



搭载高铁速度 传递“晋”酒醇香

——太原酒厂数实融合“酿”出老字号的新活力



冽冽晋泉酒，浓浓民牌情。5月18日上午，由晋泉酒业冠名的“太原酒厂晋泉号”G695次高铁专列，从太原南站隆重首发。乘着初夏的暖风，载着热情的旅客，这趟满溢着“晋泉醇香”的列车，向目的地广州疾驰而去。

行驶在高铁线上的“太原酒厂晋泉号”专列，搭载高铁速度，沿着两条线路到苏州、抵广深。一条北起太原，南至苏州，途经石家庄、济南、南京等核心城市，另一条从太原始发，过郑州、经武汉、越长沙，直达广州。这两条线路飞架南北，是“晋泉”老字号行走在各大都市间的移动名片，进一步拓展晋泉酒业的影响范围和市场半径。

“经过大数据测算，太原酒厂晋泉高粱白等拳头产品，在南方市场越来越受欢迎，占到了线上销售的80%以上，所以让‘晋’酒乘着高铁南下会友，是大势所趋，众望所归。”太原酒厂有限责任公司董事长张跃军说。多元化媒体营销组合拳将品牌元素与高铁充分结合，太原酒厂通过高铁沿线的高频曝光，为“晋泉”品牌提供高密度的有效人群覆盖和强劲的规模化势能助力，进一步强化品牌形象，将“晋”酒文化辐射至沿海地区，为“晋”酒复兴再添助力。



闯得出新路

“晋泉高粱白从酿酒源头抓起，原辅材料采购全部全国一流。酿造过程更是精益求精，将古代酿酒精髓和现代生态酿酒技术相融合，采用传统‘地缸发酵、清蒸二次清、一清到底’和‘双重陈酿’独特工艺，经过原料粉碎、堆积润糁、蒸料等30余道关键工序。”每天早晨6点到凌晨2点，太原酒厂4个抖音直播间滚动直播带货，从早到晚，直播间里人来人往，好评不断。“上线还不到半年，我们的抖音直播平台现在日销量可达30万至40万元。”负责太原酒厂线上运营的山西流霞电子商务有限公司总经理张玉宏介绍，2023年线上销售收入预计将占到酒厂全部收入的25%。

在国人的餐饮习惯中，酒水是不可或缺的搭配。对于太原酒厂这样的酿造企业来说，随着数智化浪潮的推动，白酒文化的传承和创新显得更为重要。

经过数智化改造，太原酒厂在销售端口控股成立自营电子商务公司，建起直播销售平台，打通交易中间瓶颈，面向消费者和最终经销商，让传统酿造企业完整进入了数字世界。张玉宏介绍说，“原来位于大东关街的厂区旧址正在抓紧改造建设，电商公司的直播工作室就建在那里，到今年年底将打造50余个风格各异的直播间，全平台推广我们的产品，省内其他白酒品牌也已经联系入驻了，最终要把它建设成省内最大的清香型白酒的直播带货基地。”

在生产端口，太原酒厂的数智改造更是风生水起。目前，已基本实现了酿酒资料数据化，产品周期管理及监测检测数字化，现场管理可视化，产品溯源透明化。

“搬迁到新厂区，我们收获了四大优势。”张跃军说，整个新厂区依山而建，处于山凹，有利于酿酒曲菌群发酵；专门修建酿酒用深水井，保证了水质；洞藏酒库的建成投用，更利于老酒的老熟和醇化；此外，周边地区自然环境良好，“再加上全产业链的数字化、智能化升级改造，产能和储能都有较大提升的同时，生产效率更高、成本更低，数实融合为企业后续发展积蓄了力量。”

“从制曲、浸粮，到蒸馏、勾调，再到储存、罐装，现在一瓶酒从工厂到餐桌，可以说全流程实现了数字化。”太原酒厂总工程师彭先生说，新厂区通过对信息系统的数字化改造、运用智慧化软件工具，一方面提升了酒厂的经营效率和管理水平，另一方面有助于实现产品的可溯源，对消费者来说是更有利的保障。

“目前，我们采用的是激光二维码防伪溯源系统，可以追溯到生产—流通—消费环节，不久的将来，通过工业互联网更进一步拓展应用，酿酒用的高粱、大麦、豌豆产自哪里，用了多少，消费者都能够清晰看到。”彭先生说。

说到亮点，那就不能不说说酒液AI质检了。在全自动高速灌装线上，通过反复调试，检出率可达到99.5%，提升不良品鉴别准确率70%以上。太原酒厂的检测设备利用高清相机对酒瓶内的白酒全方位拍摄，AI通过对相机成像图分析，确定酒液是否存在异物，如有异物可在操作台界面形成异物成像图，合格的正常放行，存在异物的则剔除处理，剔除的酒瓶再进入人工复检。一旁的女工说：“我们之前都是靠肉眼和白灯来检测，一个班得6个人同时工作，现在有了机器，一个班只需1至2人。”

“创新是融入到太原酒厂人血液里、渗透到骨髓里的东西。在当前实体经济转型升级的关键时期，唯有创新能够引领企业不断发展。同时我们要积极响应‘中国制造’的号召，创新实体经济经济发展方式，大力优化资源配置、引导要素合理流动，夯实基业，谋划转型，让太原高粱白酒成为飘香世界的亮丽‘名片’。”正如张跃军所说，太原酒厂不仅有着绵长的历史，更是一位在坚守中创新、发展，历尽千帆归来的时代弄潮儿，它将继续引领纯粮酿造、健康饮酒的酒业新风尚，成为老百姓喝得上、喝得好的当家酒。

本版图文由太原酒厂提供

