亮相APEC晚宴,交出“土特产”做成“世界酒”产业升级漂亮答卷

荔枝酿酒 岭南佳果再添文化名片

11月18日,在亚太经合组织(APEC)第三十三次领导人非正式会议欢迎晚宴的酒单上,一款来自广州从化的悦荔荔枝冰酒成为岭南美酒的代表亮相,迅速在全网出圈。

11月22日,记者实地探访荔枝冰酒生产厂家,探寻这款爆火佳酿背后的研发故事。这杯荣登国宴的荔枝冰酒,承载着千年岭南风物的底蕴,广货打造者精制168颗鲜荔的匠心,更是一方水土把“土特产”做成“世界酒”的产业升级答卷。

■本版采写:新快报记者 梁潇静 李佳文 林翠珍
■本版摄影:新快报记者 邓 迪



■亮相APEC欢迎晚宴后,荔枝冰酒引发广泛关注。

惊喜

“好像看到孩子终于‘功成名就’”

“销量暴增900倍真的把我们吓了一跳!”登上APEC晚宴后,荔枝冰酒迅速出圈,上周末早早就已经全线售罄。广州市顺昌源酒业有限公司董事长林士莹坦言,目前,工厂全员开启加班模式,不仅每日工作时长增加,周末也要加班赶产。

11月22日,新快报记者在荔枝冰酒的生产车间看到了一台全自动剥皮去核机器。当季采摘的新鲜荔枝正是通过这台设备剥皮去核、压榨,随后历经多道工序、数月酿造,才成为消费者手中的“APEC晚宴同款”荔枝冰酒。

一线员工邝女士告诉我们,如今一天产能可达一两万瓶,产量远超以往,其实目前荔枝冰酒酒液储备充足,主要受到包装材料的限制,需要等待预售。

产销两旺令邝女士和同事们都满心欢喜,“这款酒出圈了,我觉得就好像看到了孩子终于‘功成名就’。”邝女士回忆起从自己进来工作到现在,看着荔枝冰酒一点点做出来,就像看着一个孩子慢慢长大。“之前自己也喝过,当然希望这么好的酒能被大家知道。最近荔枝酒订单量大,我们加紧保供。

面对泼天的流量,林士莹态度鲜明,他立志打造长久的国货品牌,坚决不做昙花一现的网红产品。林士莹坚定地表示,接下来要继续做好品质,做好交货,做好服务,不要辜负消费者对我们产品的热爱。“他向消费者承诺:“我们保质保量保供,口感一丝不减,售价一分不加。”





■生产车间里,工人有序完成贴标、封装、检验、装箱等工序。

揭秘

为什么说168颗荔枝才能酿出一瓶荔枝冰酒?

以酒宴宾朋,来自广州从化的岭南荔枝佳酿,每瓶375毫升、酒精度12%vol,不添加香精与色素。酒厂的现场,新快报记者获得了一杯试饮品,轻轻嗅去,仿佛带着荔枝刚离枝头时的清甜果香。

“每年七八月荔枝应季采摘,鲜果随即榨汁、发酵,整个酿酒周期长达五个月,一般到接近12月才灌装成型、出厂售卖。”林士莹告诉新快报记者,荔枝酒需要经过16道酿造工序。此前,纯发酵高端荔枝果酒,没有成熟工艺可以照搬,企业从2010年起逐步攻破了低温发酵、冷冻浓缩、鲜果风味保留、无菌过滤等一道道技术难关。“我们花了整整十年,把一颗荔枝研究透,才能做出今天能够上得了国宴的这款荔枝酒。”林士莹表示。

为何不能冷冻荔枝、全年生产?

林士莹说,冷藏保鲜过的果实,香气会有所损失,冷冻保存后的荔枝酿出的酒会带一股“番薯味”,原有的花香、果香均受影响。“若用市面上销售的浓缩果汁,在经过杀菌处理、果汁活性成分受损后,发酵也无从谈起。所以我们一定是用应季鲜果制作。”

也有很多人疑问,这一瓶酒真的有168颗荔枝吗?

林士莹这样解释:168颗,约7斤荔枝(约25粒/斤)35%的出汁率后仅能得到2.45斤汁,三倍浓缩后0.81斤过滤及损耗后,约能得到375毫升的荔枝冰酒。所以说,168颗荔枝一瓶酒,是实打实投入的鲜果量。



发展

从本地鲜果到岭南文化符号 荔枝冰酒走向世界

从化地处北纬23.5°附近,是广州荔枝核心产区之一,全区共有近30万亩荔林,拥有桂味、井岗红糯、流溪红荔等特色品种。但荔枝成熟期集中、鲜果销售窗口期短,采摘后保鲜难度高,价格也容易受产量、天气和供需影响。“鲜果卖一季”,曾是荔农绕不开的难题。

深加工,正是破解这道题的钥匙。

把鲜果酿成酒,销售周期从当季延长到全年,荔枝得以突破时令限制。“当初我们想到做荔枝酒,并不只是想生产一款新的酒,而是因为从化有这么好的荔枝资源。”林士莹表示,制作的初衷是希望通过酿造技术把荔枝的风味留下来,让它一年四季都能被品尝,让本地荔农有稳定销路,让岭南风味走向世界。据了解,荔枝冰酒已出口至22个国家和地区。

目前,从化已形成“种植+加工+电商+文旅”完整链条,多家企业开发了果酒、冻干荔枝、荔枝饮品、荔枝美妆等三十多种衍生产品,荔枝精深加工率位居全国前列,让大量错过鲜果最佳行情的荔枝实现价值二次提升,也为果农拓宽销路。

这条从“枝头”到“日常”的路,与广东“百县千镇万村高质量发展工程”的方向高度契合:通过科技赋能特色农业、推动农产品精深加工、培育地方特色农业品牌,把资源优势转化为产业优势,让荔枝不只鲜甜一季,更能飘香四季。

从岭南枝头到国际餐桌,一颗荔枝成为“广货行天下”的生动注脚——它既是农产品,也是文化符号;既进商超,也上宴席。来自从化的荔枝冰酒在APEC晚宴亮相,让岭南物产与国际交流的场景产生连接,让世界从一杯酒中品味中国风土、感受岭南文化,这杯酒正是一张带着果香的岭南文化名片。

市场

亮相广州文交会 现场仅作展示,一瓶难求

11月19日,话题“APEC晚宴用荔枝冰酒销量暴增900倍”引发关注。11月20日开幕的2026广州文化产业交易会上,广州礼物展位上的荔枝冰酒吸引了络绎不绝的观众。展位工作人员表示,目前这款冰酒现货已经售罄,文交会上也仅作展示。需要购买的市民线上下单后需要等15天左右的时间。

11月20日晚,广州礼物小程序上新了荔枝冰酒限定版,酒瓶是广州塔的模样,售价去到398元,但同样是15天预售期。抱着要“尝鲜”的心态,观众们即使买不到现货,大部分也会立刻扫码买预售产品。来文交会摆摊的湖南客商高先生表示,自己在社交媒体上不断看到荔枝冰酒热卖的消息,想着买两瓶作为手信带回家,没想到只能空手而归。“岭南的荔枝如此出名,荔枝酒作为广州的手信真的太具有代表性。现在还上了国宴,我相信还能火很久。”

广州礼物方面为本次有多个广货登上了APEC的外交主场感到荣幸。“欢迎广州设计、广州制造的高品质广货放到‘广州礼物’平台,我们也期待‘广州礼物’这个平台能够让更多的广州名牌产品走向世界的舞台。”