



美好生活新时代，祥酒潮起正当时

什么是美好生活？

美好生活是人们从古至今的追求，这种追求不仅是指物质上的享受，还包含着健康平安、幸福美满、家庭和睦、社会和谐等层面的精神需求，这也是中国五千年“祥文化”的核心内涵和传承价值。

在美好生活的新时代，自然离不开美酒相伴。文化独树一帜、品牌与众不同的祥酒，以物质美酒传承者和吉祥文化传播者的双重身份，在酱酒竞争进入“中场阶段”后焕发出强劲势能，迎来了潮起时刻。

麒麟文化，为祥酒品牌赋能



“麒麟踏祥云，人间百难消”。这是周朝时期，麒麟被姬姓奉为祖神后所流传的诗歌，从那时起，麒麟就被视为祥瑞文化的象征，一直传承至今，深受广大民众的喜爱和崇敬。

祥酒与麒麟，有着极为深厚的渊源，源自“嘉山祥水、麒麟之乡”，因“麒麟现、祥瑞至”而得名。象征吉祥、美好、幸福、平安和健康的麒麟图腾，不仅成为祥酒的文化符号与品牌IP，也让祥酒在文化名酒竞争的新时代，不断释放品牌张力，展现强大势能。

麒麟象征吉祥。传说中麒麟是岁星散开而生成，故主祥瑞，因此，古人认为，麒麟出没处，必有祥瑞。这种观念在数千年的传承中延续至今，在当今社会，人们更是用“麒麟呈祥瑞，吉祥福运来”来表达吉祥的好寓意和吉庆的好兆头。

麒麟象征美好。作为一只只有灵性的瑞兽，麒麟只在太平盛世的美好时代才会出现。在麒麟身上，积淀着中华民族的深刻记忆，寄寓了人们对于盛世中华、国泰民安的期盼，也蕴含着对于吉祥多福、美好生活的渴求。

麒麟象征幸福。在民间信仰中，麒麟还因其灵气和珍贵，被人们尊称为“万福之神兽”，能给世人带来幸福、祥和与光明，寓意着家和睦、爱美满、心平和、事业顺，也预示着将有喜事到来和好事发生。

麒麟象征平安。古人对麒麟的崇拜，也表达了祈求平安的朴素愿望。在国人的传统认知中，麒麟可以保佑家人平安顺遂、诸事顺利，能够祛除邪气、辟除不祥，为家人和朋友带来好的运势。

麒麟象征健康。相传麒麟的寿命很长，能活两千年，是健康、长寿的代表。民间有“麒麟送子”的说法，且送来的都是优秀贤良、身体康健的子嗣；麒麟还主长寿，有长命百岁，寿比南山之意，是子孙满堂、多子多福的吉兆。

麒麟献瑞，祥传万家。麒麟和祥瑞文化的加持，成就了“中国祥瑞之酒”的金字招牌，也是祥酒独有的品牌背书。致力于为消费者奉献文化名酒，为新时代创造美好价值的祥酒，已然成为国人必不可少的吉祥之酒、美好之酒、幸福之酒、平安之酒、健康之酒。



祥传万家，引领消费新潮流

“祥”字，始见于战国时期篆文。中国文字学的奠基之作《说文》对其释义为：祥，福也，表示好福气、好兆头。《吕氏春秋》中记载：“凡帝王者之将兴也，天必先见祥乎下民”，其意为国家将要兴盛之时，必定会有祥瑞的征兆出现。在数千年的历史演进中，“祥”成为中华文化的重要象征和美好生活的精神图腾，对祥文化的渴望与追求，也深深的根植于每一位中国人心中。

中国人向往祥文化、喜爱祥文化，并围绕“祥”文化创造出许多寄意托情的吉祥神、吉祥物、吉祥俗和吉祥图，设计出数不胜数的吉祥字、吉祥辞、吉祥语和吉祥联。千百年来，祥文化以千百种呈现方式，深入到国人的日常生活，贯穿于衣食住

行。从祥云、祥火、祥气到祥景、祥物、祥地，再到象征吉祥之意、祥瑞之兆的祥酒，无不表达出祥文化的丰富内涵和深入人心。

祥酒，被誉为“具有美好寓意的文化名酒”，又是一款“保佑人一生平安幸福的酒”，这不仅因为其骨子里天然带有能够打动人心的“祥文化”基因，

而且还将无形的吉祥意象融入到有形的产品中，满足现代生活中人们对美好生活的祈愿和祝福，在传统文化赋予新时代价值意义的同时，也从情感上直击当代中国人的心灵，与消费者产生了很强的心理共鸣。

祥至运转，万事皆顺；迎祥纳福，诸事如意。过去，人们在礼貌问候或互

相致意时，总是以“吉祥”二字来表达祝愿；今天，在物质和精神生活更丰盈的时代，敬祥酒，喝祥酒、送祥酒，成为一种新的时尚和新的潮流开始广为流传，举杯一刻，共享吉祥平安、幸福美满。因此，祥酒也成为国人餐桌上、礼品中不可或缺的酒品，受到越来越多消费者的喜爱和欢迎。



文化祥酒，致敬新时代美好生活

文化兴则国运兴，文化强则民族强。当下，中国特色社会主义进入新时代，人民群众对美好生活的向往和对文化复兴的期待，也赋予了以祥酒为代表的文化新名酒更大、更高的舞台。

作为中国祥瑞文化的

传承者和白酒文化营销的先行者，祥酒在不断做精、做好、做优品质，满足新时代美好生活物质需求的同时，也一直在不断创新，探索酒文化的深层表达方式，通过传递祥酒文化价值、丰富品牌文化内涵，打造高端产品形象等系列化

策略，把厚重的传统文化、祥瑞文化和中国酒文化，展现的更具时代新活力，传播的更加亲民、立体、鲜活。

更重要的是，随着消费需求变化和行业洗牌速度的加剧，未来十年，中国白酒行业必将迎来文化名酒的新风口，“文化破圈”也必然成为酒企竞争的新赛道。已然具备了吉祥文化基因、传统文化高地、时代文化向往三大优势的祥酒，正以提势聚能、蓬勃向上之势，在白酒行业树立起品牌新高度和价值认同感，并在消费者圈层成功实现了从“祥酒文化”到“文化祥酒”认知转变。

当白酒行业竞争从产品与品质上升到品牌与文化之际，能给经销商带来发展机遇、财富价值、利润收益，能够满足

消费者物质需求、文化追求和精神享受的祥酒，已经在众多酱香品牌中脱颖而出，爆发出愈加强劲的产品力，尤其是其产销两旺、供不应求的市场表现，预示着祥酒加速发展、全面爆发的阶段已经来临。

新时代需要文化新名酒，文化新名酒也必将“火”于新时代。坚定文化自信、高举文化酒旗的祥酒，以祥瑞文化为价值核心，以中国祥瑞之酒为战略定位，以中国文化名酒引领者为企业使命，以打造中国白酒祥文化第一品牌为发展愿景，不仅在四十年的坚守传承中，开创了中国白酒“文化名酒”的新时代，也为传统文化的弘扬和文化白酒的复兴，探索出一条特色化发展之路，提供了一个高质量的“祥酒样本”。

祥酒·1999

· ISGC 2022国际烈酒(中国)大奖赛 ·

(大奖)

山东红太阳酒业集团有限公司

