

# 房县黄酒，敢为天下“鲜”

【编者按】

房县黄酒，怎样“守得住经典、当得了网红、链得上发展”？房县黄酒，怎样走上高端化、年轻化、国际化、数字化发展道路？房县黄酒，怎样放大“鲜活”特质，以更加卓越的姿态拥抱更大的市场？本期，武当智库联合市委党校、市社科联、驻市高校、行业专家，共同找寻房县黄酒的“鲜活”密码。

## 智库观察

### 一证管多家 房县黄酒有了“身份证”

“每年能做上万斤黄酒，大部分都是通过网上销到全国各地。”1月15日，走进“中国黄酒民俗村”房县土城镇土城村，整个村子都弥漫着酒香，“三碗不过岗”酒坊的老板鲜艳正在仓库里忙着打包。

“泡米、蒸米、晾酶、拌曲、发酵、出酒等工序基本实现了半自动化，特别是在温度控制上，可根据季节的变化适时调整，达到最适宜的发酵温度。”鲜艳告诉记者，进入冬季后，她和4名工人每天早上5点开始工作，一直干到晚上。

“根本不愁销路，大多都是回头客。”鲜艳喜滋滋地说。

但在几年前，绝大部分农户自酿的黄酒并没有这么畅销。

“自酿黄酒无标准、无检测，进不了商超，也不能在电商平台销售，只能在公路边摆摊，销量十分有限。”三海村村民邓平的困惑代表了大部分小作坊酿酒户。

邓平他们急需的，就是《小作坊食品生产许可证》。房县黄酒，有上千年的历史，过去大多是自酿自饮，没有相关行业标准。随着房县旅游业不断发展，房县黄酒成了许多游客眼中的“金牌”土特产。针对这样的变化，2017年，房县相关部门对黄酒的生产工艺、生产标准、生产设备、安全管理体系、质量管理体系制订标准，为合格者办理食品生产许可证。

黄酒有了“身份证”，但小作坊酿造的黄酒如何能进入商场、超市和电商平台售卖，又成为制约黄酒产业发展的最大瓶颈。为此，房县创新方式，指导各村成立黄酒专业合作社，为他们办理可以在商超和电商平台使用的食品生产许可证，探索出了“大证管小证，一证管多坊”的监管模式。

“大证指的是食品生产许可证，小证是小作坊生产许可证，农户要想使用大证，可向合作社提出申请，审核合格后可以加入合作社，打通了小作坊生产的黄酒销售问题。”房县市场监管局局长汪永鸣介绍。

“把许可证和获奖证书往网上一放，销量就上来了。”邓平说，“2024年，我销售黄酒3万多斤，收入30多万元。”

目前，房县共有黄酒加工企业15家，黄酒作坊2300余户，从业人员超2万人，年产量10万吨，产值达38亿元。

“我们统一糯米小曲、酿酒器具、质量标准、包装标志、品牌宣传、产品定价，确保黄酒品质统一，实现‘大证上线进商超、小证产品质量可追溯’。”房县黄酒产业发展中心主任崔路露表示。

### 科技攻关

#### “见风倒”走出大山

“没有黄酒不成席，白酒再好不稀奇”。在房县，几乎家家户户会酿制

黄酒。

“房陵黄酒”历史悠久，古代曾被称为“封疆御酒”“帝封皇酒”。有史料记载，绍兴黄酒最早产于公元前492年越王勾践时期，而“房陵黄酒”早在公元前827年西周时期就成为“封疆御酒”。

房县黄酒是中国小曲黄酒的典型代表。根据检测中心测定，黄酒营养丰富，含有大量的蛋白质、氨基酸、碳水化合物及维生素，还含有多种有机酸、酯类物质及矿物质。黄酒含有21种氨基酸，氨基酸是重要的营养物质，其中8种是人体必需又不能合成的，这8种氨基酸，黄酒中含量最全，居各种酿造酒之首且易被人体消化吸收。因此，房县黄酒被形象地誉为“液体蛋糕”。

不过，房县黄酒虽美，可一不小心就会喝多上头，有人戏称它为“见风倒”。据江南大学传统酿造食品研究中心的研究表明，杂醇和生物胺是导致饮黄酒易上头的关键物质。

2017年，湖北工业大学生物工程与食品学院讲师谢群任房县黄酒与发酵产业局挂职副局长，并带来酿酒新技术研究所的专家团队。他们不仅用冷杀菌技术解决了黄酒保鲜问题，让农户实现四季均能酿酒，还牵头湖北工业大学成立房县黄酒研发团队，承担黄酒大产业化基础研究项目。

2021年起，房县积极对接北京工商大学、中国食品发酵研究院、武汉轻工大学，围绕制曲、酿酒、包装、储藏、保鲜、工艺创新、人才培养等领域开展全方位研究，攻克黄酒产业规划、新品研发、标准制定及区域品牌运作研究合作等难题。

湖北庐陵王酒业公司董事长胡昭介绍，该公司整合国家顶尖发酵行业专家，联合10多家高等院校，与中国科学院微生物研究所合作，投入近千万元，成功将国际最安全的生物灭菌保鲜技术融入房县黄酒发酵工艺，取得多项技术专利，彻底解决了房县黄酒不易保鲜、不易运输等问题。

北京中和房县生物食品有限公司的东方干白、糯米威士忌、庐陵王黄精黄酒、天香桑葚黄酒等20多个新品一经上市，立即受到消费者的欢迎。“这瓶谷物威士忌市场售价在1500元左右，走的是高端市场。”该公司相关负责人介绍。

“产品由非遗传承人监制，坚持使用传统工艺酿造好黄酒，保留房县黄酒的传统风味。”该公司负责人介绍，公司与北京工商大学、湖北工业大学等院校建立长期合作关系，成立黄酒研发中心，产品不仅有传统的半甜型黄酒，还创新推出了干型、半干型产品，满足消费者对低糖饮品与适度微醺的追求。2024年7月，中和酒业研发的“周楚御贡酒”蝉联“湘鄂赣渝闽桂滇粤”八省市酒类质量检评会金奖。

“有了科技加持，我们开发了干型、半干型等中高端商务用酒，以气泡酒领衔的年轻快消型黄酒以及具有‘快速微醺、绝不宿醉、好喝不上头’特性的高品质黄酒，既有性价比高的基础款吸引大

众消费，也有高端定制款满足特定人群需求，适合不同消费层次。”崔路露告诉记者。

### 时代气质

#### “老黄酒”变身潮饮品

“才子佳人”“不是事”“樱桃红了”“红袖扶”……如果只看这些名字，很难将它们与房县黄酒联想到一起。

研究表明，80%以上的年轻消费者喜欢4℃、10℃、16℃的半干型黄酒，只有20%以下的年轻消费者对常温及热饮黄酒有偏好。

曾几何时，房县黄酒给人的印象是“简单粗暴”“一看就是低端酒”“老年人才喝的酒”。

2017年，庐陵王酒业投入1000多万元研发大众化、适合年轻人喝黄酒。很快，一款名为“不是事”的黄酒横空出世。

“不是事”属气泡型黄酒，瓶身印有“将压力一饮而尽”“啥都不是事”等网络流行语。凭借独特的口感、新颖的宣传，这款黄酒很快进入夜市、酒吧及高档宴席。

随后，庐陵王酒业在新品开发路上“一鼓作气”，先后研发清爽型、老黄酒、果酒、米香型白酒等30多款产品，其中气泡型、清爽型黄酒销量每年保持30%以上的增速。

近年来，房县紧扣时代发展脉搏，大力推动黄酒产业转型升级，向高端化、年轻化、国际化、数字化发展，引进高端人才与先进技术，精琢每一道工序，让每一滴黄酒都成为品味生活、传承文化的使者。

在年轻化方面，该县以新生代喜闻乐见的形式，积极迎合年轻消费者，在“新国货”时代抓住消费浪潮，既守得住经典，又当得了网红，让千年黄酒“焕发青春”。

在高端化方面，将中国传统酒文化与国潮时尚潮流融合，让更多喜爱“国潮”的年轻人对中国黄酒文化乃至中国古典文化产生一种强烈的认同感和自豪感，以国潮经典唤起年轻人的爱国情怀。

同时，先后推出多款气泡型黄酒，使原本在秋冬季节销售旺季的黄酒，在夏季消费市场有了一席之地，让消费者多了一种冰爽的选择。

崔路露介绍，市县黄酒产业链每年预算3000万元用于支持科研攻关、营销推广、市场主体培育，引导黄酒产业向高端化、年轻化、国际化迈进。

“在全国首创‘气泡+黄酒’混搭口味，拓展黄酒的时尚消费场景。聚焦市场需求进行品种开发，形成以面向年轻群体为主的鲜爽黄酒、气泡黄酒，面向养生群体为主的养生黄酒，面向商务群体为主的商务用酒的产品阵容。”房县县委相关负责人介绍，该县将针对不同消费群体制定个性化的营销方案，利用大数据分析消费者行为，精准推送营销信息，提高营销效率和转化率。

## 智者观点

### “黄酒+文化+旅游”融合发力

李琳

旅游、文化与黄酒具有天然的亲和力，利用黄酒文化和品鉴黄酒作为宣传点，可以推广文化，带动旅游产业发展。黄酒文化产业发展必须打破思维障碍，切实增强黄酒文化的吸引力、感染力、说服力，穿越时空、触摸历史、感受震撼、启迪思考，打造具有特色的黄酒文化传播新模式，形成统一协调的黄酒文化传播与发展大市场。

从《诗经》中探寻黄酒关联、从道家思想中探究黄酒文化，充分发掘当地黄酒故事，制作黄酒文创产品，推出独具特色的城市IP，以文塑旅、以旅彰文，进一步提升知名度、美誉度和影响力，不断吸引国内外游客，做大做强旅游经

济，带动旅游产业提档升级。

发展众创空间，建设黄酒文化景观园、植物园、黄酒美食烹饪、黄酒民俗复刻体验……巧妙嵌入黄酒符号以及加入有趣、有用的元素让传统文化精髓更好更快入脑入心。开发黄酒文化衍生品，设计黄酒文化纪念品、文创作品等，普及黄酒文化。借助抖音、微信、短视频等新兴传媒，拓宽宣传路径和广度，提升黄酒文化知名度、参与度。一旦“舞活”黄酒文化营销这个龙头，必将推动诗经传播、温泉疗养、乡村民宿、特色小镇、森林康养和画室写生等全域旅游产业快速发展。（作者单位：中共十堰市委党校）

### 推动形成房县黄酒全产业链

崔路露

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》指出，要壮大县域富民产业。黄酒产业作为典型的富民强县产业，要聚焦价值创造导向，提升品牌特色，从生产、市场营销和改革创新等维度精准施策。

实施“建链”行动，加强房县黄酒区域公共品牌标准化建设，根据《农产品区域公共品牌建设指南》要求，对黄酒品牌定位与规划、品牌核心能力提升、品牌传播等方面进行标准化建设，制订出台集体商标管理办法。

实施“延链”行动，从内涵上着力塑造品牌个性，深入推动黄酒与房县诗经文化、忠孝文化、流放文化、茶马文化深度融合，为品牌赋予独特文化内涵。从外延上提升黄酒的包装层

次，探索瓷器、玻璃等容器辅材封疆御酒的图案设计，既能有效保存黄酒的香味，更能与历史文化相映照。

实施“强链”行动，推进黄酒与旅游产业融合发展，建设农旅融合型、休闲康养型旅游度假村，努力实现黄酒产业发展与乡村振兴互相促进、互为支撑。抓好新产品开发，丰富产品种类，重视黄酒保鲜工艺研发，降低储运风险。鼓励企业抱团发展，发挥龙头企业引领作用，形成黄酒产业上下游集聚，实现信息、技术、渠道等资源共享。加强对接协调，积极与省厅部委、涉农科研院所、名酒企业沟通对接，在招商引资、项目申报、技术指导、品牌推介、科技创新、产学研融合等方面争取更多支持，推动整个产业链高质量发展。（作者单位：房县黄酒产业发展中心）

### 创新讲好房县黄酒产品故事

祝君

2021年发布的《中国酒业“十四五”发展指导意见》，首次提出了“高端化、年轻化、时尚化”的产业发展方向，这也是房县黄酒可以探索的发展路径和方向。

以绍兴会稽山为例，该企业先后做了很多年轻化酒的尝试，开发一日一重新型气泡酒，设立黄酒消费新场景，带给消费更新的体验，其单日抖音直播销量突破150万元。十堰的庐陵王酒业在产品创新上进行了积极的尝试，并取得了一些成绩，推出“樱桃醉了”等新品黄酒，获得年轻消费者的认可与喜爱。房县黄酒的产品创新可以从以下几个方面入手：

品种创新。针对不同消费群体口味和需求，开发多种类型的黄酒产品，如功能性

黄酒、酒庄酒、有机黄酒等高端产品，以及年份酒、浓汁酒、特型黄酒等中端产品，满足市场的多样化需求。

风味创新。通过大数据技术形成用户画像，精确定位现代消费者的口味偏好，针对性研发新的黄酒风味，如已有的“樱桃醉了”就是结合房县本地樱桃调制的果味黄酒，此外也可以开发其他清爽型、风味独特型黄酒，以吸引更多年轻消费者。

包装创新。注重产品包装设计，采用现代、时尚的设计风格，提升产品的外观吸引力。同时，提高产品便携性，例如设计适合装在随身小包和口袋里的小容量袋装黄酒，让消费者随时随地可以享受黄酒的健康美味。（作者单位：汉江师范学院）



庐陵王老黄酒

忠和黄酒尽显醇香韵味

策划:雷勇 马会俊 兰瑞文 统筹:李寅 王雁博 高敏 撰稿:段吉雄 设计:李小涵  
联办:市委政研室 市委党校 市社科联 市政府研究室 十堰日报社