



重阳酿秋色 廿五载封坛

花冠把“储酒”酿成了鲁酒的时间名片

商报菏泽消息 秋到重阳,大野泽边酒香又起。10月18日农历重阳,第25届花冠九九储酒文化节暨第六届鲁酒振兴花冠高质量发展峰会在菏泽巨野举办。从2002年第一坛原酒入藏算起,花冠的九九储酒节已经走了二十五年,渐成鲁酒最具辨识度的文化IP。当年一场带着农耕意味的重阳封坛习俗,如今已被花冠做成集储酒、科研、文化传播、产业交流于一体的行业盛会:累计封存优质原酒突破5万吨,把“秋收、冬藏、陈化、老熟”的古法节奏,写进了现代白酒的品质时间表。

巨野县委书记楚德勤在活动中表示,花冠是巨野的骄傲、鲁酒的名片。二十五年来,企业从县级酒厂成长为鲁酒领军企业,既守住了六百年明代官酿非遗技艺,也建起了规模化、规范化的原酒储备体系,为巨野产业发展、就业增收和城市品牌提升提供了重要支撑。县委、县政府将持续优化营商环境,在要素保障、产业配套、品牌建设等方面支持花冠做大做强,鼓励企业在鲁酒振兴中挑大梁,为地方高质量发展贡献更大力量。

花冠酒业董事长刘念波说,花冠自2002年办首届储酒节以来,二十五届未断,靠的就是“不偷时间、不骗年份”。企业始终把品质放在前面:恪守浓香工艺,落地《花冠12683酿造标准》;岁岁封储,把老酒家底变成产品底气;诚信立身,成为山东首家年份酒双认证白酒企业;主动扛责,把企业成长嵌入鲁酒振兴大局。站在25年节点上,花冠不再讲花哨故事,而是用时间、标准和认证说话。



本届峰会的核心,是把“年份为证”从口号变成制度体系。总经理何华伟在高质量发展报告中披露,2026年花冠完成《花冠美酒·年份为证》《花冠12683酿艺集成体系》两大价值体系构建,完善单一年份酒企业标准,强化科研平台建设;推行控盘分利,把厂商关系从买卖型转向共同体;鲁雅香等核心产品销量和效益稳步增长,“雏鹰计划”落地,人才梯队进一步成型。

品质端的底牌,藏在12683酿艺里。花冠首席质量官罗明介绍,这一体系是对六百年明代官酿技艺的工程化拆解:1种牡丹春曲、2大核心窖池群、6轮次分层发酵、8段分段掐酒、3年起步陶坛储存。谷雨制曲,大野泽黄泥养窖,新酒酿完进陶



花冠的九九储酒节已经走了二十五年,渐成鲁酒最具辨识度的文化IP

坛库慢养——花冠现有13万吨储酒能力、5万吨老酒储备,陈化不是概念,而是流水线上的硬环节。

酒酿得好,还要走到人跟前。当天鲁酒铺子金牌店铺联盟体成立,总经理蒋晓莉等十位代表共同启动项目。它依托花冠5万吨老酒资源,做鲁酒特色连锁,扎进社区终端,把年份老酒从厂区仓库端到百姓餐桌,用沉浸式消费场景补上“好酒离消费者太远”这块短板,也为鲁酒振兴开出一条市场新赛道。

面向2027年,花冠排了六件事:厂商一体化、年份价值落地、12683贯穿全工序、终端精细化、消费者培育做透、总部转服务赋能型组织。话不多,意思很直白——存量竞争里,不比谁嗓门大,比谁老酒真、工艺稳、渠道实、顾客肯认。

中国食品工业协会白酒专家组组长高景炎认为,五万吨原酒加成熟储酒IP,让花冠有底气从区域强企走向全国鲁酒品牌;中国酒类流通协会副会长、秘书长邢春雷则表示,“年份为证”让年份酒有据可查,护的是消费者,立的是行业规矩。

一朵牡丹、一坛老酒、一座县城。花冠把重阳储酒民俗、明代官酿文脉、鲁雅香品类和巨野城市气质拧成一股绳,串起“文化IP—酿酒产业—文旅消费—就业税收”的链条。刘念波说“实实在在酿酒、实实在在储酒”,是企业给这道题最朴素的答案。

二十五届秋风里,花冠封的不只是酒,也是鲁酒的时间信用。接下来要看的,是这5万吨老酒能不能酿出品牌溢价,这二十五载薪火,能不能把“鲁酒领军”真正推向“全国知名”。

◎文 / 图 山东商报·山海新闻
记者 姚曼 发自菏泽巨野

