

特别报道

编者按

产业是经济之本。党的二十届四中全会将“建设现代化产业体系，巩固壮大实体经济根基”置于十二项战略任务之首。山西省委十二届十一次全会提出，要坚定有序推进转型发展，着力构建体现山西特点、具有比较优势的现代化产业体系。市委十二届十一次全会暨市委经济工作会议，则明确将“强力突破产业转型升级”列为十项重点任务之一。

作为新一年特别报道的开篇，我们聚焦山西老陈醋，关注这个最具地域特色的产业转型升级，近距离考察其“固本升级、创新育新、扩容提质、强基增效”，既是对中央及省委、市委精神的贯彻和呼应，又是对区域产业发展的调研与期冀，以资借鉴，以飨读者。

从品牌和产业集中度来看，“清徐老陈醋”几乎等价于“山西老陈醋”，而且这种集中度还在不断加深。产业链的区域集聚，持续夯实“中国醋都”这块金字招牌，也时刻演绎着行业的发展变化。“醋”往何处去？这个问题没有标准答案，但无论如何回答，最终必须交由市场验证。眼下的山西老陈醋，或者以太原清徐为龙头的山西食醋产业，正在经历“回答—验证”的实践环节。

“老醋”如何应对“新变”，一场传统产业转型升级的大戏，在醋香弥漫间悄然上演。2025年12月12日至13日，20余名食品科学、营养学、公共卫生等领域的权威专家齐聚清徐，有中国工程院院士，有天津科技大学、江南大学等高校的教授，还有中国食品科学技术学会等行业协会的嘉宾，共同参加“2025醋与健康论坛”并见证山西老陈醋保健康功能评价关键技术研究及产品研发项目启动。

这样的盛况，渐成常态。如今，太原市清徐县已形成以紫林、水塔、美锦、东湖为龙头，8家规模以上（年主营业务收入高于2000万元）醋企引领发展，42家食醋企业集聚的产业集群。2025年产食醋88万吨，占全国产量的20%、全省的80%以上，产值75亿元。与之相伴，科技研发、技术迭代、营销创新，以至人才储备、政策支持等多力累进，新旧市场的渗透率不断提升，线上销售额也突破2.3亿元，较2024年增长超30%。



生产革新 给“醋产业”装上科技引擎

从手工作坊到规模生产，从自然发酵到菌群精控，从单一熏醋到功能调配，生产端的循序演进为转型升级装上强劲引擎。

“我们是尝到科技助力甜头的。”山西省醋产业协会会长、紫林醋业董事长罗建纯介绍，建厂初期靠手工生产，2012年新厂投产实现机械化，“一台翻醋机相当于30个人的作业能力。”蒸料、发酵、熏醋，分别以糖化罐、酒精发酵罐、熏醋罐代替，缩短生产周期，也减少碳排放。

智能化进一步升级工艺。“我们自主研发了智能化酿造一体机，‘醇、熏、淋’三道核心工序首次实现集成操作。”罗建纯说。最近，又开发了数字化控制系统，把个体经验转变为工控数据，结合生物传感技术判断物料发酵状态，“5.0版的目标是无人参与，智能化发酵。”

微生物研究提供持续支撑。紫林醋业与江南大学、中国发酵院等20余所高校及科研机构合作，建起山西食醋行业唯一的微生物菌种库，不断破译影响食醋发酵及风味的“密码”——关键微生物菌群。国家级特种高粱育种及加工重点实验室、食醋发酵科学与工程山西省重点实验室，为创新筑牢基础。

“从原料入库到成品装箱，全程管道化运输，一粒粮都不落地。”水塔醋业负责人武峥兴介绍，全流程绿色化改造支撑了对生产环节严苛到极致的标准化管控。车间负责人张江川介绍，企业采用天然气锅炉与太阳能结合的蒸汽系统，改传统的炭火熏蒸为蒸汽熏蒸，“冷凝水回收循环利用，多余蒸汽还能供暖，蒸汽管网利用率达99%。”

酒精发酵、醋酸发酵、熏淋设备全部自主设计并拥有发明专利，各环节产能逐次提升。指着空旷却静谧的厂区，水塔醋业副总经理赵建强笑着说，“你能想象吗？就是现在，相当于400台混凝土搅拌机规模的发酵罐，正在车间里有序运转。”灌装生产线升级后，“灌装量翻倍，每小时3万瓶醋，每瓶醋上都有唯一身份ID，完全可溯。”

作为“后起新秀”，美锦醋业既具后发优势，又有资金支持，对传统酿造工艺全链条革新。“所有工艺体系自主研发”，美锦醋业食品安全总监王金花介绍，蒸料用高温高压蒸煮硫化技术；酒精发酵采用温控型酒精发酵罐与自动化搅拌设备，发酵周期延长至16天，酒醪更为醇厚；醋酸发酵用连续型不锈钢发酵池，熏淋用自主研发一体机，陈酿则以不锈钢晒池与太阳能玻璃房取代露天醋缸。这一套下来，“更卫生、风味也更稳定”。

“回归”清徐的山西老陈醋集团，“东湖”商标的持有者，埋头推进高端品牌“美和居”的陈一车间装备改造。中



自动化生产车间 本版摄影 邓寅明



紫林醋业“醋文化博物馆”

“老醋”新变记

——试看传统产业转型升级的一份“时代答案”

本报特别报道组 武永清 史鹏程 孙佳敏

小醋厂也不甘人后，辰洪百味年产3万吨食醋生产线、老武世家1.8万吨食醋酿造等项目正加快推动。今年，清徐县还重点推动省级陈醋智能制造技术创新中心建设、省级检验检测中心申报创建等公共服务技术提升项目。做强醋产业、做优醋经济，步履愈加坚实。

经营拓新 让醋的价值“溢”出来

人们更容易发现，接触老陈醋的生活经验也悄然“刷新”，比如在什么场景、用什么方式，甚或与什么人一起，感受到什么样的体验。武峥兴论断，“靠一瓶醋打天下的时代，结束了。”清徐醋企努力拓展链接、打破边界、叠加功能，让“一瓶醋”衍生出丰富的价值。

假期里到太原钟楼街、平遥古城等景点游玩，带“醋”字的店铺或招牌，一定会在你的视野中划过，甚至勾得你非得拉着家人朋友尝试不可。水塔醋业旗下的“醋恋”，就是个挺吸引游人的连锁品牌店，醋冰激凌最受欢迎，醋咖啡、醋奶茶等看似混搭实则几经调试的产品，颠覆传统又迎合“新人类”的消费需求。

不止可食，而且可玩。“醋恋”品牌和系列产品，是水塔

醋业在旗下4A级景区宝源老醋坊里探索出来的。借由与200多家省内外旅行社的合作，宝源老醋坊每年接待游客超过45万人，实现营收千万元级的增长，成了城市的特色文旅品牌。“原本只是展示生产工艺，没想到游客们‘追根溯源’后更想‘据而有之’。”武峥兴乐呵呵地说，“最畅销的是手工醋，前几天有个从西藏过来的游客团，单人消费超过了万元，解说员也是导购员，比企业中层管理收入都高。”

跳出“只酿好醋”的观念禁锢，影响力版图持续扩张。面向企业的订单快速增加，“康师傅、统一、白象等都是合作伙伴，2025年业务量预计达7000万元，今年冲刺亿元。”宝源老醋坊手工醋专卖店同时铺开，把太原的醋香带向山东、上海、广东等更广阔的市场。

紫林醋业则毅然打破壁垒，从食醋迈向调味品、健康食品，走出“高端化+多元化”的路子。对标国内外龙头企业，一脚踏入调味、料酒、酱油等市场，丰富产品线；潜心挖掘老陈醋的“健康能效”，捅开增长“天花板”，坚定向功能食品领域迈进。

“普通调味品供大于求，但高品质、标定特征成分的产品不多。”紫林醋业副总经理闫裕峰表示，企业的主营产品从调味品向健康功能食品升级，行业内首家在山西陈醋中标定总黄酮含量，推出党参黄芪醋、苦荞杜仲醋等食药同源醋产品，“跃入‘功能性食品蓝海’”。同时，与科研机构合作，开展调控血糖、血压、尿酸以及提高免疫力、酮源肽干预肠道菌群等前沿研究，开发胶囊、粉状和膏状醋基健康产品，甚至醋沐浴露、醋面膜、醋洗发露，不断延伸应用边界。

路径不一而足。东湖醋业（山西老陈醋集团）倾力提升品牌溢价，与之有着千丝万缕联系的美锦醋业，也把品牌及其变现潜力作为发力点。“‘山西老陈醋’自辨辨识度，为什么不能打造出像贵州茅台一样的品牌价值。”副总经理成岗直言，“我们要为这块金招牌做‘证明’，发力推到全国、全球。”

与此同时，多数中小醋企感受着传统增长模式的日渐艰辛，却意外在新市场打开了一扇不亚于大门宽度的“窗口”。在品质与口碑加持下，山西老陈醋切入陌生的流量市场，觅得另一种转化契机。

向“新”而奔 在流量时代勇立风头

御膳坊醋业，一度在清徐当地也默默无闻，却率先在“新浪潮”中异军崛起。“大约2020年起步，其他醋厂还没接触电商，我们是较早布局的。”公司负责人武燕清回忆。此前，他们对电商已有关注，突然遭遇线下流通困境，迅速转到线上，发力淘宝、京东等平台，掘得第一桶“流量”之金，此后又切入短视频平台，以直播矩阵再立风头。

“最多的一单是央视春晚的时候，电商平台向全国发送红包，‘酸甜苦辣’的‘酸’派给了我们，一下子涌进来60万单，从初二一直发货到元宵节。”提起“巅峰一役”，武燕清乐得合不拢嘴。当其他企业费尽心思揣摩规则的时候，他已经成了各平台“小二”的“红人”，“‘双十一’前后，9.6米长的快递货车单日连发5车，峰值4万单，平台就怕发不出货，我让他们放宽心，一件都不会拖。”



醋产品展示

“规则更新越来越快，有点赶不上变化了。”话虽如此，武燕清神色中依然透出一股自信劲儿，在手机上点开后台，“你看数据，我不藏着，一天5000单保底，在全国食醋行业遥遥领先，算是给山西老陈醋占住了阵地。”不过，这仍不是他的底牌，“要做到别人没有的特色产品，这样流量和单价才能双赢。”这位“弄潮儿”狡黠一笑，“至于什么产品，看我直播！”

占据传统渠道之利的龙头醋企，稍显迟滞，却未落下步伐。紫林醋业紧扣“稳”字诀，“传统媒体树品牌、电商渠道拓销路”双轮驱动，罗建纯讲，“我们冠名央视3套《越战越勇》《开门大吉》，推出30多组‘紫林号’高铁专列，在北京丰台站检票窗口投放广告，线下宣传覆盖面与投入力度居行业领先。”线下宣传与电商推广协同赋能，让紫林山西老陈醋连续六年稳居全国食醋品类销量冠军。

水塔醋业成立电商子公司，从起初年销售1200万元，到2025年底电商年销售额突破1亿元。“借势营销”的嗅觉也很敏锐，“太原打造‘歌迷之城’，我们联合制作‘山西特产包’免费发放，与明星合作定制宣传视频，最高斩获5000万次的全网曝光量。”赵建强说。靠70人的新建团队，美锦醋业不到一年就达成近亿元销售额，爆款单品“6度山西老陈醋”累计销量突破60万单。成岗信心满满，“‘95后’‘00后’已经成为消费中坚，今年我们全力以赴，创新精准对接新群体。”

清徐县拿出真金白银全力支持醋企发展。建设清徐老陈醋省级重点专业镇，打造“中国醋都·清徐乡村e镇”电商公共平台，清徐县醋产业中心主任刘小刚介绍，从高粱种植“春补基地、秋补企业”到电商、物流奖补，全链条助力醋企稳健发展。

大势汤汤，顺之者昌。清徐，这个山西老陈醋的发源地与集聚区，以主动应变焕发勃然生机。这场传统产业转型升级的实践，在验证“科技赋能、多元拓展、营销创新、政企同心”之效的同时，正深深镌刻下奋力奔行的“时代答卷”。