



贵州茅台
KWEICHOW MOUTAI

贵州茅台

创新开放, 助推全球酒业高质量发展

2025年10月28日,在贵州省遵义市茅台镇,首届赤水河论坛在赤水河畔正式启幕。首届赤水河论坛由贵州茅台主办,以“天地位育”为主题,汇聚全球400余名酒企代表、文化学者及国际组织代表,进行多维度对话并发布实践成果,为全球酒业高质量发展提供新思路。

品牌创新: 跨界融合添活力, 文旅赋能助发展

品牌创新是企业发展的重要驱动力。首届赤水河论坛特别设置“名酒+文化”“名酒+美食”“名酒+时尚”三大跨界对话环节,充分展现茅台在品牌创新领域的积极探索。在“名酒+文化”对话中,茅台与法国干邑品牌卡慕探讨了如何将非遗工艺与现代审美结合;“名酒+美食”环节邀请米其林星厨现场演示酱香白酒与法餐的搭配逻辑;“名酒+时尚”对话则聚焦年轻化表达,茅台与设计师品牌合作推出“二十四节气”主题酒具,将东方美学融入日常生活。

这些跨界实践与茅台长期坚持的创新探索一脉相承。近年来,茅台通过多元化布局和数字化转型,持续提升品牌活力。在数字化领域,茅台打造“i茅台”数字营销平台,通过“生肖酒日期自选”“即时配送”等创新功能,服务用户超7800万,将传统酿造与现代消费场景相结合;在日常实践中,茅台持续推动产品创新与场景拓展,构建新消费生态,如举办歌手联名演唱会、短视频创作大赛,不断打破传统业务边界。茅台推出的文创产品“黄小西吃晚饭”,以贵州自然与人文景观为设计灵感,将酒文化融入旅游体验,成为“酒旅融合”的标杆案例。在本届论坛上,茅台还与法国国家品评鉴定酒类专家协会达成合作,探索白酒工艺与葡萄酒酿造的跨界融合,为全球消费者提供多元选择。

责任担当: 以生态守护为基, 以共享发展为本

作为赤水河孕育的企业,茅台始终将生态责任视为可

持续发展的根基所在,将绿色发展理念贯穿于生产经营全过程,以实际行动践行企业社会责任。

在本届论坛上,茅台联合20余家世界知名酒企共同发布《国际名酒赤水河宣言》,从生态、品质、消费、社会责任、科技创新、文化互鉴等8个方面提出倡议。以赤水河畔的世界酱香白酒核心产区为起点,为全球酒业高质量发展与酒文化交流勾勒行动框架。

宣言倡议与茅台长期坚持的责任理念高度契合。近年来,茅台实施了全方位的环保措施,包括投资建设先进的污水处理设施、推广清洁能源使用、开展节能减排技术改造等,不仅保护了赤水河流域的生态环境,也为中国酒业绿色转型发展提供了可复制的实践路径。今年7月,在MSCI(明晟)最新公布的环境、社会及治理(ESG)评级结果中,贵州茅台的ESG评级由BBB级上调至A级。茅台也由此成为白酒行业首家获评A级的企业。此外,茅台持续呼吁赤水河流域酒企共护生态环境,定期组织环保技术交流活动,持续推动设立“赤水河生态公益基金”,与云贵川三省相关方共同签署赤水河流域生态环境保护合作备忘录等,推动形成“共抓大保护、不搞大开发”的行业共识,彰显头部酒企业的责任与担当。

文化共融: 为行业交流建平台, 为文化对话架桥梁

文化传承与创新是茅台可持续发展的精神内核。通过推动中外酒文化对话,茅台不断丰富品牌的文化内涵,助力中国白酒提升国际影响力。

茅台打造赤水河论坛,不仅为行业交流搭建重要平台,

更为文化对话架设桥梁。茅台以和而不同的理念,推动中外酒文化在碰撞中寻找共鸣。论坛设置“中西酒香跨文明对话”分论坛,通过品鉴会、艺术展演等形式,展现东西方酒文化的独特魅力;设置茅台鸡尾酒特调环节,将酱香白酒与欧洲果香烈酒结合,创造出兼具东方韵味与国际审美的新式饮品。

茅台的文化IP矩阵在本届论坛上大放异彩。“茅台酒节”“红缨子高粱丰收季”等传统活动,通过非遗技艺展演、农耕文明体验,将酿造技艺升华为文化符号。论坛期间发布的《世界酒文化全球传播现状及趋势》报告指出,茅台通过海外社交媒体、国际展会等渠道,累计触达全球超2亿人次。

近年来,茅台以“文化出海”为抓手,积极提升全球影响力:亮相达沃斯论坛、APEC峰会,在巴黎举办中法美食节,通过“丝路情·飞天梦”敦煌壁画展、海外舞狮争霸赛等活动,将中国传统文化与当代艺术结合。2024年,茅台海外社交媒体粉丝量突破400万,品牌价值多年蝉联中国酒类企业榜首。其发布的《茅台玖章》企业文化手册,系统梳理了品牌文化内核,确立“顺天敬人、明理厚德”的企业价值观,为国际化传播提供坚实理论支撑。

赤水河畔的这场盛会,既是茅台对自身实践的一次全面总结,也是促进全球酒业协作的创新探索。通过论坛,茅台展现了传统酒企拥抱变革的决心,展示了以生态守护筑牢根基、以文化共融拓宽边界、以开放协作激活潜能的创新作为。茅台认为,唯有将创新基因、文化自信与责任担当深度融合,才能在全球市场中赢得持久生命力。未来,茅台将继续探索既扎根一方水土、又面向全球市场的发展路径,努力让中国茅台持续香飘世界。

数据来源:贵州茅台