绝非偶然。既然选择了这样的使命，酣客君丰人便抱着九死不悔的心态，一直在前无古人的道路上创新与创造。

2013 年，酣客积极响应十八大号召，在新常态、供给侧改革的国策引领下走上高质量发展之路；首创木质包装，让白酒包装也同样进行品质升级，从传统防污标准率先走向了全面环保。

2014 年，酣客大力开展白酒文化体系创新，经过长期开发后，酣客首创的“拉酒线”、“看酒花”等酱酒封测认知体系开始在中国的酒桌上越传越广。九年间，国内外酣亲们自发进行



▶▶ 酣客木制包装



▶▶ 酣客“盲品十三式”之“拉酒线”

的上万场封测，让这套“盲品十三式”成为国民酱酒认知的启蒙导师。同年，酣客首创酱酒粉丝节“酣客节”，在文化体系的塑造上更进一步。迄今为止，千场酣客节帮助中国上百万消费者受益，成为酱酒专家，并开启了自己酣



▶▶ 酣客酒窖



▶▶ 酣客国际游学

畅的精彩人生。

2015年，首创酣客酒窖，创新了传统门店的建设形式。九年两千店开幕，酣客酒窖已然成为酱酒粉丝和酣亲后半生的生活平台与精神家园。



▶▶ 中国酣客节



▶▶ 国际友人参与酣客君丰“酱香之旅”



▶▶ 酣客老王的“洋徒弟”遍布全球

2017年，酣客国际游学开启，七年，数千位酣亲走出国门，游学全球酒企，更爱中国酱酒。同年，酣客老王全球收徒，向全世界传播酱酒文化。

2018年，酣客响应十九大大号召，加大实业投入，走上低调务实、重资产、深扎根、宽科技的“专精特新”之路。



▶▶ 酣客瓶盖艺术装置



▶▶ 酣客老王参访法国诺曼底 Calvados 烈酒博物馆

2019年，酣客开始筹备“酣客老王·全球巡回演讲”，无奈疫情阻隔，三年未能成行。

2023年，疫情刚刚结束，酣客君丰将“酣客老王·全球巡回演讲”升级为“主动传播酱酒文化，率先开拓全球市场”的“中国酱酒世界行”。

“中国酱酒世界行”，让全球酣亲见证了酣客酱酒的务实、开拓，和中国白酒的“孤勇者”的创新永恒，不惧独行。

这是一条“敢想、敢闯、敢干”的出海之路，一条“不等、不靠、不要”的改革之路，一条“唯实、扬长、奋斗”的发展之路。回看酣客君丰这一路走来，不断理清思路，重拾信心，出发，又一次出发。九年磨一剑，事实证明，酣客君丰想干事、能干事、干成事。

对于中国酒业来说，酣客君丰的启示与价值，在于贯穿其发展历程，体现在一个个如“中国酱酒世界行”般经典案例中的理念、路径与方法。助推民族产业复兴，践行高质量发展，是酣客君丰人共同的“中国梦”；以文化为旗帜走出国门，以共赢为目标促成合作，酣客君丰是先行者，是孤勇者，却也期待能有越来越多的同行者。

中国酱酒世界行，为什么行？——因为茅台镇，行！仁怀市，行！贵州省，行！中国的未来，行！

淄博围炉烧烤，不能只看热闹； 白酒“海外赶考”，为何水到渠成

文 / 石彦

前言：

从当前形势出发，对于拉动中国经济发展具有参考意义的，可能不只是“淄博烧烤”，还有“中国酱酒世界行”。

最近一个月来，淄博烧烤火出圈，迅速成为各路媒体和朋友圈中的顶流。与此同时，在国际舆论场上，尤其是在中国白酒界与欧洲烈酒界，一场围绕“中国酱酒世界行”的大讨论渐次展开。



▶▶ “中国酱酒世界行” 首站到访荷兰阿姆斯特丹

4月17日起，由中国酱酒新锐力量酣客君丰所引领的“中国酱酒世界行”跨越山海，历时28天，遍访欧洲各大酒厂庄园、行业协会及政府组织、华人商会，在海外所到之处遍地生根、开花结果，收获欧洲多国的酣客酱酒经销商，数百位酣客酱酒新粉丝，组建欧洲第一个分公司，更收获了全球著名酒企同行的赞誉。

低敏感时代，注意力金贵。热闹很快就会平息，能够持续发酵的话题与事件，背后往往有着更深层次的产业与文化逻辑。

聚焦当下，淄博烧烤现象的背后，是一场深层次的产业结构转型徐徐拉开的序幕，是遥望地平线时已经看得见桅杆尖头的一艘游船；“中国酱酒世界行”，则是一场民族特色物产与民族文化自信的全球赶考，也是暮春时节绿意倾颓后的第一声激越啼鸣。

01 中国人民需要淄博烧烤，全球酒友想要中国酱酒

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。

后疫情时代，在扩大内需与提振市场信心、激发市场主体活力的国策背景与经济发展要求之下，各个产业的“守正”与“创新”、“深耕”与“笃行”势在必行——淄博烧烤“城市名片”顺势亮相，酣客君丰“中国酱酒世界行”应运而生。

如果说，淄博烧烤热点的出现，唤回了全国人民对于疫前时代美好生活的记忆，重塑了新时期人民群众对美好生活的向往，那么酣客君丰率先出海，既响应了习近平新时代中国特色社会主义思想中“构建人类命运共同体”的理念，重新连接了受阻许久的中外经贸与文化交流，也积极回应了国际上对疫后中国酒类商品进出口情况的关切。

一个月时间，淄博烧烤“一串带火一城”；一个月时间，酣客酱酒“一瓶改观欧洲”。

作为近百年以来，中国酱酒第一次主动进行的全球认知传播，酣客君丰此行不为参展、不为评奖，所想所持的信念，就是向世界传播中国白酒千百年来的活态文化，讲述中国贵州

仁怀产区的酿酒传奇。

荷兰同行说：“中国酱酒世界行，让我们第一次看到了中国贵州酱酒的守品如命、坚守传统。酣客酱酒的产品主义、高感知文化、粉丝经济模型，是全球酒业的价值创新，形成了新的竞争力。”



▶▶ 酣客老王带领荷兰酒友体验“盲品十三式”

比利时同行说：“仁怀产区茅台镇的酱酒，让我们第一次理解了‘纯粮固态’和‘坚守农业文明’的酿造哲学，也让我们想要去中国贵州实地参访与学习。”



▶▶ 酣客老王向比利时布鲁塞尔烈酒协会负责人赠送伴手礼

法国同行说：“中国酱酒世界行，让我们第一次发现仁怀酱酒在工业设计方面的前瞻性已经超过了欧洲。中国酱酒世界行，带着中华



▶▶ 酣客老王参加法国巴黎“中国酱酒之夜”高端品鉴会

文明的和平、包容、大气，让法国酒友享受了来自中国的酣畅。”

西班牙同行说：“酣客酱酒，让我们第一次知道了中国白酒‘自生香’的奥妙，以及‘认知开创新渠道、体验创造新终端’的价值创新力量。”

葡萄牙同行说：“透过酣客的极客文化、“FFC”模式、社群方法论，我们收获了‘第四消费时代’的全新思维。欧洲烈酒企业必须向酣客学习创新，创造类似于酣客、属于我们



▶▶ 酣客老王与西班牙赫雷斯最大的雪莉酒厂负责人 Eugenia Herrera 深度交流

自己的烈酒体验与认知体系。”

此行，酣客老王领衔的酣客君丰团队在欧洲大陆上步步为营，用品质实力去证明，用真心诚意去打动，一国一城地深入走访，一场一会地细致讲解，一粉一友地耐心教学，一杯一盏地带领品鉴。

历史上白酒文化的国际式微，终于有所改观；曾经国际舆论场上对中国品质与中国品牌的质疑，逐渐消弭；对中国文化与精神的误读，正在一点一滴地被纠正与重塑。



▶▶ 酣客老王与葡萄牙 Blandy's Madeira 酒厂传承人 Chris Bender 讨论中国白酒文化

酣客君丰主动出海，不仅自带先进的产业理念与宏大的文化叙事，还把东方语汇融入到西方的语境之中，把自身的大发展、大变革带入到全世界的发展坐标系中，为欧洲以烈酒产业为典型的传统行业带来高质量发展的方法论；不仅在欧洲培养了中国品牌未来潜在的消费者、经销商与文化传播者，甚至还改变了全球对中国企业的刻板印象。

一如淄博烧烤带火的不只是经济，还改变了国内地方中小微企业的营商环境与社会风气；酣客君丰“中国酱酒世界行”向海外传递的不只是白酒的文化底蕴，还有包容的胸怀与善意，改观的不只是当下中国品牌的国际形象，还有面向未来中外企业之间的合作互信基础。

淄博烧烤立足当下，在无依之时崛起，让全中国人民神往；酣客君丰指向未来，在无人之境探路，让全天下酒友受益。

02 淄博烧烤的作业很难抄，酣客君丰的范式很好学

窥一斑而见全豹，观滴水可知沧海。

关于淄博烧烤事件本身，我们可以给出无数的解释，但重点还是要落在其独特性与唯一性。

中国作为美食大国，烧烤哪里都有。而淄博作为新旅游城市，率先用烧烤亮出了自己的“城市名片”，其他城市想要效仿学习，恐怕都需要因地制宜，把自己的地域特色乃至多重视角下的“唯一性”开发、彰显出来，寻求与淄博不一样的各自成功。

事实上，中国近年也出现了多个网红城市，形成了它们独特的品牌形象，有的从长远看，效益更好，更具可持续性。



▶▶ 酣客君丰坚守大曲坤沙传统酿造工艺



位于仁怀市名酒工业园区内的酣客君丰二厂

传承“独特性”，述说“唯一性”，恰恰也是酣客君丰“中国酱酒世界行”一路上虽然经历波折，却总能收获成功的重要原因。

于中国酱酒本身的酿造工艺而言，“固态法”发酵、“自生香”的特质、“四高两长”的酿造原理，从底层逻辑上就完全不同于世界其他品类的烈酒；从生产方式上来看，中国酱酒是世界上唯一还保留着农业文明生产形态，通过大量人力资源的使用来进行生产的烈酒，有着堪称全世界最难、最累、最慢、最贵的酿酒历程；从更底层的饮酒逻辑上来说，中国人喝酒往往与祭祖、祈福、节庆等精神寄托类活动相关，与情感、祝福、欢乐、追求、梦想有关。

不同之处在于，淄博烧烤这一现象级事件背后集中爆发的助推力量，更加验证了在新媒体时代下流量的造势功能，而“中国酱酒世界行”在海内外通过行走实践切实收获的影响力，更象征着长期主义的胜利。

实际上，“中国酱酒世界行”并不是出于

偶然或冲动，它诞生于酣客的初心，伊始于新时代中国民营企业的正心正念。百年酣客君丰，十年连续创新，回望来时路，酣客酱酒，一直在前无古人的道路上创新与创造。

2013年，酣客君丰响应十八大号召，在新常态、供给侧改革的国策引领下走上高质量发展之路；

2017年，酣客君丰开启国际游学，酣客老王全球收徒，并开始向全世界传播酱酒文化；



酣客老王的“洋徒弟”遍布全球



酣客瓶盖艺术装置

2018年，酣客君丰响应十九大号召，加大实业力度，走上低调务实、重资产、深扎根、宽科技的“专精特新”之路；

2023年，疫情刚刚结束，酣客君丰就将“酣客老王全球巡展”升级为主动传播酱酒文化，率先开拓全球市场的“中国酱酒世界行”——这场新时期中国白酒的“西游记”，是酣客君丰的厚积薄发。酣客君丰向内挖掘、向外探索的脚步从未停止。

对于酣客君丰自身而言，此行最大的价值

在于验证了长久以来酣客老王对于“白酒出海”问题总结出来的纾困办法；对中国白酒行业的发展来说，酣客君丰作为先行者，打破了长期以来中国酒业的发展焦虑，找到了中国酒业全球发展的全新路径；对全国经济发展的助力上，酣客君丰在坚守“国内大循环”的基础上，对“外循环”的可能性也进行了探索与实践。

无论取得了多少关注，好奇与流量终究只是名气的助推器。抛开光环，本质上，酣客酱酒是一瓶蕴藏了中国千百年酿造文明的好酒。

从满足需求到满足追求，从提供幸福生活的“需要”到创造全世界的“想要”，酣客酱酒为全世界酒友带来一瓶高品质的烈酒之余，也提供了一份来自中国民营企业的创新范式；把产品型贸易改进为文化型贸易，把资源与原料型物质出口改良为高理念附加值、高文化感染力的精神出口，酣客君丰为诸多陷在发展困境中的国内外传统企业，带来了一看就懂、一学就会的“重做”方法论。

意义之重大，影响之深远，显而易见。



酣客老王参访法国诺曼底 Calvados 烈酒博物馆



▶▶ 酣客老王与葡萄牙 Blandy's Madeira 酒厂第七代传承人 Chris 合影

03 首届国际酣客节亮相巴黎，海外华人华侨共饮酣客

问渠那得清如许，为有源头活水来。

5月5日，葡萄牙马德拉岛，酣客老王来到此次“中国酱酒世界行”最后一个受邀参访的酒厂，马德拉岛上最古老的酒庄之一 Blandy's Madeira，家族第七代传承人 Chris Bender 热情接待了酣客君丰团队。该酒厂建于1811年，目前已经成为马德拉岛葡萄酒酿造和销售规模最大的企业。

在与酣客老王的交流中，Chris 表示，自己从酣客老王的讲述中获得了许多灵感。他说：“未来，我也要化身成为像王为先生一样的‘烈酒文化传播’使者，致力于推动东西方烈酒文化交流与产业合作。”说罢，他向老王主动示意，

两人的手紧紧握在了一起，东西方两名酿酒人目光交汇时，眼中都闪烁着难掩的感动与激动。

“世界行”刚刚结束，酣客就又迎来了一次首创。在告别马德拉岛不久后，酣客老王便通过各大平台宣布：酣客酱酒全球巡展暨首届国际酣客节，将于当地时间5月11日在巴黎拉开序幕。

随着“中国酱酒世界行”团队走访了欧洲多国20多家酒厂庄园、烈酒协会、政府组织与华人商会，一路上的所见所闻，让酣客老王深刻地意识到，外国人并不像许多媒体宣扬的那样抗拒与抵触中国白酒，而是大多数人根本就没有机会接触和了解白酒，更没有机会学习与品尝白酒。

与此同时，酣客君丰团队每到一地，在酒厂参访时总会发现，国外的酒厂其实普遍都对中国的酱酒有着一定的基础了解与关注，而普通



▶▶ 法国诺曼底，国际友人在酣客老王带领下体验“盲品十三式”之“搓酒”

的外国民众在体验与领略了酣客首创的“盲品十三式”之后，也往往会发出由衷赞美与感叹。

不仅如此，在越来越多国际友人开始为中国酱酒着迷之时，也有大量海外华人对祖国的酱酒心生热爱与向往。

首届国际酣客节应运而生，首站便选在了海外华人最大聚居地之一的巴黎。对于具体的场馆选择，酣客君丰团队审慎考虑之后，来到法国巴黎11区的华人商圈“美丽城”，一家名为“幸福楼”的中餐馆。

这是一座著名而充满传奇色彩的地标式建筑，巴黎高端中餐厅的代表，更因历任法国总统都在这里招待中国的党政商界客人，而被称作“总统酒楼”，长此以往，幸福楼成为了东西方文化、法国政界和旅法华侨的交流平台。

幸福楼前，酣客老王回想起2014年第一届中国酣客节举办时的画面——那是一场只有寥寥数十人参加的集会，合影的人群中不乏稚童的身影，场地就搭在深圳石岩湖旁的一个大棚子里。

酣客从那时开始正式面世，也从那时开始，就再也没有停下过前进的脚步。那时的酣客老王，头顶是简易搭建的帐篷，背后是竿子支棱起来略显松垮的投影布，心里却装着不为人知的，宏大的远景目标。

从中国不知名小村庄走向世界浪漫之都的九年里，洒满了酣客人的汗水与泪水。而“巴黎酣客节”对酣客老王“让全世界爱上中国酱酒，让全世界享受中国品质”的“中国梦”而言，只是又一个起点。

幸福楼里，酣客老王向全球华人、国际友人发起号召，他说：“第一届国际酣客节，我诚挚邀请全球酒友与华人华侨相聚巴黎，共饮酣客，共同品鉴来自中国贵州仁怀产区的酱酒。在现场，我还将发布酣客酱酒品牌全球推广计划，希望大家能与我们共同见证这个里程碑式的时刻！”

对于开辟中外酒业产业合作、推动国际人文交流而言，中国酱酒世界行是一个好的开始，是摸着石头过河的那一块石头，也是中国白酒集体转型出海的新范例。

此行的所有支线，最终都收束在第一届国际酣客节上。这是所有宏大意义的最佳落脚点，也是酣客精神的最好注解——极致热爱，守品如命，拥抱国策，走向世界。

从“斗罢艰险又出发”到“踏平坎坷成大道”，从“行百里者半九十”到“通天大道宽又阔”，未来终有一天，当我们趟过千山万水，会发现那个改变时代的巨大转折，可能就发生在今天。

白酒“出海”新坐标——

首届国际酣客节亮相巴黎，酣客全球推广计划正式开启

法国·巴黎

对于开辟中外酒业产业合作、推动国际人文交流而言，中国酱酒世界行是一个好的开始，是摸着石头过河的那一块石头，也是中国白酒集体转型出海的新丰碑。

此行的所有支线，最终都收束在首届国际酣客节上。这是此行宏大意义的最佳落脚点，也是酣客精神的最好注解——极致热爱，守品如命，拥抱国策，走向世界。



首届国际酣客节巴黎绽放，白酒出海的“中国梦”又近了

文 / 和斌斌

前言：

一个白酒品牌从贵州仁怀茅台镇走向世界，需要付出怎样的努力？在中国白酒出海加速的当下，如何更有效地讲好符合国际传播语境的中国白酒文化故事？酣客君丰用历时月余的“中国酱酒世界行”以及一场“国际酣客节”给出了可参考的答案。

5月11日，“中国酱酒世界行”的收官之作“酣客酱酒全球巡展暨首届国际酣客节”登陆法国巴黎，在当地知名地标“幸福楼”圆满

举行。法国主流媒体欧洲卫视、华侨视频台对此次活动进行了全程报道，来自法国政界、经济界、文化界、学界、侨界及酒业等各界人士



酣客酱酒全球巡展暨首届国际酣客节



酣客君丰欧洲市场签约仪式

共饮酣客酱酒，感受中国酱酒的东方气韵与世界级品质。酣客君丰酒业创始人王为现场发布了酣客酱酒的品牌全球推广计划，并用一场饱含中华民族情的演讲《以“伟”为道》引发现场热烈反响，让酣客“守品如命”的价值理念在欧洲得到更广泛的关注与认同。

法国 Blanc Mesnil 市副市长 Karim Boumedjane，法曼尼国际酒业董事长、法国法中酒业协会主席、法国江西商会会长王亚青，法国国家铁路公司经济学家、现借调法国总理府战略与展望总署高级专家、中国旅法工程师协会前会长倪金城出席会议并致辞，为“中国酱酒世界行”取得的圆满成果表示祝贺，并为“国际酣客节”的成功举办送上鼓励与祝福。活动现场还举行了酣客君丰欧洲市场签约仪式，这意味着酣客酱酒正式在欧洲大陆扎根落户。

作为中外烈酒深度交流的盛宴，“首届国

际酣客节”是对“中国酱酒世界行”活动的回顾与总结，也是下一场“酣客酱酒全球巡展”之旅的开始，更是推动国际文化交流、启发中外烈酒产业深化合作、探索中国白酒出海新路径的一次成功实践，成果重大，意义深远。

01 极致品质惊艳巴黎，酣客酱酒一瓶难求

贵州好酒，仁怀腔调；茅台产区，酣客酱香。在活动现场，海外嘉宾一致赞叹一瓶难求的“中国味道”。活动尚未开始，各界嘉宾就已经在品鉴台前排起长队。晚宴结束后，现场用于品鉴的酣客酱酒全部空瓶，并且被嘉宾们带走收藏，尤其是“酣客珍品”和“酣客天酱”，因为酒瓶格外精美，第一时间被一抢而空。



法国法中酒业协会主席王亚青



法国国家铁路公司经济学家、现借调法国总理府战略与展望总署高级专家、中国旅法工程师协会前会长倪金城



法国巴黎 Blanc Mesnil 市副市长 Karim Boumedjane

法国法中酒业协会主席王亚青说：“王为带来的酣客酱酒，是全新理念的白酒，更适合融入国际市场。希望我们能携手把酣客酱酒推介到法国更多城市以及欧洲的其他国家去。”

法国巴黎 Blanc Mesnil 市副市长 Karim Boumedjane 主要负责文化方面的事务，他说：“我是中国的朋友，酣客君丰的成就让我非常震撼，真诚希望酣客酱酒进入法国市场，希望更多法国人品尝中国白酒，了解酣客酱酒。”

法国国家铁路公司经济学家、现借调法国总理府战略与展望总署高级专家、中国旅法工程师协会前会长倪金城说：“中餐已经融入法国社会，但中国美酒的引入才刚刚起步。今天这场国际酣客节，有特别重要的开创意义，所以特别值得赞扬。”他的观点引发了现场许多海外华人的共鸣。



欧洲卫视台长 Camille Chen 对酣客君丰创始人王为进行了深度专访

欧洲卫视是首家获得法国最高视听委员会许可证的法国华人电视台，在中法双语电视传播领域占主导地位。欧洲卫视台长 Camille CHEN 女士深耕中法金融、政界、商界及中法文化交流等领域，曾采访过法国总统马克龙。她得知中国企业家王为将再次来到法国的消息后，特地在“首届国际酣客节”举办前夕，对王为进行了深度专访，她表示：“同为华人，我为越来越多的成功优秀企业家们能带着中国故事走出国门、走向世界而深感自豪。”

法国华人进出口商会成立于 2001 年，是法国华侨与当地政府及国内侨务部门沟通的重要平台。此前，王为携“中国酱酒世界行”团队参访法国华人进出口商会时，商会会长黄小杰及执行会长黄学云都表示高度赞同酣客君丰的“重做”理念，黄学云会长尤其强调，当下海外华人也在进出口贸易上面临一定的难题，思考并实践“企业家重做与行业重做”，非常



酣客老王携“中国酱酒世界行”团队参访法国华人进出口商会

有必要。

此次国际酣客节现场氛围格外融洽、热烈，究其原因，离不开中华情结、民族品牌、极致品质这几个关键词：中国人渴望看到中国品牌出海；海外酿酒人发自内心地赞赏中国酱酒的品质；海外华人支持来自祖国的同胞举办的弘扬民族文化的高质量活动。

02 白酒出海酣客模式，民营企业创新实践

一粒高粱，会对一颗葡萄说什么？一瓶中国酱酒，会对法国干邑说什么？一个中国白酒品牌，会对世界说什么？

中国白酒产业的高质量可持续发展，是中国民族伟大复兴历史进程中的重要一环。中国白酒出海，则是中国品质立于世界品牌之林的重要见证。从北京到巴黎，要跨越 8500 公里的距离。让一瓶中国酱酒从中国市场走向世界，酣客君丰准备了 9 年。

酣客酱酒作为以品质为根本，以文化和创新为驱动的中国白酒新消费品牌，自创立之初就致力于将中国酱酒推向世界，始终把企业自身发展置于中国白酒行业发展及全球烈酒生态发展的坐标系中，踏实践行“让全世界爱上中

国酱酒，让全世界享受中国品质”的使命。在“白酒”出海的命题中，酣客率先出发，走出了不拘一格的模式与路径。

酣客君丰创始人王为在“首届国际酣客节”现场，用一场《以“伟”为道》的演讲，述说中国酱酒与中华文化的渊源，讲透中国酒文化与中国白酒产业，诠释酣客君丰的“守品如命”和“极致主义”，分享“重做中国白酒”的成功实践，力证酣客酱酒的世界级品质，擦亮中国贵州仁怀茅台镇的酱酒产区名片，绽放中国地方民营企业的活力与精彩。

这场演讲背后，是王为作为一个虔诚的中国酿酒人，带领酣客君丰以终为始奋力开拓的 9 年光阴。

在中国白酒市场，排名前十的白酒企业大部分都是国企，酣客君丰作为一家民营企业，不骄不躁，砥砺前行，始终如一地寻找着属于自己的差异化路径。用王为的话来说就是：“除



酣客君丰创始人王为演讲《以“伟”为道》

了酿酒，其他全部差异化，重做中国白酒。”

全人类对真善美有共同的追求，对品质与创新有共同的追求，对友好交流有共同的追求。王为认为，文化软实力是中国品牌走向世界的根与魂，他表示：“包括广大酱酒品牌在内，坚守中华文化的本真，中国品牌才能走得更远。”因此，从一开始，文化内核就深植于酣客品牌。



酣客君丰创始人王为演讲《以“伟”为道》

酣客君丰的前身是创始于 1879 年的余记烧坊，本身就是地道的老字号；2014 年，王为创立酣客品牌，并首创“FFC”商业模式，开发白酒封测体系，用全新的思维引领市场潮流，并于 2021 年正式与君丰酒业完成集团化重组，让这个老字号焕发新生。在原料选择、酿造工艺、窖藏时间、勾调方式上，酣客君丰都坚持采用最高成本的作业方式，为消费者提供超出预期的好产品和好体验。

在此基础上，酣客君丰还以前瞻的思维和领先的创新理念，从产品开发、服务、包装设计、经营渠道、商业模式等各个方面，注入酣客文化的灵魂。这才有了企业与品牌的异军突起，才有了日益壮大的忠实“酣亲”与粉丝群体，才有了成为中国酒业“隐形冠军”的软硬实力。

王为说，“在过去，中国企业追求做大做强，但在需求下降的今天，企业想要成功，需要思考如何先人后己，如何成人达己。”换句话说，

企业要在做好产品的同时，肩负起社会责任，比如以身作则传承老字号的酿造工艺与文化，比如积极向全世界传播中国白酒文化，帮助更多中国品牌探索出海之路，这都是酣客君丰眼中的社会责任。正是因为拥有如此的胸怀与视野，让王为在业内外不断收获新朋友。

首届国际酣客节举办之前，在历经 28 天的“中国酱酒世界行”旅程中，甚至在自 2017 年开始，酣客持续举办多年的国际游学活动中，就已经有越来越多的欧洲酿酒家族企业和行业媒体开始关注王为这位富有传奇色彩的中国企业家。在这些海外酿酒人及媒体人眼中，这位集白酒酿造专家、作家、烈酒收藏者等多重身份为一体的企业家，目光敏锐，视野开阔，且极富开拓精神。

Remy·Boinaud 先生是法国干邑地区知名的 Boinaud 家族的第 24 代传承人。这位富有创新精神的酒企继承人了解到酣客酱酒的酿造工艺时，马上大胆提出：“我们的蒸馏器可以蒸馏葡萄和麦芽，当然也可以蒸馏高粱，我希望将来能在我们的工厂生产中国白酒。”



酣客老王与 Boinaud 家族第 24 代传承人 Remy·Boinaud 合影

Alexis 先生是法国干邑区知名酒庄 Croizet 的第六代传承人。他在不久前因“中国酱酒世



酣客老王与 Croizet 酒庄第六代传承人 Alexis 合影

界行”结识王为之后，一见如故、引为知己。此次国际酣客节举办前夕，他专程驱车 5 个多小时赶往巴黎，带着精心挑选的酒礼与王为约见并共话佳事，还作为嘉宾参加“首届国际酣客节”并盛赞酣客品质，再续中法两国酿酒人的情谊。

酣客君丰，作为心系中华民族产业复兴的新商业模式探索者，也是无数中国民营企业勇于创新，奋发图强的缩影。“中国酱酒世界行”向海外传递的不只是中国白酒的文化底蕴，还有包容的胸怀与善意；“酣客酱酒全球巡展”与“首届国际酣客节”所带来的影响，不只是消弭了欧洲市场对中国白酒的陌生与误读，更进一步地展示了中国民营企业扎根务实、勇于创新、积极合作的姿态与形象。酣客酱酒，不止是酒，更是联通中外，为中国白酒发声、为中国酒文化正名的使者。

推动文明互鉴，经贸互助；促进企业互信，

民心互通——此次“首届国际酣客节”的圆满举行于中外酒业合作交流事业而言，不是句号，而是分号。在构建人类命运共同体的理念照耀之下，“中国酱酒世界行”是一场大道之行，不仅势在必行，还将在不久的将来持续前行；作为先行者的酣客君丰将坚持正心诚意，蓄势谋远；也期待着有更多中外酒业有志、有识之士，加入到这场中外酒业史诗级的对话中，携手同行。

新媒体发力，引全民热议

多维度叙事手段，
助力贵州酱酒浸润式文化传播

近期，在国际舆论场上，尤其是在中国白酒界与欧洲烈酒界，一场围绕“中国酱酒世界行”的大讨论渐次展开，迅速成为各路媒体和朋友圈中的“顶流”。

由酣客君丰引领的“中国酱酒世界行”，除了在欧洲各国实力圈粉之余，也通过各种媒介吸引了大量国内外网友的关注。从酣客老王卡通形象 IP 及主题设计图公开，到各新媒体平台上纪录片、短视频的接连发布，中国酒友们在自发传播之余，更为中国品牌与中国品质感到骄傲。

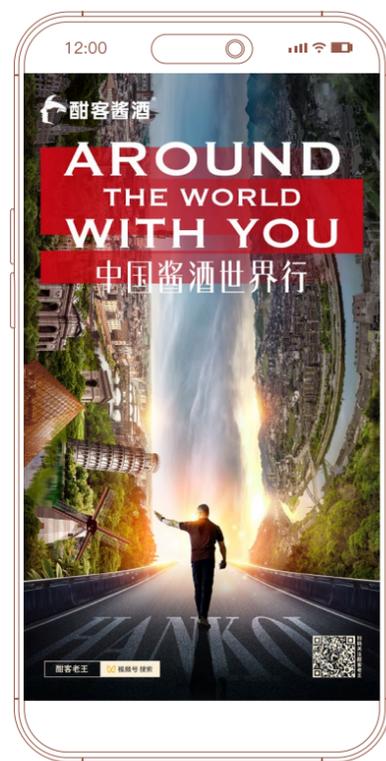
新媒体



为匹配中国酱酒世界行海内外传播需求，在平面设计方面，酣客君丰进行了主视觉海报、专属 Icon、世界行主题旗帜、酣客老王动漫 IP、预告海报、微信公众号交互图文内容，以及外文版本的“盲品十三式”、企业介绍折页、《守品如命》大画册等内容的设计配套。

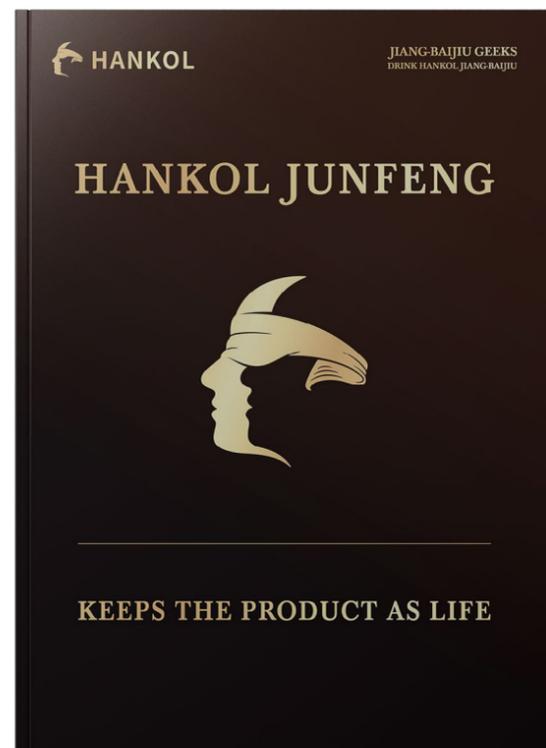
AROUND THE WORLD WITH YOU 中国酱酒世界行

专属 Icon



主视觉海报

酣客老王动漫 IP



《守品如命》大画册 - 海外版



企业介绍折页 - 海外版

预告海报



《盲品 13 式》手册 - 海外版



第 1 式 - 捻酒



第 2 式 - 搓酒



第 3 式 - 拉酒线



第 4 式 - 看酒花



第 5 式 - 水检法



第 6 式 - 火检法



第 7 式 - 空杯留香



第 8 式 - 摇杯闻香



第 9 式 - 抿咂呼



第 10 式 - 安全环保包装



第 11 式 - 眠感



第 12 式 - 煮酒见糊



第 13 式 - 拆酒为云

微信公众号交互图文内容

HANKOL JIANGJIU

世界 4/23 周日 读书日 WORLD READING DAY

读懂酣客酱酒

中国酱酒世界行 与酣客共远行

盲品 13 式 你要不要来Pick一下?

酣客首创“酱酒认知体系”，并推广拉酒线、看酒花、看挂杯等 13 种盲品方法，确立“国民饮酒健康标准”，推广科学的白酒鉴别方法，传播正确健康的白酒文化。

第 1 式 捻酒

第 2 式 搓酒

第 3 式 拉酒线
黏滑稠润
倒酒时，缓抬酒瓶拉出酒线，酒线细长而不断、酒体老熟粘稠的，为好酒。

第 4 式 看酒花

第 5 式 水检法

第 6 式 火检法

第 7 式 空杯留香

第 8 式 摇杯闻香

第 9 式 抿咂呼

第 10 式 安全环保包装

第 11 式 眠感

第 12 式 煮酒见糊

第 13 式 拆酒为云

6 大酱酒品类

- 高端商务酱酒
- 喜庆酱酒
- 国民酱酒
- 珍稀酱酒
- 艺术酱酒
- 收藏型酱酒

文心臻品

酣

酒文化传播方面，酣客开创了酱香之旅、酒窖封测、海外游学、品鉴会、酣客节 5 大认知体系，以高频、深层的文化活动培育粉丝、服务粉丝，传播酱酒文化认知。

酣客酱酒认为白酒最大的社会意义不是做大做强，而是国民精神：

让一个民族的中年人少喝酒、健康喝、理性喝、不酗酒、不颓废、不酒后发疯、不怨天尤人、不对社会消极。

并通过健康饮酒，促进自身热爱生活、创造幸福、增加乐趣、善待社会、弘扬人性的光辉。

这些都是对传统文化中“尊自然”“顺人类”“思无邪”“敦厚靠谱”“尖物实价”等思想精髓的传承与发扬。

5 大认知体系

酱香之旅	酒窖封测	海外游学	品鉴会	酣客节
------	------	------	-----	-----

视频号 抖音 快手 | 酣客老王 & 酣客君丰小芳 & 酣客君丰

中国酱酒世界行，引发了中国白酒圈的大讨论。【酣客老王】、【酣客君丰小芳】和【酣客君丰】视频号发布的中国酱酒世界行系列视频被全网刷屏，累计播放量 500w+、点赞数 20w+、转发量 10w+、收藏量 5w+。

《中国酱酒隐藏的健康属性》

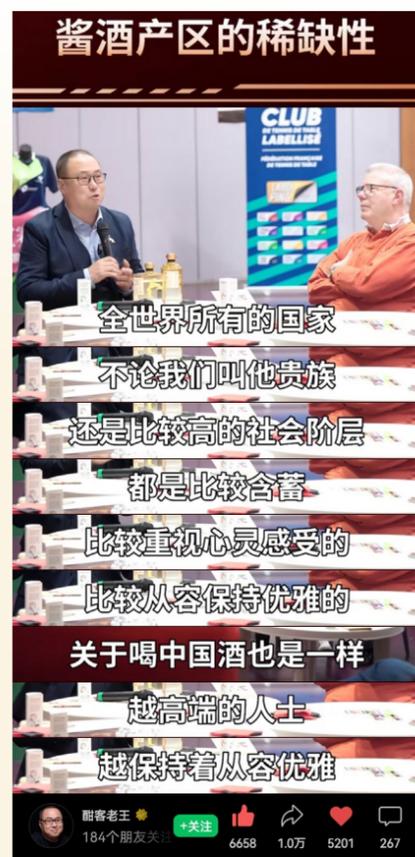
健康饮酒，以酒传善。法国诺曼底，酣客老王向法国友人介绍中国酱酒独特的健康属性。以“小口慢啜”为基础开发的中国酱酒健康饮用方式，让全球酒友共同享受中国品质！



《酱酒产区的稀缺性》

“全世界的酒友，品饮高端烈酒时都很重视心灵上的享受。”

法国诺曼底，酣客老王与法国各界精英人士探讨东西方高端烈酒爱好者的品饮共性，并讲述了中国仁怀产区酱酒高品质、高价值的核心原因——“产区更小、工艺更繁、原料更贵、成本更高”，因而“物有所值”。



酣客君丰高远的全球视野和深厚的文化底蕴，就是贵州酱酒全球传播的底气所在。以弘扬中国白酒文化为己任，让全世界爱上中国酱酒，让全世界享受中国品质——酣客老王在路上。

《“洋徒弟”品酱酒五味》

谁说老外不喝中国酱酒、不懂中国酱酒……只要有人教，他们兴趣盎然。酣客老王言传身教，亲自示范如何品出中国酱酒的酸甜苦辣涩，让“洋徒弟”们认识它、爱上它、享受它。



《酣客酱酒疯狂圈粉法国主流精英》

酣客老王赴巴黎 Hard Rock 出席“中国酱酒之夜”。在酣客老王的引领下，来自法国金融界、商界、电影界、时尚界的社会名流，现场学习中国酱香型白酒的品鉴方法“盲品十三式”。来自贵州的“酣客酱酒”在世界浪漫之都，成功圈粉法国主流精英！



传统媒体压阵 构建中外媒体传播矩阵

连续新闻报道展现“中国酱酒世界行”全貌

此行，酣客君丰团队收获超过 70 位海外商界、侨界、媒体界等人士热情相助，在传统媒体与网络社交媒体的立体传播下，影响力触达 1500 万+ 国内人群和 10 万+ 海外人群。超过 80000 字的行程笔记、人物访谈对活动进行了全记录，总字数超过 50000 字的 15 篇连续新闻报道与中外媒体发文，展现了全面、真实、立体的“中国酱酒世界行”全貌。



媒体报道



Wang Wei de passage avec une délégation de la société Hankol

文 / Patrick Pellerin

Actualité

LE JOURNAL D'ELBEUF
JEUDI 27 AVRIL 2023
actua.1@le-journal-d-elbeuf 14

SAINT-PIERRE-LÈS-ELBEUF.

Wang Wei de passage avec une délégation de la société Hankol

Neuf ans après être reparti dans son pays, le pongiste chinois Weijing Guan était vendredi soir et pour deux jours de retour à Saint-Pierre-lès-Elbeuf où il a été accueilli à bras ouverts par l'Entente Saint-Pierraise, le club qui l'a accueilli durant huit ans.

Aujourd'hui âgé de 36 ans, Weijing Guan, qui n'a pas pris une ride, était ravi de retrouver les visages amis de Nicolas Capron – aujourd'hui médecin à Dieppe et qui a fait l'aller et retour – Andrej Jakubowicz, Clément Levitre, Amirouche Ramtani, Eugen Simulescu, Karim Boumedouha ou encore Luc Paris.

Premier voyage commercial depuis la Covid

Il n'était jamais revenu en France, au contraire du chef de délégation, Wang Wei. Après avoir réussi dans l'immobilier, celui-ci a racheté la société Hankol - basée à Renhuai (province de Guizhou) et spécialisée dans le négoce des alcools (vins et spiritueux) - il y a treize ans par amour pour les alcools et il y d'ailleurs écrit un livre sur le sujet l'an passé) et l'a fait prospérer. Il est déjà venu à de nombreuses reprises en Europe et en France, un pays qu'il adore mais c'est la première fois depuis la Covid-19.

Atterri le 17 avril à Amsterdam, la délégation de sept personnes redécollera pour la Chine le 10 mai de Milan après trois

semaines de prospection bien chargées aux Pays-Bas, en Belgique, en France, au Portugal, en Espagne et en Italie. En France des rencontres sont prévues avec des producteurs de Calvados, d'Armagnac, de Cognac et de Bordeaux.

Wang Wei, qui n'écarterait pas l'idée d'investir dans des marques européennes, voire d'en racheter, profite également de ce voyage pour faire découvrir les spiritueux chinois et notamment celui que fabrique sa société, afin d'apporter de nouveaux choix aux buveurs et offrir de nouvelles opportunités de coopération dans ce domaine entre la Chine et l'Europe.

« Pionnier de la coopération et des échanges culturels entre les industries chinoises et étrangères des spiritueux, ainsi que le « leader » de l'industrie de spiritueux chinoise à l'étranger, Wang Wei insiste vraiment pour faire des affaires, apporter du baijiu chinois de haute qualité aux buveurs européens et « aider grandement le commerce des spiritueux entre la Chine et les pays étrangers », confie Weijing Guan, qui faisait office d'interprète.



Des joueurs de l'ESPTT vont-ils bientôt se rendre à Pékin ? L'invitation a été lancée.

Ayant longtemps étudié la technologie des alcools chinois, Wang Wei est non seulement un maître du brassage de Maotai (Jiang alcool) mais également compétent dans la technologie et l'origine culturelle des princi-

aux spiritueux chinois et étrangers. C'est également un promoteur de la culture de la boisson saine. Il a plus de 150 000 fans en Chine et des fans dans près de vingt pays à travers le monde. En visitant les pays européens, il

souhaite transmettre le concept de consommation saine aux buveurs du monde entier.

Un dirigeant passionné et passionnant

En Chine, Wang Wei est

salué par les buveurs comme le Chinois qui comprend le mieux la culture baijiu. L'amusante méthode de dégustation de spiritueux « Treize façons de goûter » qu'il a lui-même créée et présentée vendredi soir à la salle Calmat, se montrant aussi passionnant que passionné, est devenue une scène classique dans les rassemblements chinois.

C'est devenu un sujet de discussion pour les gens, communiquer et ainsi favoriser l'implantation d'une nouvelle culture des tables à vin chinoises.

Autant dire que l'étape saint-pierraise constituait une respiration dans cet intense agenda. « Ici, c'est la vraie vie », a d'ailleurs constaté Wang Wei en arrivant dans la « Ville à la campagne », après avoir remarqué que Paris n'est guère différent de Pékin et de la Chine et que « les gens courent partout ! »

Ravi de l'accueil qui lui a été réservé par les responsables de l'ESPTT, Wang Wei a assuré Patrick Pormentier de son concours : « Si je peux faire chose pour le club, je le ferai ». Dans l'enthousiasme, il a même invité des membres de l'ESPTT à venir à Pékin.

"Hankol Wang Wei, in de gedaante van een ambassadeur van de Chinese Baijiu-cultuur, roept op tot versterkte gezamenlijke communicatie tussen wereldwijde sterke drankmerken."

文 / Ryan

Vanaf half april reisde een groep oosterse wijnmakers in enkele dagen door meer dan tien steden in vijf Europese landen, bezocht diverse kleine en grote wijnhuizen en verenigingen, en leidde tot een levendige discussie in de hele Europese drankmarkt en wijnindustrie verenigingen. Ze waren de oprichters van het opkomende Chinese Baijiu-merk Hankol Jiang Jiu, Wang Wei en zijn team. Onlangs heeft het

"Chinese Jiang Jiu World Tour", dat is geïnitieerd door het nieuwe opkomende Baijiu-merk Hankol, opmerkelijke vooruitgang geboekt.

De oprichter van Hankol Jiang Jiu, Wang Wei, en zijn team bezochten vele bekende wijnhuizen en -fabrieken in regio's zoals Amsterdam, Brussel, Parijs, Normandië, Cognac, Jerez, Setúbal in Portugal en Madeira, en voerden diepgaande discussies over onderwerpen zoals



酣客君丰团队到访雅文邑酿造规模最大的酒厂 Hauts De Montrouge



酣客老王

de cultuur van sterke drank in Centraal-Europa, productietechnieken en smaken van sterke dranken. Wang Wei, oprichter van Han Ke Jun Feng, diende als ambassadeur van de Chinese Baijiu-cultuur en bracht Han Ke Jiang Jiu uit Renhuai, Guizhou, met de oprechtheid van Chinese ondernemers, en met respect voor Europese sterke drankmerken, gebruikte hij Chinese Jiang Jiu als een band van vriendschap om over de hele wereld te reizen.

Tijdens deze langdurige culturele uitwisseling van sterke drank tussen het oosten en het westen, maakten Europese wijnliefhebbers uit verschillende landen voor het eerst kennis met en proefden ze de Chinese Baijiu van Han Ke Jiang Jiu en leerden ze meer over de Chinese wijn- en cultuurgeschiedenis. Bovendien heeft Han Ke Jiang Jiu, met de missie "laat de wereld van Chinese Jiang Jiu houden en de wereld laten genieten van Chinese kwaliteit", sterke steun en reacties van beroemdheden en wijnliefhebbers van over de hele wereld ontvangen in de verspreiding van gezonde manieren om sterke drank te drinken.

In een beperkte tijd bezocht Wang Wei de bekendste sterke drank producerende gebieden in Europa. Hij begon met het bezoeken van bekende sterke drankbedrijven, het uitwisselen van commerciële en culturele informatie met

familie-erfgoed van grote wijnhuizen, en bracht managementmethodologie van uitstekende particuliere bedrijven uit Renhuai, Guizhou naar Europese wijnbedrijven in productontwerp, merkpromotie en markuitbreiding.

Op 26 april gaf Wang Wei voor de tweede keer een les over productontwerp aan de familie Boinaud, de eigenaren van 's werelds grootste distilleerderij van cognac, en aan het management van het bedrijf. Hij sprak over productontwerp, marktontwikkeling en merkcommunicatie, en gebruikte de productiemethodologie van 'extrem perfectionisme' uit China als voorbeeld, in combinatie met de groeiprestaties van de Hanke-cognac, die in 7 jaar met een factor 400 is gegroeid. Remy zei in een interview: "Wang Wei's les heeft ons nieuwe inzichten gebracht."

Zoals de grote Europese sterke drank merken zeer veel belang hechten aan de herkomst, hecht ook China veel waarde aan de herkomst en het brouwproces van Baijiu. In China is er een gezegde: "De beste Chinese wijn komt uit Guizhou, en de beste wijn uit Guizhou komt uit Renhuai".

In de categorie van de Chinese Baijiu, van grondstofselectie tot brouwproces en opslagmethoden, is de smaak van de sauzen de beste; en binnen de categorie van de sauzen is de kwaliteit van de sauzen van Maotai Town in Renhuai City, Guizhou Province, de beste omdat Maotai Town een uniek geografisch voordeel heeft en de micro-omgeving voor het kweken van micro-organismen voor het brouwen van wijn gedurende duizenden jaren is ontstaan en niet kan worden vervangen of overtroffen.

Wang Wei is niet alleen een ondernemer, maar ook een wijnmaker die veel belang hecht aan kwaliteit. Hij draagt de missie van het behoud van de Chinese brouwtraditie van sauzen en



酣客君丰团队到访雅文邑酿造规模最大的酒厂 Hauts De Montrouge

het promoten van Chinese sauzenmerken en presenteert de naamkaart van Chinese sauzen aan de wereld. Hij hoopt meer hoogwaardige sauzenmerken te helpen uit Renhuai en Guizhou te komen en de wereld in te gaan.

Wang Wei is van mening dat China een geschiedenis van meer dan 5000 jaar heeft en dat Chinese Baijiu getuige is van de geschiedenis en cultuur van China en een medium is voor internationale uitwisseling. Kwalitatief hoogwaardige Chinese sauzen kunnen de kampen van sterke drankmerken over de hele wereld sterker en kleurrijker maken. Hij roept op tot meer culturele uitwisselingen om sterke dranken uit verschillende landen over de hele wereld te promoten. Hij hoopt niet alleen

dat vrienden over de hele wereld Chinese Baijiu lekker vinden, maar ook dat China meer hoogwaardige sterke dranken uit de hele wereld kan leren kennen en verwelkomen. Wang Wei hoopt dat uitstekende Europese sterke drankmerken naar China kunnen komen om te bezoeken.

In de komende reis zal Wang Wei andere landen in Europa blijven bezoeken, de smaak en het proces van sterke dranken uit het oosten en het westen uitwisselen, de impact van Europese sterke drankmerken te ontrafelen en nadenken over de weg en manieren voor sterke dranken uit het oosten en het westen om wereldwijd samen te werken.

法国华人卫视 深度采访酣客君丰创始人王为

文 / 欧视



欧洲卫视台长 Camille Chen 对酣客君丰创始人王为进行了深度专访

当地时间 5 月 10 日上午，欧视 Camille 女士对中国优秀企业家及“中国酱酒世界行”发起人王为先生充满敬仰与好奇之心，特邀请王为先生进入欧洲卫视演播厅录制“优秀企业家深度专访”栏目。

王为在采访中深入阐释了酣客君丰的发展模式和企业理念，并分享了“让全世界爱上中国酱酒，让全世界享受中国品质”的企业使命观。酣客君丰不仅打造白酒新认知，传播中国白酒新文化，并且致力于为世界奉献一杯酱酒，让中国酱酒走向国门，对中国酒文化进行发声，

让全世界见证仁怀酱酒的美妙，感受中国白酒的博大精深。

Camille 女士表示，同为华人，自己也为越来越多的中国优秀企业家走向国门、走向世界感到自豪。

欧视集团是一家根植法国、辐射欧洲、促进中欧文旅交流的电视商业集团。旗下欧洲卫视是首家获得法国最高视听委员会许可证的法国华人电视台，也是面向欧洲的主流电视台，在中法双语电视传播领域占主导地位。

首届国际酣客节绽放法国巴黎

文 / Camille Chen

前言：

一粒高粱，会对一颗葡萄说什么？一瓶中国酱酒，会对法国干邑说什么？一个中国白酒品牌，会对世界说什么？

当地时间5月11日，酣客酱酒全球巡展暨首届国际酣客节巴黎站亮相巴黎幸福楼，现场嘉宾争相品鉴来自中国的酣客酱酒，赞叹一瓶难求的“中国味道”。

现场，酣客君丰创始人王为，用一场《以“伟”为道》的演讲，述说中国酱酒与中华文

化的渊源，讲透中国酒文化与中国白酒产业，诠释酣客君丰的“守品如命”和“极致主义”故事，分享了“重做中国白酒”的成功案例，证明了酣客酱酒的世界级品质，擦亮了贵州仁怀茅台镇的酱酒产区名片，绽放了中国地方民营企业的活力与精彩。



酣客酱酒全球巡展暨首届国际酣客节现场合影



法国巴黎 Blanc Mesnil 市副市长 Karim Boumedjane



法国法中酒业协会主席王亚青



法国国家铁路公司经济学家、现借调法国总理府战略与展望总署高级专家、中国旅法工程师协会前会长倪金城

法国巴黎 Blanc Mesnil 市副市长 Karim Boumedjane，法国法中酒业协会主席王亚青，法国国家铁路公司经济学家、法国总理府战略与展望总署高级专家倪金城，作为特邀嘉宾为这场盛会致辞，给予鼓励，也送上祝福。

4月起，由中国酱酒新锐力量酣客君丰所引领的“中国酱酒世界行”跨越山海，历时多日，遍访欧洲各大酒厂庄园、行业协会及政府组织、华人商会，在海外所到之处遍地生根、开花结果，收获欧洲多国的酣客酱酒经销商，数百位酣客酱酒新粉丝，组建欧洲第一个分公司，更收获了全球著名酒企同行的赞誉。

作为中外烈酒深度交流的盛宴，“首届国际酣客节”是对“中国酱酒世界行”活动的回顾与总结，也是下一场“酣客酱酒全球巡展”之旅的开始，更是推动国际文化交流、启发中欧烈酒产业深化合作的一次成功实践。

人民热视网 - 人民热视网, 人民热视网

PEOPLES HOTLINE NETWORK

首页 财经 体育 国内 女人 社会 娱乐 教育 互联网 科技

当前位置: 首页 > 国内 > 正文

白酒出海加速:中国酱酒世界行揭开序幕!

来源: 发布时间: 2023-04-19

前言:出发了!睽违三年,酣客老王再度率团出访欧洲,开展中国酱酒与世界烈酒的正面交锋与全面对话。

让全世界爱上中国酱酒,让全世界享受中国品质。在“白酒出海”的议题先后登上地方与全国两会并愈演愈烈之时,在“白(酒)洋(酒)之争”逐渐成为各大社交媒体及短视频平台的火爆话题时,酣客君丰静悄悄地搞了个大动作——携中国酱酒出海,走访各国酒厂。

在与西方名酒的交锋与交流中,用中国传统文化体系中的语汇与叙事,向全世界酒友展现全面、真实、立体的中国白酒形象,为中国白酒强诱正名,彰显中华民族文化自信。



要闻 业界 科技 财经 地产 区域报 综合 资讯

商业日报网 www.guang.com > 综合 >

白酒出海加速:中国酱酒世界行揭开序幕!

时间: 2023-04-19 15:30:17 来源: 中国焦点日报网

前言:出发了!睽违三年,酣客老王再度率团出访欧洲,开展中国酱酒与世界烈酒的正面交锋与全面对话。

让全世界爱上中国酱酒,让全世界享受中国品质。在“白酒出海”的议题先后登上地方与全国两会并愈演愈烈之时,在“白(酒)洋(酒)之争”逐渐成为各大社交媒体及短视频平台的火爆话题时,酣客君丰静悄悄地搞了个大动作——携中国酱酒出海,走访各国酒厂。

在与西方名酒的交锋与交流中,用中国传统文化体系中的语汇与叙事,向全世界酒友展现全面、真实、立体的中国白酒形象,为中国白酒强诱正名,彰显中华民族文化自信。



2023年4月17日上午,北京首都国际机场,几抹高粱红映入航站楼。伴随着熹微晨光,行李箱上酣客君丰独特的金黄色双人脸标志,折射着缕缕光辉。

国际 国内 军事 财经 科技 汽车 娱乐 博览 更多 >

白酒出海加速:中国酱酒世界行揭开序幕!

2023-04-20 09:15 中国网

让全世界爱上中国酱酒,让全世界享受中国品质。在“白酒出海”的议题愈演愈烈之时,在“白(酒)洋(酒)之争”逐渐成为各大社交媒体及短视频平台的火爆话题时,酣客君丰静悄悄地搞了个大动作——携中国酱酒出海,走访各国酒厂。

在与西方名酒的交锋与交流中,用中国传统文化体系中的语汇与叙事,向全世界酒友展现全面、真实、立体的中国白酒形象,为中国白酒强诱正名,彰显中华民族文化自信。



白酒出海加速:中国酱酒世界行揭开序幕!

推荐城市-遵义 2023-04-19 10:34 +打赏

前言:出发了!睽违三年,酣客老王再度率团出访欧洲,开展中国酱酒与世界烈酒的正面交锋与全面对话。

让全世界爱上中国酱酒,让全世界享受中国品质。在“白酒出海”的议题先后登上地方与全国两会并愈演愈烈之时,在“白(酒)洋(酒)之争”逐渐成为各大社交媒体及短视频平台的火爆话题时,酣客君丰静悄悄地搞了个大动作——携中国酱酒出海,走访各国酒厂。

在与西方名酒的交锋与交流中,用中国传统文化体系中的语汇与叙事,向全世界酒友展现全面、真实、立体的中国白酒形象,为中国白酒强诱正名,彰显中华民族文化自信。



2023年4月17日上午,北京首都国际机场,几抹高粱红映入航站楼。伴随着熹微晨光,行李箱上酣客君丰独特的金黄色双人脸标志,折射着缕缕光辉。

这是一趟注定载入中外酒业历史的行程。

china.com 当前位置: 商业快讯 > 正文

布鲁塞尔烈酒协会热情接待酣客老王, 原定半小时会晤变成3小时

2023-04-21 19:31:54 来源: 今晚在线

2023年4月19日,酣客老王携“中国酱酒世界行”团队,开启第二站行程:比利时布鲁塞尔烈酒协会(简称BDA)。

作为世界最著名的葡萄酒大赛——布鲁塞尔国际葡萄酒大赛(CMB)发起者,BDA成立于20世纪初,为当地烈酒生产商与烈酒爱好者自发组成的非盈利组织。其宗旨是促进当地烈酒业,提高其在国内外市场的知名度和竞争力,并传承和保护烈酒生产的传统和技艺。



图 酣客老王携团参访布鲁塞尔烈酒协会

17 5月, 2023 Latest News | “案例载体—活动导向”的翻转课堂

中国青年日报

Home | 布鲁塞尔烈酒协会热情接待酣客老王, 原定半小时会晤变成3小时

标题: 布鲁塞尔烈酒协会热情接待酣客老王, 原定半小时会晤变成3小时

2023年4月19日,酣客老王携“中国酱酒世界行”团队,开启第二站行程:比利时布鲁塞尔烈酒协会(简称BDA)。

作为世界最著名的葡萄酒大赛——布鲁塞尔国际葡萄酒大赛(CMB)发起者,BDA成立于20世纪初,为当地烈酒生产商与烈酒爱好者自发组成的非盈利组织。其宗旨是促进当地烈酒业,提高其在国内外市场的知名度和竞争力,并传承和保护烈酒生产的传统和技艺。



图 酣客老王携团参访布鲁塞尔烈酒协会

环境周刊网 首页 观察 财经 关注 经济 科技 汽车 热点 文化

您现在的位置: 首页 > 资讯 >

布鲁塞尔烈酒协会热情接待酣客老王, 原定半小时会晤变成3小时

来源: 实况网 时间: 2023-04-23 14:57:06

2023年4月19日,酣客老王携“中国酱酒世界行”团队,开启第二站行程:比利时布鲁塞尔烈酒协会(简称BDA)。

作为世界最著名的葡萄酒大赛——布鲁塞尔国际葡萄酒大赛(CMB)发起者,BDA成立于20世纪初,为当地烈酒生产商与烈酒爱好者自发组成的非盈利组织。其宗旨是促进当地烈酒业,提高其在国内外市场的知名度和竞争力,并传承和保护烈酒生产的传统和技艺。



布鲁塞尔烈酒协会热情接待酣客老王, 原定半小时会晤变成3小时

澎湃在线 2023-04-21 18:21 福建 关注

2023年4月19日,酣客老王携“中国酱酒世界行”团队,开启第二站行程:比利时布鲁塞尔烈酒协会(简称BDA)。

作为世界最著名的葡萄酒大赛——布鲁塞尔国际葡萄酒大赛(CMB)发起者,BDA成立于20世纪初,为当地烈酒生产商与烈酒爱好者自发组成的非盈利组织。其宗旨是促进当地烈酒业,提高其在国内外市场的知名度和竞争力,并传承和保护烈酒生产的传统和技艺。



这瓶酱酒，打开世界了解中国白酒的另一扇窗

打造酒业第一媒体 酒业家 2023-04-21 18:34 发表于湖北

点击上方蓝字可关注我们

酒业家®

300万酒业总裁的经营参考



当地时间4月19日，法国巴黎的顶级餐厅Hard Rock里，一场别开生面的“中国酱酒之夜”高端品鉴会正在进行。来自法国金融界、商界、电影界、时尚界的名流精英齐聚一堂，共同商讨中法烈酒文化交流、市场拓展及产业合作相关问题。

期间，在酣客酱酒创始人王为的带领下，来自法国的嘉宾们现场学习了中国酱香型白酒的品鉴法“盲品十三式”。伴随着“拉酒线”“看酒花”“抿酒”“拆酒为云”等招式的上演，现场气氛达到了高潮，人群中不时爆发出惊呼与喝彩。来自中国贵州仁怀产区的酣客酱酒在世界浪漫之都，接连圈粉法国主流精英。

经济新闻网 请输入关键词搜索

头条 头条 国内 国际 经济 娱乐 教育 汽车 运动 互联网 资讯 财经 科技 快讯

法国巴黎开启中国酱酒之夜，酣客酱酒圈粉各界主流精英！

发布时间：2023-04-23 15:07:51 | 来源：实况网

当地时间4月19日，法国巴黎的顶级餐厅Hard Rock里，一场别开生面的“中国酱酒之夜”高端品鉴会正在进行。来自法国金融界、商界、电影界、时尚界的名流精英齐聚一堂，共同商讨中法烈酒文化交流、市场拓展及产业合作相关问题。



图“中国酱酒之夜”高端品鉴会

期间，在酣客酱酒创始人王为的带领下，来自法国的嘉宾们现场学习了中国酱香型白酒的品鉴法“盲品十三式”。伴随着“拉酒线”“看酒花”“抿酒”“拆酒为云”等招式的上演，现场气氛达到了高潮，人群中不时爆发出惊呼与喝彩。来自中国贵州仁怀产区的酣客酱酒在世界浪漫之都，接连圈粉法国主流精英。

“中国酱酒世界行”是由中国白酒知名品牌“酣客酱酒”联合欧洲多国酒业协会、知名烈酒品牌共同举办的文化访学之旅。在为期24天的行程里，酣客酱酒创始人王为将受邀参访荷兰、比利时、法国、西班牙、葡萄牙、意大利6国的40余家酒庄，在与西方各国名酒的产业合作与文化交流中，展现全面、真实、立体的中国白酒形象，以中国白酒彰显中华民族文化自信，促进中外酒业互鉴互融。

新消费日报 NEW CONSUMPTION DAILY 首页 新闻热点 商业观察 生活消费 科技观 资讯 观察号专栏 投稿

法国巴黎开启中国酱酒之夜，酣客酱酒圈粉各界主流精英！

新消费日报 · 2023年4月23日下午7:42 · 新闻热点

当地时间4月19日，法国巴黎的顶级餐厅Hard Rock里，一场别开生面的“中国酱酒之夜”高端品鉴会正在进行。来自法国金融界、商界、电影界、时尚界的名流精英齐聚一堂，共同商讨中法烈酒文化交流、市场拓展及产业合作相关问题。



图“中国酱酒之夜”高端品鉴会

期间，在酣客酱酒创始人王为的带领下，来自法国的嘉宾们现场学习了中国酱香型白酒的品鉴法“盲品十三式”。伴随着“拉酒线”“看酒花”“抿酒”“拆酒为云”等招式的上演，现场气氛达到了高潮，人群中不时爆发出惊呼与喝彩。来自中国贵州仁怀产区的酣客酱酒在世界浪漫之都，接连圈粉法国主流精英。

法国巴黎开启中国酱酒之夜，酣客酱酒圈粉各界主流精英！

投资界快讯 2023-04-23 19:50 湖北 财经评论员 关注

当地时间4月19日，法国巴黎的顶级餐厅Hard Rock里，一场别开生面的“中国酱酒之夜”高端品鉴会正在进行。来自法国金融界、商界、电影界、时尚界的名流精英齐聚一堂，共同商讨中法烈酒文化交流、市场拓展及产业合作相关问题。



图“中国酱酒之夜”高端品鉴会

期间，在酣客酱酒创始人王为的带领下，来自法国的嘉宾们现场学习了中国酱香型白酒的品鉴法“盲品十三式”。伴随着“拉酒线”“看酒花”“抿酒”“拆酒为云”等招式的上演，现场气氛达到了高潮，人群中不时爆发出惊呼与喝彩。来自中国贵州仁怀产区的酣客酱酒在世界浪漫之都，接连圈粉法国主流精英。

财报网 请输入关键词搜索

酣客酱酒促成中法“民心相通”酣客老王外媒获封“中国酒王”

来源：中国日报网 发布时间：2023-05-05 15:20:29

当地时间4月21日至22日，酣客老王一行受邀到访法国诺曼底乒乓球协会中心，参加正在举办的“中法名品品鉴会”。诺曼底乒协主席帕特里克·帕门蒂尔携团队重要成员热情迎接，来自荷兰、罗马尼亚、阿尔及利亚等国市政厅、金融、主流媒体等企事业单位的负责人与高管济济一堂，共享中国酱酒。



图 酣客老王受邀参加“中法名品品鉴会”

品鉴会全程笑声不断，与会的各国嘉宾品鉴中国酱酒之后连连惊叹，一致好评。一名法国记者现场直言：“王为先生比我们这些法国人更懂法国烈酒，他就是我心目中的‘中国酒王’！”会后，嘉宾们在现场用乒乓球进行了一场“中法酣客友谊赛”，以此预祝将于2024年夏天举办的巴黎奥运会圆满成功。

酣客酱酒促成中法“民心相通”酣客老王外媒获封“中国酒王”

消费时报精选 2023-05-04 14:29 福建 关注

当地时间4月21日至22日，酣客老王一行受邀到访法国诺曼底乒乓球协会中心，参加正在举办的“中法名品品鉴会”。诺曼底乒协主席帕特里克·帕门蒂尔携团队重要成员热情迎接，来自荷兰、罗马尼亚、阿尔及利亚等国市政厅、金融、主流媒体等企事业单位的负责人与高管济济一堂，共享中国酱酒。



图 酣客老王受邀参加“中法名品品鉴会”

品鉴会全程笑声不断，与会的各国嘉宾品鉴中国酱酒之后连连惊叹，一致好评。一名法国记者现场直言：“王为先生比我们这些法国人更懂法国烈酒，他就是我心目中的‘中国酒王’！”会后，嘉宾们在现场用乒乓球进行了一场“中法酣客友谊赛”，以此预祝将于2024年夏天举办的巴黎奥运会圆满成功。

01中国酱酒的“诺曼底登陆”

企业日报 SCZRZ.COM 首页 新闻 财经 科技 汽车 时尚

酣客酱酒促成中法“民心相通”酣客老王外媒获封“中国酒王”

发布时间：2023-05-04 13:31:20 作者：hz 来源：

当地时间4月21日至22日，酣客老王一行受邀到访法国诺曼底乒乓球协会中心，参加正在举办的“中法名品品鉴会”。诺曼底乒协主席帕特里克·帕门蒂尔携团队重要成员热情迎接，来自荷兰、罗马尼亚、阿尔及利亚等国市政厅、金融、主流媒体等企事业单位的负责人与高管济济一堂，共享中国酱酒。



图 酣客老王受邀参加“中法名品品鉴会”

品鉴会全程笑声不断，与会的各国嘉宾品鉴中国酱酒之后连连惊叹，一致好评。一名法国记者现场直言：“王为先生比我们这些法国人更懂法国烈酒，他就是我心目中的‘中国酒王’！”会后，嘉宾们在现场用乒乓球进行了一场“中法酣客友谊赛”，以此预祝将于2024年夏天举办的巴黎奥运会圆满成功。

01中国酱酒的“诺曼底登陆”

法国诺曼底乒协主席帕特里克是一名烈酒爱好者，工作之余喜欢研究全球各国的美酒与历史文化。不久前，他听闻来自中国的社群经济第一品牌酣客酱酒来到法国，便主动托朋友联系到酣客老王团队，邀请酣客老王一行届时到诺曼底乒协中心参观。

先鋒晚報 生活 科技 娱乐 时尚 文化 体育 热点 资讯频道

先锋晚报 > 财经 >

酣客酱酒促成中法“民心相通”酣客老王外媒获封“中国酒王”

2023-05-05 15:27:39 来源：实况网

当地时间4月21日至22日，酣客老王一行受邀到访法国诺曼底乒乓球协会中心，参加正在举办的“中法名品品鉴会”。诺曼底乒协主席帕特里克·帕门蒂尔携团队重要成员热情迎接，来自荷兰、罗马尼亚、阿尔及利亚等国市政厅、金融、主流媒体等企事业单位的负责人与高管济济一堂，共享中国酱酒。



图 酣客老王受邀参加“中法名品品鉴会”

品鉴会全程笑声不断，与会的各国嘉宾品鉴中国酱酒之后连连惊叹，一致好评。一名法国记者现场直言：“王为先生比我们这些法国人更懂法国烈酒，他就是我心目中的‘中国酒王’！”会后，嘉宾们在现场用乒乓球进行了一场“中法酣客友谊赛”，以此预祝将于2024年夏天举办的巴黎奥运会圆满成功。

首页 | 新闻 | 军事 | 汽车 | 游戏 | 科技 | 旅游 | 经济 | 娱乐 | 投资 | 文化 | 综艺中华 | 佛教 | 红木 | 韩流 | 简讯

china.com 当前位置: 商业快讯 > 正文

斗罢艰险又出发——酣客君丰书写白酒出海《西游记》

2023-04-27 20:06:34 来源: 财讯网

在结构性增长和消费升级的新时代,中国白酒出海正在加速。以酱酒为代表的中国烈酒,该如何向世界讲好品牌故事?中国白酒产业,该如何在世界级名酒阵营中找准位置、绽放光彩?

不久前,酣客君丰以酱酒为东方名片开启为期24天的“中国酱酒世界行”,出访欧洲六大烈酒产区,为中国白酒出海架设文化桥梁。在交流中探寻方法,在对话中明晰思路,书写了一篇新时期中国酱酒出海的“西游记”。



中国食品安全网 cfsn.cn 电脑版 中国食品安全唯一中央网络媒体

斗罢艰险又出发——酣客君丰书写白酒出海“西游记”

2023-04-27 09:20:43 来源: 中国食品安全网 编辑: 荆鹏鹏

中国食品安全网讯(记者彭东海)在结构性增长和消费升级的新时代,中国白酒出海正在加速。以酱酒为代表的中国烈酒,该如何向世界讲好品牌故事?中国白酒产业,该如何在世界级名酒阵营中找准位置、绽放光彩?

日前,酣客君丰以酱酒为东方名片开启为期24天的“中国酱酒世界行”,出访欧洲六大烈酒产区,为中国白酒出海架设文化桥梁。在交流中探寻方法,在对话中明晰思路,书写了一篇新时期中国酱酒出海的“西游记”。



斗罢艰险又出发——酣客君丰书写白酒出海《西游记》

2023-04-29 10:34 华夏酒报

在结构性增长和消费升级的新时代,中国白酒出海正在加速。以酱酒为代表的中国烈酒,该如何向世界讲好品牌故事?中国白酒产业,该如何在世界级名酒阵营中找准位置、绽放光彩?

不久前,酣客君丰以酱酒为东方名片开启为期24天的“中国酱酒世界行”,出访欧洲六大烈酒产区,为中国白酒出海架设文化桥梁。在交流中探寻方法,在对话中明晰思路,书写了一篇新时期中国酱酒出海的“西游记”。



酣客老王携团队从荷兰开启“中国酱酒世界行”

这是一程中外烈酒文化的交流之旅,也是中国白酒探访欧洲烈酒品牌秘密的取经之旅,更是中国白酒跻身于世界名酒之林的探索之旅。所有的努力,都是为了把中国白酒的品质实力与品牌价值全面、清晰、真实、立体地呈现在外国友人面前。

新消费日报 NEW CONSUMPTION DAILY 商业观察 生活消费 科技观 资讯 观察与专栏 投稿

斗罢艰险又出发——酣客君丰书写白酒出海《西游记》

新消费日报 · 2023年 4月 27日 下午4:38 · 新闻热点

在结构性增长和消费升级的新时代,中国白酒出海正在加速。以酱酒为代表的中国烈酒,该如何向世界讲好品牌故事?中国白酒产业,该如何在世界级名酒阵营中找准位置、绽放光彩?

不久前,酣客君丰以酱酒为东方名片开启为期24天的“中国酱酒世界行”,出访欧洲六大烈酒产区,为中国白酒出海架设文化桥梁。在交流中探寻方法,在对话中明晰思路,书写了一篇新时期中国酱酒出海的“西游记”。



中国商报网 www.zgsw.com 聚焦 时事 商业 产业 频道 专题

全球最大蒸馏体量干邑集团,邀请酣客老王讲授产品设计大师课

2023-04-28 16:16:28 咸宁新闻网 收藏 评论 字数:2,930

酒作为文化符号,寄托着全人类的精神追求,与历史、艺术为伍,充当着国际间友好交流的使者。为了弘扬中国白酒文化,把品质卓越的中国酱酒带到全世界,也为了给中国的烈酒爱好者讲清中外烈酒之间的工艺与文化差异,酣客君丰发起了“中国酱酒世界行”,不远万里探访欧洲各国名酒产区,一路上带着赤诚之心,躬身而行。



图“中国酱酒世界行”第六站——法国干邑

“中国酱酒世界行”已走过6站,此行酣客君丰团队来到法国干邑地区,受邀参访当地烈酒庄与企业。

01来做客,却被挽留为高管讲课

1640年,法国Boinard(布瓦诺)家族的酿酒产业从一块葡萄种植开始起步,当时法国已进入路易十四时代,而中国正值明朝崇祯十三年,白酒酿造已经在历史上绵延数千年。383年之后的今天,作为法国干邑“三大洋(马爹利、轩尼诗、人头马)之外的最大酿酒家族,Boinard家族旗下拥有多个干邑酒品牌,年蒸馏体量位居法国首位,产品在欧洲、美洲、亚洲等地皆有销售,全球每年的销售额超过4000万欧元。

全球最大蒸馏体量干邑集团,邀请酣客老王讲授产品设计大师课

北商科技 2023-04-28 16:04 发布于: 湖北省

酒作为文化符号,寄托着全人类的精神追求,与历史、艺术为伍,充当着国际间友好交流的使者。为了弘扬中国白酒文化,把品质卓越的中国酱酒带到全世界,也为了给中国的烈酒爱好者讲清中外烈酒之间的工艺与文化差异,酣客君丰发起了“中国酱酒世界行”,不远万里探访欧洲各国名酒产区,一路上带着赤诚之心,躬身而行。



图“中国酱酒世界行”第六站——法国干邑

“中国酱酒世界行”已走过6站,此行酣客君丰团队来到法国干邑地区,受邀参访当地烈酒庄与企业。

01来做客,却被挽留为高管讲课

全球最大蒸馏体量干邑集团,邀请酣客老王讲授产品设计大师课

环球解读 2023-04-28 15:56 关注

酒作为文化符号,寄托着全人类的精神追求,与历史、艺术为伍,充当着国际间友好交流的使者。为了弘扬中国白酒文化,把品质卓越的中国酱酒带到全世界,也为了给中国的烈酒爱好者讲清中外烈酒之间的工艺与文化差异,酣客君丰发起了“中国酱酒世界行”,不远万里探访欧洲各国名酒产区,一路上带着赤诚之心,躬身而行。



图“中国酱酒世界行”第六站——法国干邑

“中国酱酒世界行”已走过6站,此行酣客君丰团队来到法国干邑地区,受邀参访当地烈酒庄与企业。

千龙网 北京 国内 国际 党建 评论 经济

全球最大蒸馏体量干邑集团,邀请酣客老王讲授产品设计大师课

2023-04-28 16:31 咸宁新闻网

来源标题: 全球最大蒸馏体量干邑集团,邀请酣客老王讲授产品设计大师课

酒作为文化符号,寄托着全人类的精神追求,与历史、艺术为伍,充当着国际间友好交流的使者。为了弘扬中国白酒文化,把品质卓越的中国酱酒带到全世界,也为了给中国的烈酒爱好者讲清中外烈酒之间的工艺与文化差异,酣客君丰发起了“中国酱酒世界行”,不远万里探访欧洲各国名酒产区,一路上带着赤诚之心,躬身而行。



图“中国酱酒世界行”第六站——法国干邑

“中国酱酒世界行”已走过6站,此行酣客君丰团队来到法国干邑地区,受邀参访当地烈酒庄与企业。

china.com 当前位置: 商业快讯 > 正文

通天大道宽又阔——酣客君丰续写白酒出海“西游记”

2023-05-04 14:15:52 来源: 今报在线

文化自信的时代,中国白酒该如何向世界递出品质名片、品类名片、产区名片?民营酒企,又该如何为中国白酒出海贡献力量?

只要愿意走,脚下就有路。4月24日至4月28日,“中国酱酒世界行”又写下“西游记”的新篇章。酣客君丰创始人王为化身传播中国白酒文化的行者,带着来自贵州仁怀的酣客酱酒,带着民族自信和一股热忱,也带着中国民营企业特有的开拓精神,栉风沐雨,砥砺前行。

短短几天内,一行人接连参访近10家知名酒庄及酒厂,交流中外烈酒的风味与工艺,解读法国烈酒品牌的影响力密码,思考中国酱酒走向全球的可参考路径。

酣客君丰团队所到之处,包括知名烈酒企业SPIRIT FRANCE集团及其旗下白兰地品牌Boulard酒庄,成立于19世纪初的Richard Delisle集团酒厂,全球蒸馏体量最大的干邑集团Boinaud及其家族酒庄,干邑最古老酒庄之一的卡伦兹庄园,雅文邑规模最大的酒厂Hauts De Montrouge,雅文邑最早的大家族酒庄GELAS FAMILY,等等。



商业日报网 不忘初心 聚焦业界焦点

首页 焦点 业界 财经 企业 消费 行业 股票 视窗

滚动新闻: 夏天丝 · 大好河山集团董事长美国林受邀出席2023中国好公司高峰论坛暨产学研合作峰会 · 平安

首页 > 焦点 正文 返回首页

通天大道宽又阔——酣客君丰续写白酒出海“西游记”

商业日报网 来源: 商业日报网 发布时间: 2023-05-04 13:59:24

文化自信的时代,中国白酒该如何向世界递出品质名片、品类名片、产区名片?民营酒企,又该如何为中国白酒出海贡献力量?

只要愿意走,脚下就有路。4月24日至4月28日,“中国酱酒世界行”又写下“西游记”的新篇章。酣客君丰创始人王为化身传播中国白酒文化的行者,带着来自贵州仁怀的酣客酱酒,带着民族自信和一股热忱,也带着中国民营企业特有的开拓精神,栉风沐雨,砥砺前行。

短短几天内,一行人接连参访近10家知名酒庄及酒厂,交流中外烈酒的风味与工艺,解读法国烈酒品牌的影响力密码,思考中国酱酒走向全球的可参考路径。

酣客君丰团队所到之处,包括知名烈酒企业SPIRIT FRANCE集团及其旗下白兰地品牌Boulard酒庄,成立于19世纪初的Richard Delisle集团酒厂,全球蒸馏体量最大的干邑集团Boinaud及其家族酒庄,干邑最古老酒庄之一的卡伦兹庄园,雅文邑规模最大的酒厂Hauts De Montrouge,雅文邑最早的大家族酒庄GELAS FAMILY,等等。



人民热线网 - 人民热线网, 人民热线网

PEOPLES HOTLINE NETWORK

首页 军事 房产 体育 女人 科技 互联网 教育 国内 娱乐

当前位置: 首页 > 社会 > 正文

通天大道宽又阔——酣客君丰续写白酒出海“西游记”

来源: 发布时间: 2023-05-04

文化自信的时代,中国白酒该如何向世界递出品质名片、品类名片、产区名片?民营酒企,又该如何为中国白酒出海贡献力量?

只要愿意走,脚下就有路。4月24日至4月28日,“中国酱酒世界行”又写下“西游记”的新篇章。酣客君丰创始人王为化身传播中国白酒文化的行者,带着来自贵州仁怀的酣客酱酒,带着民族自信和一股热忱,也带着中国民营企业特有的开拓精神,栉风沐雨,砥砺前行。

短短几天内,一行人接连参访近10家知名酒庄及酒厂,交流中外烈酒的风味与工艺,解读法国烈酒品牌的影响力密码,思考中国酱酒走向全球的可参考路径。

酣客君丰团队所到之处,包括知名烈酒企业SPIRIT FRANCE集团及其旗下白兰地品牌Boulard酒庄,成立于19世纪初的Richard Delisle集团酒厂,全球蒸馏体量最大的干邑集团Boinaud及其家族酒庄,干邑最古老酒庄之一的卡伦兹庄园,雅文邑规模最大的酒厂Hauts De Montrouge,雅文邑最早的大家族酒庄GELAS FAMILY,等等。



中国财经日报网 国内

www.chinafinandaily.com

首页 新闻 财经 房产 汽车 娱乐 科技 健康 时尚

通天大道宽又阔——酣客君丰续写白酒出海“西游记”

2023-05-04 14:19 来源: 中国财经日报网 18g 浏览

私募证券 15年百强榜 12月发布

文化自信的时代,中国白酒该如何向世界递出品质名片、品类名片、产区名片?民营酒企,又该如何为中国白酒出海贡献力量?

只要愿意走,脚下就有路。4月24日至4月28日,“中国酱酒世界行”又写下“西游记”的新篇章。酣客君丰创始人王为化身传播中国白酒文化的行者,带着来自贵州仁怀的酣客酱酒,带着民族自信和一股热忱,也带着中国民营企业特有的开拓精神,栉风沐雨,砥砺前行。

短短几天内,一行人接连参访近10家知名酒庄及酒厂,交流中外烈酒的风味与工艺,解读法国烈酒品牌的影响力密码,思考中国酱酒走向全球的可参考路径。

酣客君丰团队所到之处,包括知名烈酒企业SPIRIT FRANCE集团及其旗下白兰地品牌Boulard酒庄,成立于19世纪初的Richard Delisle集团酒厂,全球蒸馏体量最大的干邑集团Boinaud及其家族酒庄,干邑最古老酒庄之一的卡伦兹庄园,雅文邑规模最大的酒厂Hauts De Montrouge,雅文邑最早的大家族酒庄GELAS FAMILY,等等。



踏平坎坷成大道：“白酒出海”的酣客模式与启示

打造酒业第一媒体 酒业家 2023-05-10 18:16 发表于湖北

点击上方蓝字可关注我们

酒业家®

300万酒业总裁的经营参考

2023(第七届)中酒展 7月6日-7月8日 青岛国际会展中心

凝聚全球酒类头部企业 打造全球一流酒业商机对接平台

展位预订 黄经理 189 7167 6107 扫码预订展位



酣客君丰团队受邀参访西班牙赫雷斯最大的葡萄酒酒庄FUNDADOR

今年4月开始,酣客君丰这个本就不缺关注的中国白酒企业,被推向了更大的聚光灯下。

4月17日,酣客君丰引领的“中国酱酒世界行”跨越山海,走出国门,携贵州仁怀酱酒向欧洲6国进发。连续20多天的参访,7位酣客客人走进了20多家欧洲烈酒企业与酒庄,与4个不同国家的烈酒行业协会、政府组织进行商务参访与交流,为多家世界知名烈酒企业创始人授课。

酣客老王以新时代中国民营企业家的身份,为欧洲各国烈酒企业带来了“高质量发展”的全球路演,所到之处的工艺交流、产业探访、文化传播,不仅是对海外同行的传经送宝,也是中国白酒出海的主动探索与产业外交。

5月2日,酣客老王受邀参访具有300年历史,西班牙赫雷斯最大的葡萄酒酒庄FUNDADOR,国际商务部负责人Eugenia Herrera热情招待,并邀请酣客君丰团队参访了解酒庄历史、葡萄酒的存储及酿造工艺等。

商业日报网

www.shangyebao.com

首页 财经 地产 区域 综合 资讯

踏平坎坷成大道——“白酒出海”的酣客模式与启示

时间: 2023-05-10 18:22:38 来源: 中国焦点日报网

今年4月开始,酣客君丰这个本就不缺关注的中国白酒企业,被推向了更大的聚光灯下。

4月17日,酣客君丰引领的“中国酱酒世界行”跨越山海,走出国门,携贵州仁怀酱酒向欧洲6国进发。连续20多天的参访,7位酣客客人走进了20多家欧洲烈酒企业与酒庄,与4个不同国家的烈酒行业协会、政府组织进行商务参访与交流,为多家世界知名烈酒企业创始人授课。

酣客老王以新时代中国民营企业家的身份,为欧洲各国烈酒企业带来了“高质量发展”的全球路演,所到之处的工艺交流、产业探访、文化传播,不仅是对海外同行的传经送宝,也是中国白酒出海的主动探索与产业外交。

01 亲历亲为出真知

道虽远,行则将至;事虽难,不为不成。

5月2日,酣客老王受邀参访具有300年历史,西班牙赫雷斯最大的葡萄酒酒庄FUNDADOR,国际商务部负责人Eugenia Herrera热情招待,并邀请酣客君丰团队参访了解酒庄历史、葡萄酒的存储及酿造工艺等。

华尔街日报

www.walstreetnews.com

首页 滚动 资讯 新闻 观察 宏观 财经 证券 银行 保险 基金

主页 > 正文

踏平坎坷成大道——“白酒出海”的酣客模式与启示

2023-05-10 19:24:02 | 来源: 今报在线 |

今年4月开始,酣客君丰这个本就不缺关注的中国白酒企业,被推向了更大的聚光灯下。

4月17日,酣客君丰引领的“中国酱酒世界行”跨越山海,走出国门,携贵州仁怀酱酒向欧洲6国进发。连续20多天的参访,7位酣客客人走进了20多家欧洲烈酒企业与酒庄,与4个不同国家的烈酒行业协会、政府组织进行商务参访与交流,为多家世界知名烈酒企业创始人授课。

酣客老王以新时代中国民营企业家的身份,为欧洲各国烈酒企业带来了“高质量发展”的全球路演,所到之处的工艺交流、产业探访、文化传播,不仅是对海外同行的传经送宝,也是中国白酒出海的主动探索与产业外交。

01 亲历亲为出真知

道虽远,行则将至;事虽难,不为不成。

5月2日,酣客老王受邀参访具有300年历史,西班牙赫雷斯最大的葡萄酒酒庄FUNDADOR,国际商务部负责人Eugenia Herrera热情招待,并邀请酣客君丰团队参访了解酒庄历史、葡萄酒的存储及酿造工艺等。



云南日报网

www.yunnannews.com

首页 国内 国际 科技 数码 探索 家电 房产 楼市 装修 家居 时尚 商品 美妆 服饰 财经 理财 商业 消费 汽车 购车 用车 车企 旅游 攻略 文化 自驾 教育 高考 教育 考研

您的位置: 首页 > 消费

踏平坎坷成大道——“白酒出海”的酣客模式与启示

2023-05-10 21:49:04 分享

今年4月开始,酣客君丰这个本就不缺关注的中国白酒企业,被推向了更大的聚光灯下。

4月17日,酣客君丰引领的“中国酱酒世界行”跨越山海,走出国门,携贵州仁怀酱酒向欧洲6国进发。连续20多天的参访,7位酣客客人走进了20多家欧洲烈酒企业与酒庄,与4个不同国家的烈酒行业协会、政府组织进行商务参访与交流,为多家世界知名烈酒企业创始人授课。

酣客老王以新时代中国民营企业家的身份,为欧洲各国烈酒企业带来了“高质量发展”的全球路演,所到之处的工艺交流、产业探访、文化传播,不仅是对海外同行的传经送宝,也是中国白酒出海的主动探索与产业外交。

01 亲历亲为出真知

道虽远,行则将至;事虽难,不为不成。

5月2日,酣客老王受邀参访具有300年历史,西班牙赫雷斯最大的葡萄酒酒庄FUNDADOR,国际商务部负责人Eugenia Herrera热情招待,并邀请酣客君丰团队参访了解酒庄历史、葡萄酒的存储及酿造工艺等。

中国新闻报道 中新系全媒体矩阵 新闻行业垂直网站

http://www.caischina.cn

中国新闻频道>国内新闻>

淄博围炉烧烤，不能只看热闹；白酒“海外赶考”，为何水到渠成？

来源：中国新闻网 作者：李信 发布时间：2023-05-11 16:54

从当前形势出发，对于拉动中国经济发展更具参考意义的，可能不是“淄博烧烤”，而是“中国酱酒世界行”。

最近一个月来，淄博烧烤火出圈，迅速成为各路媒体和朋友圈中的顶流。与此同时，在国际舆论场上，尤其是在中国白酒界与欧洲烈酒界，一场围绕“中国酱酒世界行”的大讨论渐次展开。

4月17日起，由中国酱酒新锐力量酣客君丰所引领的“中国酱酒世界行”跨越山海，历时月余，遍访欧洲各大酒庄庄园、行业协会及政府组织、华人商会，在海外所到之处遍地生根、开花结果，收获欧洲多国的酣客酱酒经销商，数百位酣客酱酒新粉丝，组建欧洲第一个分公司，更收获了全球著名酒企同行的赞誉。



图“中国酱酒世界行”首站到访荷兰阿姆斯特丹

低敏感时代、注意力宝贵，热闹很快就会平息，能够持续发酵的话题与事件，背后往往有着更深层次的产业与文化逻辑。

聚焦当下，淄博烧烤现象的背后，是一场深层次的产业结构转型升级拉开序幕的序章，是星星地平线已经看得见桅杆头的一艘游船。“中国酱酒世界行”，则是一场民族特色物产与民族文化自信的全球化赶考，也是春分时节味蕾醒后的第一声震撼啼鸣。

01 中国人民需要淄博烧烤，全球酒友想要中国酱酒

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。

澎湃 精选 推荐 财经 思想 生活 战报 问答 订阅

澎湃号 > 山城新闻

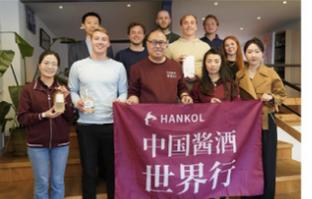
淄博围炉烧烤，不能只看热闹；白酒“海外赶考”，为何水到渠成？

2023-05-12 14:17:16 来源：澎湃新闻·澎湃号·媒体

从当前形势出发，对于拉动中国经济发展更具参考意义的，可能不是“淄博烧烤”，而是“中国酱酒世界行”。

最近一个月来，淄博烧烤火出圈，迅速成为各路媒体和朋友圈中的顶流。与此同时，在国际舆论场上，尤其是在中国白酒界与欧洲烈酒界，一场围绕“中国酱酒世界行”的大讨论渐次展开。

4月17日起，由中国酱酒新锐力量酣客君丰所引领的“中国酱酒世界行”跨越山海，历时月余，遍访欧洲各大酒庄庄园、行业协会及政府组织、华人商会，在海外所到之处遍地生根、开花结果，收获欧洲多国的酣客酱酒经销商，数百位酣客酱酒新粉丝，组建欧洲第一个分公司，更收获了全球著名酒企同行的赞誉。



图“中国酱酒世界行”首站到访荷兰阿姆斯特丹

环球酒业网 首页 名酒 百科 动态 资讯 酒品 热点 鉴定 行情 招商 新品

当前位置：网站首页 > 热点

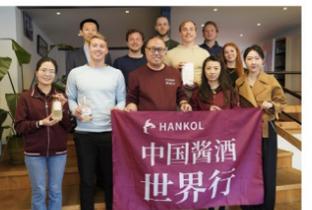
淄博围炉烧烤，不能只看热闹；白酒“海外赶考”，为何水到渠成？

时间：2023-05-11 16:53 | 来源：环球网 编辑：慧文

从当前形势出发，对于拉动中国经济发展更具参考意义的，可能不是“淄博烧烤”，而是“中国酱酒世界行”。

最近一个月来，淄博烧烤火出圈，迅速成为各路媒体和朋友圈中的顶流。与此同时，在国际舆论场上，尤其是在中国白酒界与欧洲烈酒界，一场围绕“中国酱酒世界行”的大讨论渐次展开。

4月17日起，由中国酱酒新锐力量酣客君丰所引领的“中国酱酒世界行”跨越山海，历时月余，遍访欧洲各大酒庄庄园、行业协会及政府组织、华人商会，在海外所到之处遍地生根、开花结果，收获欧洲多国的酣客酱酒经销商，数百位酣客酱酒新粉丝，组建欧洲第一个分公司，更收获了全球著名酒企同行的赞誉。



新华网 首页 推荐 江苏 视频 直播 评论 智库 商业 法治 财经 房产 文旅 汽车 专题 快讯

新华网网 > 商业 > 财经 > 正文

淄博围炉烧烤，不能只看热闹；白酒“海外赶考”，为何水到渠成？

2023/05/11 16:19 东方网

从当前形势出发，对于拉动中国经济发展更具参考意义的，可能不是“淄博烧烤”，而是“中国酱酒世界行”。

最近一个月来，淄博烧烤火出圈，迅速成为各路媒体和朋友圈中的顶流。与此同时，在国际舆论场上，尤其是在中国白酒界与欧洲烈酒界，一场围绕“中国酱酒世界行”的大讨论渐次展开。

4月17日起，由中国酱酒新锐力量酣客君丰所引领的“中国酱酒世界行”跨越山海，历时月余，遍访欧洲各大酒庄庄园、行业协会及政府组织、华人商会，在海外所到之处遍地生根、开花结果，收获欧洲多国的酣客酱酒经销商，数百位酣客酱酒新粉丝，组建欧洲第一个分公司，更收获了全球著名酒企同行的赞誉。



白酒“出海”新坐标：首届国际酣客节惊艳巴黎，酣客全球推广计划发布！

打造酒业第一媒体 酒业家 2023-05-16 18:05 发表于湖北

点击上方蓝字可关注我们

酒业家®

300万酒业总裁的经营参考

2023(第七届)中酒展 ufi Approved Event 7月6日-7月8日 青岛国际会展中心 青岛·崂山区苗岭路9号(距离海滩300米)

凝聚全球酒类头部企业 打造全球一流酒业商机对接平台

展位预订 黄经理 189 7167 6107 扫码预订展位



“中国酱酒世界行”收官之作“酣客酱酒全球巡展暨首届国际酣客节”

一个白酒品牌从贵州仁怀茅台镇走向世界，需要付出怎样的努力？在中国白酒出海加速的当下，如何更有效地讲好符合国际传播语境的中国白酒文化故事？酣客君丰用历时月余的“中国酱酒世界行”以及一场“国际酣客节”给出了可参考的答案。

5月11日，“中国酱酒世界行”的收官之作“酣客酱酒全球巡展暨首届国际酣客节”登陆法国巴黎，在当地知名地标“幸福楼”圆满举行。法国主流媒体欧洲卫视、华侨视频台对此次活动进行了全程报道，来自法国政界、经济界、文化界、学界、侨界及酒业等各界人士共饮酣客酱酒，感受中国酱酒的东方气韵与世界级品质。酣客君丰酒业创始人王为现场发布了酣客酱酒的品牌全球推广计划，并用一场饱含中华民族情的演讲《以伟为道》引发现场热烈反响，让酣客“守品如命”的价值理念在欧洲得到更广泛的关注与认同。

凤凰网 商业 > 正文

首届国际酣客节巴黎绽放，白酒出海的“中国梦”又近了！

酣客君 2023-05-16 18:05 发表于湖北

一个白酒品牌从贵州仁怀茅台镇走向世界，需要付出怎样的努力？在中国白酒出海加速的当下，如何更有效地讲好符合国际传播语境的中国白酒文化故事？酣客君丰用历时月余的“中国酱酒世界行”以及一场“国际酣客节”给出了可参考的答案。

5月11日，“中国酱酒世界行”的收官之作“酣客酱酒全球巡展暨首届国际酣客节”登陆法国巴黎，在当地知名地标“幸福楼”圆满举行。法国主流媒体欧洲卫视、华侨视频台对此次活动进行了全程报道，来自法国政界、经济界、文化界、学界、侨界及酒业等各界人士共饮酣客酱酒，感受中国酱酒的东方气韵与世界级品质。酣客君丰酒业创始人王为现场发布了酣客酱酒的品牌全球推广计划，并用一场饱含中华民族情的演讲《以伟为道》引发现场热烈反响，让酣客“守品如命”的价值理念在欧洲得到更广泛的关注与认同。



首届国际酣客节亮相巴黎，这次“白酒出海”有何不同？

酒业头条 2023-05-17 13:41 发布于山东

收读于会集 酣客君 12 · #白酒 369

云酒头条·思考派

2023酒业创新与投资大会 国际葡萄酒(中国)大奖赛



“让全世界爱上中国酱酒，让全世界享受中国品质。”

一个白酒品牌从贵州仁怀茅台镇走向世界，需要付出怎样的努力？在中国白酒出海加速的当下，如何更有效地讲好符合国际传播语境的中国白酒文化故事？酣客君丰用历时月余的“中国酱酒世界行”以及一场“国际酣客节”给出了可参考的答案。

5月11日，“中国酱酒世界行”的收官之作“酣客酱酒全球巡展暨首届国际酣客节”登陆法国巴黎，在当地知名地标“幸福楼”举行。法国主流媒体欧洲卫视、华侨视频台对此次活动进行了全程报道，来自法国政界、经济界、文化界、学界、侨界及酒业等各界人士共饮酣客酱酒，感受中国酱酒的东方气韵与世界级品质。酣客君丰酒业创始人王为现场发布了酣客酱酒的品牌全球推广计划，并用一场饱含中华民族情的演讲《以伟为道》引发现场热烈反响，让酣客“守品如命”的价值理念在欧洲得到更广泛的关注与认同。

首届国际酣客节巴黎绽放，白酒出海的“中国梦”又近了！

2023-05-16 17:28 中国新闻网

一个白酒品牌从贵州仁怀茅台镇走向世界，需要付出怎样的努力？在中国白酒出海加速的当下，如何更有效地讲好符合国际传播语境的中国白酒文化故事？酣客君丰用历时月余的“中国酱酒世界行”以及一场“国际酣客节”给出了可参考的答案。

5月11日，“中国酱酒世界行”的收官之作“酣客酱酒全球巡展暨首届国际酣客节”登陆法国巴黎，在当地知名地标“幸福楼”举行。法国主流媒体欧洲卫视、华侨视频台对此次活动进行了全程报道，来自法国政界、经济界、文化界、学界、侨界及酒业等各界人士共饮酣客酱酒，感受中国酱酒的东方气韵与世界级品质。酣客君丰酒业创始人王为现场发布了酣客酱酒的品牌全球推广计划，并用一场饱含中华民族情的演讲《以伟为道》引发现场热烈反响，让酣客“守品如命”的价值理念在欧洲得到更广泛的关注与认同。



图“中国酱酒世界行”收官之作“酣客酱酒全球巡展暨首届国际酣客节”



让全世界爱上中国酱酒
让全世界享受中国品质

為

酣客君丰 守品如命

电话：400-833-2999

网址：www.hankol.com.cn

地址：贵州省仁怀市茅台镇名酒工业园区荣昌坝产区
北京市通州区新潞运河文创园 - C4 号楼



应用市场搜索
酣享 APP



酣客酱酒
招商小程序



酣客酱酒
官方微信公众账号



酣客公社
官方微信公众账号



酣客酱酒
官方微信视频号



酣客酱酒
官方抖音号



酣客酱酒
官方快手号



酣客酱酒
官方微博