



江记酒庄生产基地全景



梅见亮相国际舞台

梅见让『重庆味道』浪漫出海

核心提示

“重庆的美食在国际上很出名，现在重庆的梅酒，在国际上也很知名了。但我都不知道，这梅酒原来是重庆打出来的牌子。”

2023年11月，重庆市市长国际经济顾问团会议第十七届年会上，法国索德尚金融公司董事长兼首席执行官张如凌女士发出了这样的感叹。

张如凌所说的梅酒，正是梅见青梅酒。很多人与张如凌一样，并不知道这款全国“爆品”是从重庆成长起来的，是地地道道的“重庆牌”。为什么会有这样的误解？酒友们为何容易“会错地”？

相比沿海地区的起跑优势，西部地区的食品农产品加工业，常常受限于资金要素、人才要素、品牌要素的制约，很多食品农产品企业的销售半径短、品牌附加值低。所以，当一个全国化的爆品出现，消费者第一联想到的，往往是其出自北上广或者江浙沪等沿海地区。

梅见青梅酒从重庆出发，其跨山出海之路为本地食品农产品加工业带来了启发。而梅见所在的江记酒庄，旗下还有江小白高粱酒、米色米酒等一系列产品。作为渝酒龙头企业，江小白酒业目前已经成长为国内新酒饮板块的代表企业，是重庆食品农产品全国化全球化的探路先锋。

去年以来，重庆市提出着力打造“33618”现代制造业集群体系，食品及农产品加工业被列为三大5000亿级支柱产业集群之一。今年4月10日，全市食品及农产品加工业现场推进会在江津区举行，围绕做好“土特产”文章，深入实施“头羊计划”，全力推动食品及农产品加工业迈大步上台阶。

在这样的背景下，作为国内新酒饮产业代表，江小白还将跑出怎样的新可能？

带着东方的浪漫出海去

2022年12月，法国巴黎，在一场云集近百位顶尖世界名厨的晚宴上，梅见成为当晚唯一被作为佐餐酒的中国酒。事实上，这并不是梅见第一次在国外经历“大场面”。当年6月，梅见同样作为唯一获邀的中国酒类品牌，亮相巴黎卢浮宫“国际艺术联创巡展”；2023年4月，梅见也出现在联合国中文日交流活动现场。

在全球多种语言体系中，美食是不需要翻译的语言。如今，在法国梅见掀起了一场东方味道风潮，这个以红酒著称的国家正被带着东方文化与生活方式的梅酒所影响。

为何梅见能够带着重庆味道、重庆名片走向世界？

随着全球经济一体化进程的不断深入，作为中国西部地区的重要城市，重庆不断加快迈向世界的步伐。城市的开放格局为梅见的全球化进程提供了更广阔的发展空间和市场机遇，梅见也搭上了这列“内陆重庆”加快迈向“世界重庆”的列车。

《重庆市人民政府关于大力度推进食品及农产品加工业高质量发展的意见》指出，要坚持“立足本地”与“两头在外”相结合，充分利用国际国内两个市场、两种资源发展食品及农产品加工业。

作为重庆食品与农产品加工业的“爆品”品牌之一，梅见在陆续进入30多个国际市场的同时，也立足本地，在江津布局原料种植基地，组建农业种植专业合作社11个，优先吸纳周边农户以土地入股等形式加入合作社，带动当地发展高粱种植1万亩、青梅种植2500亩。

2023年8月，全球最大的坛藏年份梅酒酒窖落户江津，梅见首开中国年份青梅酒先河，由此推动形成中国青梅酒陈年价值体系，为国内青梅酒行业拓展了巨大的市场空间。

近年来，重庆正在加速建设内陆开放高地。梅见青梅酒墙内开花墙外香的故事，本质上也是一家企业围绕产业链不断开放，引入全球理念、资本、人才、资源等，在重庆汇聚新酒饮产业板块的创新要素，最终成长为该领域引领者的故事。

重庆“长”出了江小白

“一段消失的记忆，一枚随身携带的玻璃球，一个出现在幻觉里的少女……一个重庆的故事。”这是豆瓣网对动漫《我是江小白》的简介。

据悉，这部投资数千万的动漫，目前已经成为互联网各大平台上的高分作品，播放量达到数亿次。事实上，除了制作和城市风景相关的动漫，在《火锅英雄》《从你的全世界路过》等热门电影里，都可以看到江小白对重庆城市品牌的推广植入。

重庆是一座拥有悠久历史和丰富文化的城市，孕育了江小白这样一个充满地域特色的品牌。江小白深知地域文化对于品牌的重要性，因此在品牌建设中始终坚持传承和发扬重庆的文化精髓。

在产品设计上，江小白巧妙地将重庆的山水、美食、民俗等元素融入其中，使得每一瓶酒都承载着重庆的故事和文化。而在品牌传播上，江小白更是通过音乐、影视、艺术等多种形式，将重庆的地域文化推向全国乃至全球。

江小白酒业总裁助理樊力称，酒业品牌和酿造地的城市文化是天然的共生关系，就像波尔多的红酒、苏格兰的威士忌等。多年来，江小白非常愿意充当重庆城市形象推广的民间大使，拍动漫、投电影，真金白银地投入了近百亿元，甚至品牌内部的KPI之一，都有重庆元素的出圈。

可以说，是重庆孕育了江小白，而它又将重庆的地域文化向世界传播。



动漫《我是江小白》已经成为互联网各大平台上的高分作品，播放量达到数亿次

三种香型白酒精彩碰杯

很多人都知道，重庆江津位于中国白酒金三角区域，但很少有人知道江津区所在的区域，也是全国唯一的“浓香、酱香、清香”白酒产区。不过，这三种香型的白酒，在此前的数十年时间里却都是“各自飘香”。

如何利用这一地域优势，让三种香型的白酒得以“碰杯”，进而培育优势产业集群？这是当地白酒企业需要思考的问题。

去年以来，成渝地区双城经济圈建设成为重庆市委“一号工程”和全市工作总抓手总牵引。在这样的大背景下，江津江小白看到了时代赋予的机遇。

2023年11月，在自贡举行的推动川南渝西融合发展试验区建设2023年联席会议上，川南渝西融合发展试验区的三大知名白酒品牌（宜宾五粮液、泸州老窖、江津江小白）齐聚一堂。

“无论是川南片区的宜宾和泸州还是渝西的江津，因同处长江水系，在优质水源、适宜酿酒微生物繁衍的小气候等方面有很多共同之处。”四川中国白酒金三角协会相关负责人介绍，2022年，宜宾、泸州、江津三地白酒产业产值总和已超过3000亿元。宜宾是浓香型白酒的核心产区之一，泸州“浓酱双优”各具特色，江津则盛产清香型白酒。

三家酒企的“碰头”，是希望发挥全国唯一“浓香、酱香、清香”白酒产区的优势，加快培育食品饮料优势产业集群。

其实，早在2023年3月2日，四川省人民政府、重庆市人民政府就正式联合印发《推动川南渝西地区融合发展总体方案》，其中要求白酒产业发挥产区独特优势，建设全国领先的白酒生产基地和智能酿造基地。带动自贡、荣昌等地原粮种植、设计包装、基酒酿造等产业发展，提高白酒全产业链发展水平。

联席会议再次重申了《方案》的发展方向。三家酒企也很快完成了从“碰头”到“碰杯”的过程，距今短短半年不到，便已积极行动起来。

根据《江津区消费品工业“十四五”发展规划》，江津将利用其清香型白酒发源地和标准制定优势，以“渝酒振兴”为目标，以江小白为龙头，发展江津白酒产业，打造“重庆酒城”，建设中国清香型白酒优势产区，到2025年力争实现营业收入100亿元，有力助推“渝酒振兴”。

彭光瑞 汪正炜
图片由江记酒庄提供

链接》

油菜花田里吃火锅 这个农场入围世界建筑奥斯卡

这是两条看似完全不搭界的新闻。今年3月，一场持续一个月的油菜花田火锅节如期举行，53万名主城区市民驱车前往。在金黄的油菜花田里，摆出了百米长的超大型火锅宴；2023年7月，有着“建筑界奥斯卡”之称的世界建筑节WAF，公布了2023年建筑设计入选奖项，重庆一处项目入围候选名单，这也是近几年当地唯一入选的项目。

而这两则新闻却都指向了同一个地点——江津区永兴镇的黄庄村，江小白农场的所在地。在这里，占地一万多亩的高粱地里，密集分布着乡村酒馆、乡村艺术馆、珍稀植物种植区，甚至高粱地里还建设有造型各异的现代足球场、篮球场。

10多年前的黄庄村远没有如今光鲜，年轻人纷纷外出打工，土地闲置，乡村空心化特征明显。那么，今天的黄庄场景如何而来？

黄庄的变迁与本地酿酒业有着密切关系，通过第二产业带动第一产业，通过“企

业+基地+农户”的订单种植合作模式，这里成为江小白所在江记酒庄的产业链上游，通过发展酿酒高粱现已成为一座集高粱种植、酿酒生产、四季旅游功能为一体的自然公园。

一条产业链，与周边村民共融共生，带动三产融合。由江记酒庄这个“绿工厂”所带动的乡村乌托邦正一步步成为现实。

农工互辅、三产融合，自然与生产互利互助，黄庄村的十年乡村振兴故事，除了产业的振兴，还有乡村文化的振兴、乡村生态的振兴。每年这里都会举办江小白农场诗歌节、音乐节、乡村村晚等，黄庄村周边的村民都可以免费参与其中。

据了解，自江小白农场开园以来，已实现旅游综合收入1000多万元，带动周边群众就业超2000人。黄庄村现有近千户村民将土地流转出来，并在种植基地打工，两项收入使农户综合收益普遍超过3.5万元/年。



由江小白打造的金色酒庄入围世界建筑奥斯卡