

广东酒业简讯

第 187 期

(2019 年 第 3 期)

广东省酒类行业协会秘书处编

2019 年 4 月 12 日

【本期摘要】

- ☆ 2019（春糖）中国葡萄酒协会联盟成员会议在成都召开
- ☆ 财政部 税务总局 海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告
- ☆ 热烈祝贺广东酒企荣获 2018 年度青酌奖、最美酒瓶奖等荣誉
- ☆ 热烈祝贺协会常务副会长曾钧当选为政协第七届梅州市委员会常务委员
- ☆ 再创新高，广东凤城液以 38880 元拍卖
- ☆ 小花样春糖大动作，擘画花酒产业新未来！
- ☆ 对话中外名庄，“陈太吉酒庄”以使命担当走向世界
- ☆ 立足上游优质资源，天诚的品牌精品化与运营多元化将持续进阶
- ☆ 新·赋能 品·未来十六区品牌战略升级发布暨客户答谢晚宴圆满举行
- ☆ 龙程酒业荣获 TWE 颁发“优秀进口商奖”、“最佳法国酒合作伙伴奖”
- ☆ 2019 顺昌源酒业干白荔枝酒斩获第十届亚洲葡萄酒质量大赛银奖
- ☆ 『存世留香·名酒库』 0755002 号店开业啦！

本期目录

行业信息.....	3
3 月酒类商品电商价格统计表	3
2018 年 1 月中国啤酒进出口数据	3
协会动态.....	4
3 月协会活动简讯	4
热点关注.....	5
2019 中国糖酒食品行业名企云商领袖峰会：十位大佬看未来十年	5
2019（春糖）中国葡萄酒协会联盟成员会议在成都召开	8
老酒市场指数发布：谁在买？涨势如何？千亿有多远？	8
政策法规.....	10
财政部 税务总局 海关总署	10
关于深化增值税改革有关政策的公告	10
钟律师讲法答疑之案例分析（二十）	12
会员动态.....	14
热烈祝贺广东酒企荣获 2018 年度青酌奖、最美酒瓶奖等荣誉	14
热烈祝贺协会常务副会长曾钧当选为政协第七届梅州市委员会常务委员	15
再创新高，广东凤城液以 38880 元拍卖	16
小花样春糖大动作，擘画花酒产业新未来！	16
对话中外名庄，“陈太吉酒庄”以使命担当走向世界	17
立足上游优质资源，天诚的品牌精品化与运营多元化将持续进阶	18
新·赋能 品·未来——十六区品牌战略升级发布暨客户答谢晚宴圆满举行	19
龙程酒业荣获 TWE 颁发“优秀进口商奖”、“最佳法国酒合作伙伴奖”	20
2019 顺昌源酒业干白荔枝酒斩获第十届亚洲葡萄酒质量大赛银奖	21
『存世留香·名酒库』0755002 号店开业啦！	21

行业信息

3 月酒类商品电商价格统计表

单位：元

酒品 \ 商家	京东超市	天猫超市	1919	酒仙网
500ML 53 度飞天茅台酒	无	无	无	1499
500ML 52 度五粮液普五	929	919	969	949
500ML 52 度泸州老窖国窖 1573	969	889	1078.2	888
500ML 52 度剑南春水晶剑	439	419	425.4	398
500ML 50 度古井贡酒年份原浆（古 5）	178	178	无	158
500ML 52 度泸州老窖特曲	219	218	262.3	218
480ML 52 度天之蓝	329	369	465.6	319
500ML 53 度红花郎十年陈酿	398	无	338	318
500ML 53 度汾酒青花 20 年	438	418	无	428
700ML 轩尼诗 XO 干邑白兰地	1408	无	1590.1	1499
700ML 轩尼诗 VSOP 干邑白兰地	415	无	551.3	419
700ML 蓝带马爹利干邑白兰地	1220	无	1376.6	1263
700ML 人头马 XO 特优香槟干邑白兰地	1439	无	1499	1410
700ML 人头马 VSOP 特优干邑白兰地	438	无	418	419

年份酒、搭售、非自营不计入统计中，价格仅供参考。

（数据来源：互联网）

2018 年 1 月中国啤酒进出口数据

2019 年 2 月，中国进口啤酒 3.6783 万千升，同比增长 22.2%；金额为 2.8681 亿元（人民币，下同），同比增长 23.4%。

2019 年 1-2 月，中国累计进口啤酒 9.3117 万千升，同比增长 3.8%；金额为 7.1919 亿元，同比增长 9.1%。

2019 年 2，中国出口啤酒 2.434 万千升，同比下降 3.7%；金额为 1.0703 亿元（人民币，下同），同比下降 2.8%。

2019 年 1-2，中国累计出口啤酒 5.838 万千升，同比增长 5.3%；金额为 2.5019 亿元，同比增长 2.9%。

来源：中国国际啤酒网

3 月协会活动简讯

2019 年 3 月 6—8 日，“2019 广东酒业大会暨四届三次会员代表大会”在广东河源市召开。本次大会由广东省酒类行业协会主办，山西杏花村汾酒销售有限责任公司独家赞助，广东龙泉名品贸易集团有限公司协办。广东省酒协会员、理事、常务理事、副会长、常务副会长、执行会长、监事、特邀嘉宾、各地市（县）区酒协会长、秘书长，全国著名品牌酒厂家代表和媒体朋友等共计 500 多人出席。

2019 年 3 月 9 日，“中国明代两大杂粮老窖暨 600 年永乐古窖新品品鉴会”在广州盛大召开，中国酒类协会专职副会长刘员，中国酒类流通协会秘书长秦书尧，省酒协会长彭洪等出席品鉴会。

2019 年 3 月 11 日，由保加利亚驻华大使馆主办，广东省酒类行业协会、保加利亚维克多有限公司、南京搜多联合承办的【保加利亚葡萄酒产区-品鉴会】在广州富力君悦大酒店圆满结束！保加利亚驻华大使 Porozhanov GRIGOR KALINOV、保加利亚驻上海总领事馆参赞 Kostadin Djatev、广东省酒协会长彭洪出席活动并致辞，广东省酒协葡萄酒分会秘书长陈泳作产区及品鉴分享。

2019 年 3 月 15 日，省政府外事办公室美洲与大洋洲处陈莉副调研员到访广东省酒协，受到彭洪会长及协会秘书处全体人员的热烈欢迎。陈莉副调研员就该处负责区域的相关政策、职能和服务内容进行解读。彭洪会长介绍了广东省酒协的基本情况以及协会可承接政府购买服务等情况向陈副调研员汇报。双方就各自职能范围内在美洲与大洋洲区域的商务交流、经贸合作等方面进行了广泛的交流，并达成共识。

2019 年 3 月 18 日下午，由椰岛酒业冠名，河北板城酒业协办，新食品杂志、糖酒快讯主办的“十人看十年——2019 中国糖酒食品行业名企云商领袖峰会”在城市名人酒店举行，会长彭洪受邀出席。

2019 年 3 月 20 日，2019（春糖）中国葡萄酒协会联盟成员会议在成都召开，葡萄酒分会秘书长陈泳出席会议。

2019 年 3 月 20 日，“百亿商源 千商共好”商源集团平台+战略发布会在成都召开，中国酒类流通协会会长王新国，中国酒类流通协会秘书长秦书尧，四川中国白酒金三角酒业协会秘书长李富荣，中国酒类流通协会副秘书长赵禹，省酒协会长彭洪等 300 多位嘉宾出席了本次战略发布会。

2019 年 3 月 23 日，2018 年度全国酒行业职业技能培训和鉴定工作座谈会在酒城泸州召开。来自全国 21 个省市酒业协会 11 家培训机构共计 40 余人参加了本次会议。会长彭洪受邀出席。

2019 年 3 月 26 日，商务部国际商报社广东站站长张光建到访广东省酒协，受到彭洪会长及协会秘书处

全体人员的热烈欢迎。张站长介绍了国际商报的职能、服务对象和内容。彭洪会长分别通报了协会基本情况及协会接下来的重点工作。双方还就如何充分发挥媒体作用促行业发展，特别是在推动振兴粤酒系列活动及广东酒类营商环境等问题进行了广泛的交流和探讨，并达成共识，为推进下一步的工作奠定了基础。

2019年3月26日，广东省酒协葡萄酒分会秘书长陈泳及广东环宇丰物国际贸易中心董事长肖立睿等一行前往协会副会长单位：广州保税区（国际）酒类交易中心进行会员互访，受到吴小武副会长的热情接待。双方就葡萄酒进口报关、仓储、物流等方面的合作进行沟通和交流，并达成共识。

2019年3月26日，“第六届（2019）啤酒产业创新技术研讨会”在广州召开。会长彭洪出席会议。

2019年3月30日，广东省酒协组织会员参加“2019首届中国·英德红茶头采节”，多家会员企业积极响应。本次活动意在探索酒茶的跨界融合，拓展经营合作，共谋发展之路！

来源：广东省酒协秘书处

热点关注

2019 中国糖酒食品行业名企云商领袖峰会：十位大佬看未来十年

3月18日下午，由椰岛酒业冠名，河北板城酒业协办，新食品杂志、糖酒快讯主办的“十人看十年——2019中国糖酒食品行业名企云商领袖峰会”在城市名人酒店举行，作为本届糖酒会最具话题性和思想分量的顶级“大咖擂台”，因为嘉宾构成的重磅性和话题维度的丰富化，被誉为央视《开讲啦》栏目的酒业版。

站在春天看未来，云商领袖峰会起航正当时

纵观过去，中国酒类行业在一个又一个十年周期里曲折前行，如今我们用整体复苏来形容当前的酒业圈，但在这一轮调整周期里，新旧模式、新老品牌以及新老品类间正经历前所未有的冲突。因此这是一个最好的时代，消费者掌握主动权的态势下，对任何品牌似乎都一视同仁，高质量消费观和消费升级愈发多元化的环境下，我们将再次看到行业的“百花齐放”。

但在信息大爆炸的冲击下，酒类行业要处理的变化呈现小周期、快更迭的特征，即使名酒巨头也要俯下身来审视变化，行业红利与产业温床将面临新的分配方式。如今庞大的糖酒食品行业，又将怎样面对自己的未来十年？今年春天，全国糖酒会将迎来第100届，我们是否再次站在希望的田野上？

本次峰会上来自名酒品牌、省酒龙头、酒业新零售以及跨界巨头等层面的嘉宾，为行业带来了他们眼中未来十年的模样，任兴洲、吴向东、张正、杨陵江、李士伟、马金全、张春生、胡峰等大咖纷纷登台，这些当前行业中的弄潮儿和领军者，让我们看到了中国酒业继续成长的曙光和动力。

中国酒业协会常务副秘书长何勇在致辞中指出，在第100届全国糖酒会这一极为重要的时刻，用一场

思想盛宴为中国酒业的下一个十年问诊把脉，具有很强的指导价值和现实意义。作为本次活动的总策划，九石机构总裁、新食品杂志社社长、糖酒快讯 CEO 向宁则用“引领行业看清未来十年是一种责任”来形容此次峰会召开的必要性，而用穿透未来的眼光看酒业舞台，才能够收获美好与期待。

会上，**原国务院发展研究中心市场经济研究所所长任兴洲**解读了宏观经济目标下各项政策将带给酒业的影响。她认为政府优化酒企发展环境，激发市场主体活力将有利于酒企的发展和公平竞争，而减税降费较大幅度降低酒企生产经营成本，并且通过让融资环境得以优化，落实民间投资支持政策以促进酒企投资，加之内需活力的释放将促进消费提升，有利于酒水市场的扩容。

行走的行业超级 IP，鼓舞人心的未来之说

当**金东集团兼华致酒行董事长吴向**站在云商领袖峰会的舞台上时，他用“存活几百年的公司，大多数都是做酒的”这句亚马逊创始人贝佐斯说过的话为开场词，带给行业巨大信心，在他“天下美酒，唯醇不破”的讲述中，中国白酒找到了走向世界舞台，并且收获品牌口碑的重要砝码，而中国社会白酒的丰厚底蕴下，社会精英，商业骄子每年消化数以万吨美酒的现实，让我们理应看到更加美好的未来。

与此同时，**中粮酒业副总经理、长城葡萄酒、中粮名庄荟总经理李士伟**带来了他的中国葡萄酒发展解读，他认为 2019 年将是一个真正布局未来的好时期，特别对于中粮来说，在 2018 年实现了从风土长城到文化长城的转变后，2019 将是创新长城的历史起点，要继续以文化长城作为品牌依托，实施“广深专精”策略，成立专卖店发展部，新零售与 KA 渠道发展部和餐饮酒店渠道发展部进行专业挖掘深耕，由此迎来未来十年的“红金时代”。

作为去年最忙碌的酒业领导人，**椰岛酒业董事长马金全**用自己的行动诠释了当前中国酒业的再次繁荣。在他看来，现在白酒竞争已经进入到白热化境地，如今推广白酒是非常难的，未来随着国家健康生活品质提升，整个推广方式一定会更加理性和商业化。这一背景下经销商在卖酒时第一要有耐心，一定要把自己渠道修炼好，这就需要把渠道运营好，同时把 C 端做好，并具备实现品牌推广的核心能力，它包括有自己的团队和自己的管理系统，不仅仅拥有渠道的无缝隙覆盖，还要对 C 端消费者和核心群体进行培育互动体验，由此才能够拥有核心竞争力。

以最佳舞台和强大信心，演绎名酒复兴与省酒突围

在全国名酒的强势压进下，另外一批企业则站在了抉择的关口，它们便是老名酒品牌和省酒龙头们，对品牌攻守的研判关乎它们未来十年的生死。

在本次云商领袖峰会上，**陕西西凤酒集团有限责任公司党委书记、董事长张正**就以《新时代下的名酒回归》为题发表演讲，表示西凤将始终坚守名酒的责任，以匠心打磨精品，做到以品质彰显价值，同时抓住最大公约数，画好最大同心圆，做好行业朋友圈，结成更加紧密的命运共同体，推动白酒行业友好共进，协调发展。

而来自河北和山东的省酒代表**板城酒业**和**花冠酒业**，则讲述了关于省酒突围的未来之路。**板城酒业总经理张春生**指出，板城将通过构筑价值认同、文化认同来实现企业的十年战略，并提出了打造中国柔顺浓香第一品牌的战略构想，这对于拥有“中华老字号”和“国家非物质文化遗产”头衔的板城来说势在必行，从而在行业结构性增长中实现全国化布局。

花冠集团总经理冯震则道出了山东白酒龙头花冠的新声，他在《省酒打造与鲁酒全国化》的演讲中，像我们展示了鲁酒振兴的力量，对此他从挑战和机遇、如何做强鲁酒极其全国化实践，以及花冠集团正在推进的举措入手，分析了山东白酒的未来发展方向。

超商们的觉醒和跨界巨头的悄然布局

今年春糖，对于传统气息浓郁的酒类行业来说，手握年轻化、数字化营销等关键技能的百度，定然将

用其数据化优势对传统格局带来冲击，此次云商领袖峰会百度大客户销售部整合营销策略总经理许峰带来了《酒类营销指数发布》，其中涉及的互联网营销及 AI 时代的典型特征，都为白酒行业的发展带来了巨大启示，他希望通过百度的大数据能力和百度的技术赋能给整个酒类行业带来一个新的春天。

而作为白酒行业的资深大商，在业内有着三十年从业经历的**广东粤强酒业掌门人王富强**也带来了他的“未来之说”，他希望从业者能够用初心、匠心和善心来处理现在与未来的关系，新时代的酒业人，特别是经销商不仅要以初心站在消费者角度卖好酒，更要以匠心传承中国酒文化，讲好酒故事，推动中国酒文化走向国际，在将西方酒文化引进中国的同时，也担负将中国酒文化推向国际舞台的使命。

在**酒仙网创始合伙人魏志国**看来，未来酒业一定是品牌化、规模化、连锁化，就像中国药业一样，只有实现品牌化、规模化，例如出现一千家以上乃至五千家以上的连锁化统一经营才能更好服务消费者，且未来酒业一定会出现 2 到 3 家全国性连锁企业，在新零售这条路上，它是一个全能比赛，不是简单开一家店那么简单，需要用很多方法赋能门店，并且他认为未来没有零售能力的传统代理商一定会被品牌厂家淘汰掉。

在本次云商领袖峰会期间，大会组委会还为行业代表品牌和产品颁发了“云鼎奖”，用以表彰获奖企业在品类创新、品类引领以及酒类市场拓展等方面做出的杰出贡献，其中河北板城酒业、海南椰岛酒业、富邑集团“活酒鉴”、王茅酒以及钓鱼台·珍品壹号分别代表各自领域收获大奖。

附录：嘉宾名录（排名不分先后）

原国务院发展研究中心市场经济研究所所长任兴洲；

陕西西凤酒集团有限责任公司党委书记、董事长；陕西西凤酒股份有限公司党委书记、董事长张正；

金东集团董事长兼华致酒行连锁管理股份有限公司董事长吴向东；

贵州茅台集团健康产业有限公司董事长范志雄；

中粮酒业副总经理、长城葡萄酒总经理、中粮名庄荟国际酒业有限公司总经理李士伟；

百度大客户销售部整合营销策略总经理许峰；

1919 酒类直供董事长兼总裁杨陵江；

海南椰岛酒业董事长马金全；

河北板城酒业党委书记、总经理张春生；

花冠集团总经理冯震；

广东粤强酒业有限公司董事长王富强；

酒仙网创始合伙人魏志国；

广东省酒类行业协会会长 彭洪；

海南椰岛酒业发展有限公司市场中心总监王丽红；

北京玉叶康宝贸易有限公司总经理鄢奎平；

九石机构总裁、新食品杂志社社长、糖酒快讯 CEO 向宁；

酒业战略咨询专家、成都尚善品牌管理公司董事长铁犁；

新食品杂志执行总编、糖酒快讯网总编辑刘贵洪；

来源：凤凰网酒业

2019（春糖）中国葡萄酒协会联盟成员会议在成都召开

从六年前的春糖成都狮子楼，在亚洲第一所葡萄酒学院的创建人、中国葡萄酒行业教父、多次被提名中国工程院院士的葡萄酒行业科学家李华(博士)提议发起成立一个遍及全国的葡萄酒行业联盟连接供给端与市场销售端和消费者消费端；到五年前春糖成都“CWAA 中国葡萄酒协会联盟”正式法律备案、第一次发起人大会正式召开宣布成立；到今天第五次(春糖)联盟成员会议召开 CWAA 已经走过了五个年头。

时至今日，“CWAA 中国葡萄酒协会联盟”已发展为成员包含“广东省酒类行业协会、香港酒业总商会、香港葡萄酒商会、江苏省酒协行业协会、河南省酒类行业协会、湖南省酒类行业协会、长沙酒业研究院、福建酒业文化研究院、广西省酒类行业协会、成都市葡萄酒协会、石家庄葡萄酒行业协会、重庆葡萄酒商会、深圳市葡萄酒协会、汕头酒类行业协会、海南省葡萄酒协会、宁夏银川葡萄酒协会、甘肃酒类商品管理局、新疆吐鲁番葡萄酒协会、内蒙古乌海自治区酒局、辽宁桓仁葡萄酒局、宁夏葡萄酒管理局....等全国近 50 家来自葡萄酒消费区域、中国精品葡萄酒产区、进口葡萄酒主要口岸区域的酒类和葡萄酒类行业协会联盟成员！

昨日席康先生经联盟主席团提名，并通过联盟成员表决通过，在中国葡萄酒行业教父李华(博士)当场鉴证下，接过“中国葡萄酒协会联盟”会旗，当选“中国葡萄酒协会联盟.轮值主席”！

“CWAA 中国葡萄酒协会联盟”存在和发展的文化基因在于他的博大胸怀、在于他的文化包容、在于他的自信。中国精品葡萄酒产区和进口葡萄酒主要口岸，是以推广所在协会自身产品为主，但绝不排外和拍他；中国葡萄酒主要消费区域，流通和消费来自世界各地的美酒佳酿，但也同样可以流通和消费高性价比的中国精品葡萄酒，这才是 CWAA 之魂！

今年“CWAA 中国葡萄酒协会联盟”将正式成为“中国科学技术部”下属全国非盈利行葡萄酒行业组织，即将迎来的这一伟大时刻是为今年 6 月末的 2019 年联盟大会和第五届产销论坛会议献上的一份厚礼！

来源：糖酒快讯

老酒市场指数发布：谁在买？涨势如何？千亿有多远？

3 月 24 日，第 13 届国际酒业博览会在泸州隆重召开，中国酒业协会联合歌德盈香，正式发布了《中国老酒市场指数》报告（以下简称“报告”）。

《报告》通过老酒行业大数据及市场精准调研，全面回顾近五年中国老酒市场发展历程，从老酒市场规模，老酒价格指数，老酒消费者指数，老酒市场趋势等维度总结行业特点，并预测未来 3 年老酒市场发展趋势，这也是酒类行业首次针对老酒市场发布的权威性报告。

看市场：500 亿老酒市场火了

近几年，随着老酒热的兴起，老酒市场逐渐从私人爱好发展成圈子爱好，并随着市场规模的不断扩大，成为了酒行业极重要的一个细分市场。

《报告》显示，2013-2018 年，茅台、五粮液、汾酒、泸州老窖、剑南春、洋河、古井贡、郎酒、西凤、董酒等品牌的老酒市场规模持续扩大，特别在 2016-2017 年，老酒的市场规模涨幅高达 85%，2017 年的市

场规模达到 370 亿元，18 年达到 500 亿元。

看价格：涨势如何？

陈年名酒具有高品质、稀缺性的特征，极具收藏和品鉴价值，备受白酒爱好者和投资界、收藏界的关注，逐渐成为新兴收藏门类以及拍卖市场的新宠。酒企对老酒业务和老酒文化推广日益重视，以歌德盈香为代表的老酒运营商对老酒业务开展的规模化运营，推动老酒市场不断发展。

《报告》指出，以 2013 年为初始 1000 点计算，在 2013-2018 年，老酒市场价格处于快速的上升期，老酒价格年度平均涨幅 32.86%，年度最高涨幅 50.23%，年度最低涨幅 22.04%。2018 年，老酒市场指数增长到 4080，5 年增长了 4 倍。

以 1991 年飞天茅台 53 度 500ml 为例，单瓶年价格平均涨幅 50.22%，在 2016-2017 年期间，年化价格涨幅高达 117.65%。

看指数：两大特性吸引老酒消费者

随着中国居民消费能力的提升和消费结构升级，大众对老酒的消费需求也在日益增长。《报告》指出，老酒的消费人群越来越年轻化，老酒的应用也更多元化场景化。

老酒的两个独特属性得到了消费者的普遍认可，一是老酒的投资收藏属性，老酒越存越珍贵；二是老酒的品鉴属性，老酒越陈越香。

看买家：2018，购买老酒最多的是谁？

本次报告，通过对歌德盈香 50 万高端老酒消费者进行大数据分析，首次对老酒消费人群画像等进行了较为详尽的归纳。

随着老酒的市场越来越大，国人对老酒的认可也在逐渐加深，老酒的消费场景也更加多元化；研究报告显示，2018 年，18-40 岁消费老酒的中青年人群占整个老酒行业消费人群的 67.61%，其中 18-30 岁老酒消费年轻人群高达 27.66%。

看趋势：千亿老酒市场，还有多远？

随着 2017 年老酒热的出现，2018 年老酒市场更加活跃。《报告》显示，2018 年，老酒的市场规模已经达到 500 亿元。未来的 3 年，老酒价格不断上升，消费人群持续增加，老酒市场规模也会不断扩大。2021 年，老酒的市场规模将达到千亿。

老酒品鉴收藏的市场规模巨大，价格“涨”声不断，消费崛起，潜力巨大，与之相对的是交易规模较小。此前，老酒主要沉淀在民间的老酒爱好者手中，一般以自饮、馈赠、收藏等形式存在，交易意识比较薄弱。

作为中国老酒业务开创者和中国白酒投资收藏价值发现者，以及中国最大的老酒运营商，歌德盈香提前布局，深耕细作 10 年，目前年老酒经营规模已达数十亿水平。此次发布报告，也是歌德盈香尊重并弘扬中国酒文化，不断挖掘老酒价值，不断推升白酒品牌的具体工作体现。

中国酒业协会联合歌德盈香发布中国老酒市场指数报告，是对老酒行业发展历程与趋势的一次阶段性归纳，填补了这一领域的空白，为酒类行业提供了专业全面的数据模型，为投资界、收藏界、酒企、酒类爱好者了解老酒市场提供了重要参考，具有重要的意义。

来源：云酒头条

政策法规

财政部 税务总局 海关总署 关于深化增值税改革有关政策的公告

财政部 税务总局 海关总署公告 2019 年第 39 号

为贯彻落实党中央、国务院决策部署，推进增值税实质性减税，现将 2019 年增值税改革有关事项公告如下：

一、增值税一般纳税人（以下称纳税人）发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16% 税率的，税率调整为 13%；原适用 10% 税率的，税率调整为 9%。

二、纳税人购进农产品，原适用 10% 扣除率的，扣除率调整为 9%。纳税人购进用于生产或者委托加工 13% 税率货物的农产品，按照 10% 的扣除率计算进项税额。

三、原适用 16% 税率且出口退税率为 16% 的出口货物劳务，出口退税率调整为 13%；原适用 10% 税率且出口退税率为 10% 的出口货物、跨境应税行为，出口退税率调整为 9%。

2019 年 6 月 30 日前（含 2019 年 4 月 1 日前），纳税人出口前款所涉货物劳务、发生前款所涉跨境应税行为，适用增值税免退税办法的，购进时已按调整前税率征收增值税的，执行调整前的出口退税率，购进时已按调整后税率征收增值税的，执行调整后的出口退税率；适用增值税免抵退税办法的，执行调整前的出口退税率，在计算免抵退税时，适用税率低于出口退税率的，适用税率与出口退税率之差视为零参与免抵退税计算。

出口退税率的执行时间及出口货物劳务、发生跨境应税行为的时间，按照以下规定执行：报关出口的货物劳务（保税区及经保税区出口除外），以海关出口报关单上注明的出口日期为准；非报关出口的货物劳务、跨境应税行为，以出口发票或普通发票的开具时间为准；保税区及经保税区出口的货物，以货物离境时海关出具的出境货物备案清单上注明的出口日期为准。

四、适用 13% 税率的境外旅客购物离境退税物品，退税率为 11%；适用 9% 税率的境外旅客购物离境退税物品，退税率为 8%。

2019 年 6 月 30 日前，按调整前税率征收增值税的，执行调整前的退税率；按调整后税率征收增值税的，执行调整后的退税率。

退税率的执行时间，以退税物品增值税普通发票的开具日期为准。

五、自 2019 年 4 月 1 日起，《营业税改征增值税试点有关事项的规定》（财税〔2016〕36 号印发）第一条第（四）项第 1 点、第二条第（一）项第 1 点停止执行，纳税人取得不动产或者不动产在建工程的进项税额不再分 2 年抵扣。此前按照上述规定尚未抵扣完毕的待抵扣进项税额，可自 2019 年 4 月税款所属期起从销项税额中抵扣。

六、纳税人购进国内旅客运输服务，其进项税额允许从销项税额中抵扣。

（一）纳税人未取得增值税专用发票的，暂按照以下规定确定进项税额：

1. 取得增值税电子普通发票的，为发票上注明的税额；

2.取得注明旅客身份信息的航空运输电子客票行程单的,为按照下列公式计算进项税额:航空旅客运输进项税额=(票价+燃油附加费)÷(1+9%)×9%

3.取得注明旅客身份信息的铁路车票的,为按照下列公式计算的进项税额:铁路旅客运输进项税额=票面金额÷(1+9%)×9%

4.取得注明旅客身份信息的公路、水路等其他客票的,按照下列公式计算进项税额:公路、水路等其他旅客运输进项税额=票面金额÷(1+3%)×3%

(二)《营业税改征增值税试点实施办法》(财税〔2016〕36号印发)第二十七条第(六)项和《营业税改征增值税试点有关事项的规定》(财税〔2016〕36号印发)第二条第(一)项第5点中“购进的旅客运输服务、贷款服务、餐饮服务、居民日常服务和娱乐服务”修改为“购进的贷款服务、餐饮服务、居民日常服务和娱乐服务”。

七、自2019年4月1日至2021年12月31日,允许生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计10%,抵减应纳税额(以下称加计抵减政策)。

(一)本公告所称生产、生活性服务业纳税人,是指提供邮政服务、电信服务、现代服务、生活服务(以下称四项服务)取得的销售额占全部销售额的比重超过50%的纳税人。四项服务的具体范围按照《销售服务、无形资产、不动产注释》(财税〔2016〕36号印发)执行。

2019年3月31日前设立的纳税人,自2018年4月至2019年3月期间的销售额(经营期不满12个月的,按照实际经营期的销售额)符合上述规定条件的,自2019年4月1日起适用加计抵减政策。

2019年4月1日后设立的纳税人,自设立之日起3个月的销售额符合上述规定条件的,自登记为一般纳税人之日起适用加计抵减政策。

纳税人确定适用加计抵减政策后,当年内不再调整,以后年度是否适用,根据上年度销售额计算确定。

纳税人可计提但未计提的加计抵减额,可在确定适用加计抵减政策当期一并计提。

(二)纳税人应按照当期可抵扣进项税额的10%计提当期加计抵减额。按照现行规定不得从销项税额中抵扣的进项税额,不得计提加计抵减额;已计提加计抵减额的进项税额,按规定作进项税额转出的,应在进项税额转出当期,相应调减加计抵减额。计算公式如下:

当期计提加计抵减额=当期可抵扣进项税额×10%

当期可抵减加计抵减额=上期末加计抵减额余额+当期计提加计抵减额-当期调减加计抵减额

(三)纳税人应按照现行规定计算一般计税方法下的应纳税额(以下称抵减前的应纳税额)后,区分以下情形加计抵减:

1.抵减前的应纳税额等于零的,当期可抵减加计抵减额全部结转下期抵减;

2.抵减前的应纳税额大于零,且大于当期可抵减加计抵减额的,当期可抵减加计抵减额全额从抵减前的应纳税额中抵减;

3.抵减前的应纳税额大于零,且小于或等于当期可抵减加计抵减额的,以当期可抵减加计抵减额抵减应纳税额至零。未抵减完的当期可抵减加计抵减额,结转下期继续抵减。

(四)纳税人出口货物劳务、发生跨境应税行为不适用加计抵减政策,其对应的进项税额不得计提加计抵减额。

纳税人兼营出口货物劳务、发生跨境应税行为且无法划分不得计提加计抵减额的进项税额,按照以下公式计算:

不得计提加计抵减额的进项税额=当期无法划分的全部进项税额×当期出口货物劳务和发生跨境应税行为的销售额÷当期全部销售额

（五）纳税人应单独核算加计抵减额的计提、抵减、调减、结余等变动情况。骗取适用加计抵减政策或虚增加计抵减额的，按照《中华人民共和国税收征收管理法》等有关规定处理。

（六）加计抵减政策执行到期后，纳税人不再计提加计抵减额，结余的加计抵减额停止抵减。

八、自 2019 年 4 月 1 日起，试行增值税期末留抵税额退税制度。

（一）同时符合以下条件的纳税人，可以向主管税务机关申请退还增量留抵税额：

1.自 2019 年 4 月税款所属期起，连续六个月（按季纳税的，连续两个季度）增量留抵税额均大于零，且第六个月增量留抵税额不低于 50 万元；

2.纳税信用等级为 A 级或者 B 级；

3.申请退税前 36 个月未发生骗取留抵退税、出口退税或虚开增值税专用发票情形的；

4.申请退税前 36 个月未因偷税被税务机关处罚两次及以上的；

5.自 2019 年 4 月 1 日起未享受即征即退、先征后返（退）政策的。

（二）本公告所称增量留抵税额，是指与 2019 年 3 月底相比新增加的期末留抵税额。

（三）纳税人当期允许退还的增量留抵税额，按照以下公式计算：允许退还的增量留抵税额=增量留抵税额×进项构成比例×60%

进项构成比例，为 2019 年 4 月至申请退税前一税款所属期内已抵扣的增值税专用发票（含税控机动车销售统一发票）、海关进口增值税专用缴款书、解缴税款完税凭证注明的增值税额占同期全部已抵扣进项税额的比重。

（四）纳税人应在增值税纳税申报期内，向主管税务机关申请退还留抵税额。

（五）纳税人出口货物劳务、发生跨境应税行为，适用免抵退税办法的，办理免抵退税后，仍符合本公告规定条件的，可以申请退还留抵税额；适用免退税办法的，相关进项税额不得用于退还留抵税额。

（六）纳税人取得退还的留抵税额后，应相应调减当期留抵税额。按照本条规定再次满足退税条件的，可以继续向主管税务机关申请退还留抵税额，但本条第（一）项第 1 点规定的连续期间，不得重复计算。

（七）以虚增进项、虚假申报或其他欺骗手段，骗取留抵退税款的，由税务机关追缴其骗取的退税款，并按照《中华人民共和国税收征收管理法》等有关规定处理。

（八）退还的增量留抵税额中央、地方分担机制另行通知。

九、本公告自 2019 年 4 月 1 日起执行。

特此公告。

财政部 税务总局 海关总署

2019 年 3 月 20 日

钟律师讲法答疑之案例分析（二十）

用人单位与劳动者协商解除或者终止劳动合同 经济补偿金支付案例详解。

【案例一】2007 年 3 月 5 日职工张某于 A 企业就业，并与 A 企业订立了三年的劳动合同。至 2010 年 3 月 4 日，合同到期，A 企业书面通知不再与张某续签劳动合同，并按规定支付了张某的工资报酬，为张某办

理了终止劳动合同的手续。张某向 A 企业提出支付其经济补偿金的要求，A 企业以合同自然到期为由，拒绝支付。A 企业的答复正确吗？

【分析】依据《劳动合同法》第四十六条应当支付经济补偿金的情形，其中第五款规定：“除用人单位维持或者提高劳动合同约定条件续订劳动合同，劳动者不同意续订的情形外，依照本法第四十四条第一项终止固定期限劳动合同的”。因此，A 企业应当支付张某经济补偿金。

同时，《劳动合同法》第四十七条第一款规定：“经济补偿按劳动者在本单位工作的年限，每满一年支付一个月工资的标准向劳动者支付。六个月以上不满一年的，按一年计算；不满六个月的，向劳动者支付半个月工资的经济补偿”。

又因《劳动合同法》于 2008 年 1 月 1 日起施行，因此张某计算经济补偿金的工作年限应计算在 A 企业 2008 年 1 月 1 日至 2010 年 3 月 4 日期间的工作年限，应为 2 年 2 个月零 4 天。据此，A 企业应支付张某 2.5 个月的工资作为经济补偿金。

【案例二】职工李某 1996 年 9 月 1 日于 B 企业就业，签订了无固定期限劳动合同，明确约定了其工作岗位为某部门经理。14 年末，B 企业因生产经营调整，决定取消李某所在部门。14 年 12 月 31 日 B 企业依据《劳动合同法》第三十六条规定与李某协商解除劳动合同，自 15 年 1 月 31 日双方解除劳动合同，并按照李某在 B 企业的工作年限支付其 18.5 个月的工资做为经济补偿金。李某同意解除劳动合同，但对经济补偿金计算提出异议，认为 B 企业应支付其 19.5 个月的工资做为经济补偿。李某的经济补偿金应如何计算？

【分析】《劳动法》及《违反和解除劳动合同的经济补偿办法》实施时间为 1995 年 1 月 1 日；2008 年 1 月 1 日起施行《劳动合同法》。上述二法规定在计算经济金年限计算上略有不同，应分段计算。

依据《违反和解除劳动合同的经济补偿办法》第五条规定：“经劳动合同当事人协商一致，由用人单位解除劳动合同的，用人单位应根据劳动者在本单位工作年限，每满一年发给相当于一个月工资的经济补偿金，最多不超过十二个月。工作时间不满一年的按一年的标准发给经济补偿金”。因此自 1996 年 9 月 1 日至 2007 年 12 月 31 日期间，李某的工作年限为 11 年零 4 个月。按规定，应支付其 12 个月的工资做为经济补偿。

依据《劳动合同法》第四十七条第一款规定：“经济补偿按劳动者在本单位工作的年限，每满一年支付一个月工资的标准向劳动者支付。六个月以上不满一年的，按一年计算；不满六个月的，向劳动者支付半个月工资的经济补偿”。自 2008 年 1 月 1 日至 2015 年 1 月 31 日期间，李某的工作年限为 7 年零一个月。按规定，应支付其 7.5 个月的工资做为经济补偿。

综上所述，B 企业应支付李某 $12+7.5=19.5$ 个月的工资做为其解除劳动合同的经济补偿。

【案例三】职工李某 1996 年 9 月 1 日于 C 企业就业，签订了无固定期限劳动合同，明确约定了其工作岗位为某部门经理。14 年末，C 企业因生产经营调整，决定取消李某所在部门。14 年 12 月 31 日 C 企业依据《劳动合同法》第三十六条规定与李某协商解除劳动合同，李某同意解除劳动合同。解除合同前十二个月李某的平均工资约为 2 万元每月。

C 企业提出根据李某的工作年限及其本人解除合同前十二个月的平均工资已超过当年广州市在岗职工平均工资的三倍，C 企业支付其 12 个月的工资做为经济补偿金。李某对经济补偿金计算提出异议，认为 C 企业应支付其 19 个月的工资做为经济补偿。李某的经济补偿金应如何计算？

【分析】双方争议的焦点在于《劳动合同法》第四十七条第二款规定：“劳动者月工资高于用人单位所在直辖市、设区的市级人民政府公布的本地区上年度职工月平均工资三倍的，向其支付经济补偿的标准按职工月平均工资三倍的数额支付，向其支付经济补偿的年限最高不超过十二年”。《劳动合同法》的实施时间为 2008 年 1 月 1 日。

《违反和解除劳动合同的经济补偿办法》的实施时间为 1995 年 1 月 1 日。其中第五条规定：“经劳动合同当事人协商一致，由用人单位解除劳动合同的，用人单位应根据劳动者在本单位工作年限，每满一年发给相当于一个月工资的经济补偿金，最多不超过十二个月。工作时间不满一年的按一年的标准发给经济补偿金”。

李某的经济补偿金计算需分段计算。1996 年 1 月 1 日至 2007 年 12 月 31 日期间，李某的工作年限为 11 年零 4 个月，未超过十二个月。按规定，最长应支付其 12 个月的工资做为经济补偿；2008 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日期间李某的工作年限为 7 年。虽然李某本人解除合同前十二个月的平均工资已超过当年使用的广州市在岗职工平均工资的三倍，但其工作年限未超过十二年。因此，应支付其 7 个月的工资做为经济补偿。

综上所述，C 企业应支付李某 12+7=19 个月的工资做为经济补偿金。

来源：钟钦才

会员动态

热烈祝贺广东酒企荣获 2018 年度青酌奖、最美酒瓶奖等荣誉

新华网泸州 3 月 26 日电 2019 中国国际酒业博览会重头戏之一——2018 年度“青酌奖”酒类新品颁奖盛典 25 日在四川泸州举行。贵州国台酒业有限公司生产的 53 度国台十年年份酒等 38 款白酒新品、百威（武汉）啤酒有限公司生产的哈尔滨啤酒-冰萃等 13 款啤酒新品、浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司生产的封坛私藏十年陈酿绍兴花雕酒等 12 款黄酒新品、新疆瑞泰青林酒业有限责任公司生产的国菲西拉干红葡萄酒等 30 款葡萄酒新品，以及上海巴克斯酒业有限公司生产的 RIO 微醺鸡尾酒等 22 款果露酒新品，分别入选“青酌奖”白酒组、啤酒组、黄酒组、葡萄酒组、果露酒组获奖名单。

“青酌奖”作为中国国际酒业博览会的品牌活动之一，奖项评选采取品酒专家、经销商、消费者和媒体代表共同参与评比的模式，从专业技术角度、市场角度、消费体验角度，坚持公正、公平、公开的原则，保持高标准和科学性的准则，找出真正回归消费、贴近消费、服务消费的好酒产品。

其中白酒组（部分）获奖名单：

企业名称	产品名称
广东石湾酒厂集团有限公司	45 度石湾玉冰烧·佛山小酒

啤酒组（部分）获奖名单：

企业名称	产品名称
广州珠江啤酒股份有限公司	珠江纯生 1997
广州珠江啤酒股份有限公司	雪堡美式 IPA

“青酌奖”酒类新品颁奖结束后，还举行了第四届全国品酒师大赛、最美酒瓶设计大赛和酿造料酒评价活动等活动的颁奖。其中，本届酒博会特别举行酿造料酒评选活动，湖州老恒和酿造有限公司生产的 15 度料酒等 10 款产品获奖。

最美酒瓶大赛获奖情况

奖项	获奖单位	作品名称
铜奖	广东石湾酒厂集团有限公司	帝壹酒
优秀设计奖	广东顺德酒厂有限公司	红荔牌凤城液

来源：中酒协、新华网

热烈祝贺协会常务副会长曾钧 当选为政协第七届梅州市委员会常务委员

3月1日上午，市政协七届三次会议在市委礼堂举行选举大会，选举产生了政协第七届梅州市委员会秘书长和部分常务委员。市政协主席陈建青，副主席叶解春、李忠良、韩小林、周秋明、曾祥海、马志元、陈元星，党组成员孙秋珍，市纪委副书记、市监委副主任刘锐清出席会议并在主席台就座。会议由周秋明主持。

选举大会正式开始前，审议通过了撤销杨衍俊七届市政协常务委员职务的决定，同意张阳辞去七届市政协秘书长职务，同意古尔夫、李剑明、杨立军、吴彩华、陈震云、黄仕坤、黄勤力、梁锡光辞去七届市政协常务委员职务。

选举大会应到会委员 412 人，实到 375 人，符合政协章程规定。

大会通过了政协第七届梅州市委员会第三次会议选举办法和监票人、总监票人名单。根据选举办法的规定，大会采用无记名投票和等额选举的方式进行选举。经全体委员投票选举，孙秋珍当选为政协第七届梅州市委员会秘书长，朱景洲、刘名远、江立志、张学军、陈炽裕、侯通传、梁钢、曾均、谢文威、蓝汕兴等 10 名同志当选为政协第七届梅州市委员会常务委员。

（梅州日报记者刘晓娟）

再创新高，广东凤城液以 38880 元拍卖

2019 年 3 月 1 日（即农历正月二十五），由容桂餐饮行业协会主办的“容桂祈福生菜会”在容桂东湖公园成功举办。现场设宴 500 席，逾 5000 人齐聚一堂，祈福祉、品美食、赏民俗，祈求来年顺顺利利。

广东顺德酒厂作为容桂生菜会的主要支持单位，更在现场设摊，以慈善优惠价出售美酒。

现场当晚，宴席菜式十分丰富，设蚬肉生菜包、八宝罗汉斋、花洲三杯鸡、椰香甜糯米饭等 13 道菜式。

美食离不开美酒，广东顺德酒厂提供了尚品红米酒作为当晚宴席的指定饮用酒。

当晚现场节目非常丰富，有古筝表演，茶艺表演龙狮起舞等节目。宴席期间更有著名国家级相声演员黄俊英、何宝文，著名栋笃笑演员萧桦坚前来助兴。

为善最乐，不甘后人。广东顺德酒厂被授予“慈怀积善，爱泽容桂”牌匾。

广东顺德酒厂还献出广东凤城液 30 年典藏版和红荔灯酒作为慈善圣品，当晚以 38800 元高价拍出。

一代岭南名酒——凤城液的价值得到了社会的肯定，受到大家的喜爱，红荔灯酒是传承民间喝灯酒的习俗，专为民间喝灯酒习俗而设计。

广东顺德酒厂作为顺德唯一的中华老字号企业，一直致力于承担社会责任，发扬中华传统美德！

来源：顺德红荔酒之馆

小花样春糖大动作，擘画花酒产业新未来！

3 月 16 日，第 100 届全国糖酒商品交易会在成都拉开序幕，笔者随人群走访各大展位。上二楼时，忽然被一位身着绿色纱裙，头戴鹿角的花仙子吸引，她正在给路过的行人派发绿色花瓣形免费券，设计独特和新颖，让人眼前一亮。

在好奇心的驱使下，笔者来到了它的展位——小花样精酿花酒。这里人头攒动，聚集着来自四面八方的商家，他们不仅被精美的场内布置惊艳，也被创新的花酒品类吸引。场面火爆，俨然成为春糖会上最大的一个亮点。

通过笔者的观察，小花样精酿花酒能成为这次春糖会的亮点，在各个方面都具有其独特的竞争优势：

一、口味新，系列全，抓住消费者痛点

在消费市场选择日趋多样化、消费者日趋年轻化的背景下，重口味的传统白酒酒味浓烈、刺激，让人拒之千里，高品质的生活让人们越来越不喜欢辣口、不喜欢醉酒快、不喜欢宿醉、不喜欢满身酒味，因此，市场亟需一款新兴产品打破传统酒行业。

小花样精酿花酒的诞生与这种需求不谋而合，坚持以“鲜花入酒”，创新产品品类，用柔和爽口的口感、精致年轻化的包装，满足追求个性表达的消费诉求，让产品本身的口感与消费者需求联系在一起，与消费者产生共鸣。

小花样在 2019 年全面整合产品，推出不同系列、不同度数、不同口味，让产品构筑得更加稳固而强大，让“长板”更长、优势更优。即将推出的五大产品系列：花宴、花酿、花啤、花泡、花醋，为消费者带来更多优质的选择。笔者在展会现场试饮了精酿玫瑰酒，没有传统白酒的辣喉、很清爽、口味也很轻，饮后还口

留余香，笔者作为不太喜欢一聚餐就喝白酒的人，表示会在平时的生活当中饮用，也会愿意与朋友分享。

二、精酿造，精工艺，千锤百炼出精品

不论是产品酿造，还是产品外观设计，小花样都精益求精。

通过相关工作人员了解到，小花样的酿造采用五步精酿法：拌曲入坛、鲜花入酿、小坛发酵、蒸馏出酒、精调细酿，每一步都一丝不苟，竭尽全力，只为呈现最好的口感。2019年新上市的小花样精酿桂花酒是一款专为商务宴请、请客送礼的公关“利器”，为保证产品高端品质感，小花样秉持匠心精神，特跋涉千里，远赴景德镇制作瓶身，打磨工艺。

虽然小花样上市还不足两年，但荣誉满满，2017年度荣获广东酒类市场《消费者欢迎产品》、荣获全国质量检验稳定合格产品、全国质量诚信标杆企业典型企业，2018年荣获粤酒新锐产品....

三、深度合作、强化线下，终端服务更专业

春糖会作为中国食品酒类行业“晴雨表”，能够在糖酒会上大展风采无疑是一个最佳的传播方式。

据了解，2019年是小花样发展的关键阶段年，小花样选择在意义重大的第100届糖酒会上，大力推进终端系统运营，加强线下推广力度，为2019年打下一个坚实的基础。小花样将依托于自身品牌、技术、团队、模式等强大优势，提供各项配套支持，深入帮助经销商做好市场终端，助力经销商与市场持续发展。

小花样能脱颖而出，无论是产品、渠道、服务还是品牌，都有自己独特的特点和优势。日趋理性和碎片化的消费背景下，小花样重新审视自己，2019年重新出发，强化线下销售和终端的品牌宣传与落地推广活动，让“小时刻，喝花酒”品牌理念深入人心，也让小花样品牌塔基更稳固，实现品牌质的飞跃。

来源：聚焦 IT

对话中外名庄，“陈太吉酒庄”以使命担当走向世界

百花争艳，醉意蓉城。2019年3月17日下午，由陈太吉酒庄、新食品杂志社、糖酒快讯网联合发起的2019（第二届）中外名庄领袖论坛暨TOP酒庄成果展，在成都城市名人酒店隆重举行，这是第100届成都春糖会主办关于名庄话题的唯一论坛。

会上，石湾酒厂集团董事长、陈太吉酒庄庄主范绍辉作以《逐梦世界 亮剑国际——以中国白酒酒庄的担当向世界酒庄迈入》为主题的演讲。

范绍辉庄主以“我来了，又来了”，就为了中国白酒酒庄振兴发展，作为开篇引语。

他指出，中国白酒以酒抒怀，先品后干！我们喝的是快乐，喝的是情怀，更加关注的是你与谁在喝，这是世界独树一帜的基因。

以白酒文化为主体的中国酒庄文化，与华夏文明同生共长，它是中华民族的发展缩影，记录下每一个历史时代的人文特征与精华。这份民族历史的完整记忆，是世界上其他酒文化所难以拥有的。

他还指出，中国白酒酒庄不是一个虚幻的概念，它是中国白酒文化自信的旗帜，也是向世界表达中华悠久文化的窗口。所以，我们不能再默默不语，不能再羞羞答答，我们广东石湾陈太吉酒必须勇敢站出来，再次扛起这面文化大旗。

关于陈太吉酒庄是中国白酒酒庄的先行者，范绍辉重点介绍了酒庄的精品石湾玉冰烧，并指出陈太吉酒庄之所以说叫最古老的酒庄，主要有三点：

一、有史料的证实，有文物的佐证，不间断地生产。是非常完整的酒庄。

二、1830 的时候就叫酒庄，不是像别的从酒坊到酒庄的变化。

三、独特的古老酿造技艺。而陈太吉酒庄打造的酒庄酒坚持小坛发酵，古坛陈化，山洞藏放独特工艺，匠心酿造，全过程纯手工操作，小产量确保高品质。

提及陈太吉酒庄的文化精神内涵，范庄主指出，“石湾玉冰烧”的产品属性是“微黄、纯粮、够年份”，而陈太吉酒庄的精神表达可以总结为“微黄、纯粹、真朴实”，因为陈太吉酒庄代表的岭南文化和广东精神，就是兼容并蓄和务实进取，正如陈太吉酒庄独特技艺酿造出微黄天成的珍馐酒体，纯粹但内涵丰厚、影响深远。

陈太吉酒庄一直在走向世界这条路上，不断地拼搏前行。近年来，主要做了这些事：2015 年，陈太吉酒庄正式成为中国白酒酒庄联盟颁牌 002 号的酒庄，成为唯一的岭南老酒庄，旗下产品曾两度获得布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛大奖，成为粤酒传承的代表。2017 年，参加上海国际酒交会上，打破了“广东无好酒和粤酒闭塞”的刻板印象。2018 年 3 月 20 日，“首届中外酒业名庄领袖论坛暨全球精品酒庄发布盛典”上，我们高举中国白酒酒庄大旗，向全世界表达中国白酒酒庄的文化自信和底蕴，把酒庄文化推向世界。

关于酒庄振兴，范绍辉庄主也指出，年轻消费群体已远远不如老一代对白酒的钟爱，而酒庄文化的语言能够唤醒他们，酒庄酒正是向这些年轻消费者表达文化内涵，增强与他们互动的最好武器。

大会现场，中国酒业协会常务副秘书长何勇向范绍辉董事长颁发 2018 中国酒业风云榜“十大风云人物”表彰奖牌。

大会现场同时举行“中外名庄联盟成立仪式”。“陈太吉酒庄”受聘请担任中外名庄联盟会员单位！

范绍辉最后指出，新时代，随着粤港澳大湾区、一带一路枢纽、海上丝绸之路新起点三大战略的确立，广东逐步被推向世界经济地标的高度，更将成为中国对接国际、融入世界的最重要支点，酒庄被赋予了新的使命。陈太吉酒庄，将通过探索差异化发展路线，注重文化背书，强化岭南特色元素，让中国白酒酒庄生活方式与现代消费场景体验深度融合，成为酒类国际化的“开路先锋”。

国家“一带一路”战略全面开启，在中国白酒酒庄已经走出去的当下，文化自信仍是我们中国白酒酒庄扬帆远航的“航标”。陈太吉酒庄更将勇挑中国白酒酒庄先行者的大旗担当，向世界人民表达中国文化魅力和中国白酒酒庄的“文化自信”。

来源：广东石湾酒厂集团

立足上游优质资源，天诚的品牌精品化与运营多元化将持续进阶

春光灿烂，历经百届的全国糖酒会也正开展得如火如荼。在精品云集的凯宾斯基酒店展中，天诚以今年全新升级的“广东天诚酒业国际贸易有限公司”之名赴会，着力品牌的打造和市场的延伸，更值此与更多全国各地的有志之士谋求合作，收获颇丰，在此十分感谢大家的支持。

为了建立具有自主特色的稳定优质供应链，天诚先后投资拥有了南澳大利亚的 PB1 产区葡萄园和阿德莱德产区共 227 公顷的新青石酒庄；近年更深耕渠道，与澳洲五星酒庄戈尔德酒庄、荣膺“19 年度澳洲十大黑马酒庄”的五星酒庄伯恩酒庄等达成战略合作，取得其精品系列的大中华区独家总代理权。

天诚多年来在澳洲葡萄酒品牌推广上作出的努力和成绩得到认可，也因此荣获了“2018 年度东莞最具影

响力澳洲葡萄酒进口商”称号。

而本次的参展主打，正包含多系列的南澳精品品牌代表：

其中最获来宾青睐的，要数获奖连连、风头正劲的福来系列和收藏家系列。而我们的西班牙主打——Zorita 钟意他酒庄出品，亦因其优秀的品质和多年来的市场口碑广获点赞。

除了带来优质产品之余，我们更特意邀请了西班牙钟意他酒庄庄主、澳洲伯恩酒庄亚太区市场推广负责人亲临展位，与大家交流分享心得。

期间更有幸迎来了东莞市商务局领导、市酒类行业协会领导、茶山镇委等一行人的莅临指导。在此十分感谢各界人士和新老客户的支持！

3月19日晚，天诚参加了中国食品名镇·茶山品牌推广会，并作为示范企业获得认可。

随着国内的进口葡萄酒市场越来越成熟，天诚也始终在求变，在品牌的精品化和运营的多元化上不断努力，立足上游的优质资源与渠道，以直营、代理加盟、合伙人、走进社区、线上线下结合等多元模式，增强品牌的灵活度和可持续发展。同时，我们于2018年新成立的南澳新青石酒庄亦正冉冉升起，全力打磨新一系列的优质产品，让我们的客户拥有更多高性价比选择，敬请期待。

来源：柏德威酒庄

新·赋能 品·未来

十六区品牌战略升级发布暨客户答谢晚宴圆满举行

3月20日晚，十六区酒业“新·赋能 品·未来”品牌战略升级发布暨客户答谢晚宴在成都希尔顿大酒店隆重举行。

美国驻广州总领事馆农业贸易处农业领事马林夕（Ms. Lindsay Malecha）、广东省酒协葡萄酒分会秘书长陈泳、豪客酒庄总经理 Stephen Merritt、广州科通展览有限公司董事长贾燕平、十六区酒业创始人郑兆汉、十六区酒业联合创始人林正权、十六区酒业副总裁邹育中、十六区酒业总经理彭静等国内外嘉宾、合作伙伴及企业领导共同出席了晚宴。

十六区酒业副总裁邹育中为晚宴来宾致欢迎辞。邹总表示，尽管2018年美国葡萄酒的经营存在一定的压力，但今天晚宴现场依然高朋满座，说明十六区酒业及各位合作伙伴们，对美国葡萄酒的品质及发展前景仍然充满信心，也说明我们的共同目标保持着高度一致。感谢今晚莅临的各位合作伙伴与十六区一路风雨同舟，也期待与大家继续创造新的辉煌。

美领馆农贸处领事马林夕为晚宴嘉宾简要介绍了农贸处的工作内容，并对十六区酒业在美国葡萄酒进口事业上的坚持表示赞赏。

广东省酒协葡萄酒分会秘书长陈泳则表示，从十六区酒业创立之初就一直关注着它的成长，非常欣慰看到十六区酒业对于产品品质的坚持，对十六区酒业选择美国葡萄酒的独到眼光高度肯定。陈秘书长认为，十六区酒业所选择的酒款，有产区特色、符合中国人口感、品质优良且稳定、值得收藏，其中有着创始人郑总的一份情怀所在。十六区始终低调不张扬，员工充满活力，必将为中国人民餐桌上的酒水结构升级带来更优质的选择。

豪客酒庄总经理 Stephen Merritt 告诉在座嘉宾，他与十六区酒业合作超过十年，他认为十六区酒业在中国的经营是卓有成效的，他代表豪客酒庄庄主感谢十六区酒业及合作伙伴们为推广豪客酒庄葡萄酒所作

出的巨大努力。尽管经营葡萄酒事业并不是一件很轻松的工作，但对十六区酒业及其合作伙伴们充满信心，也坚信与大家一起付出的共同努力将会打败竞争对手。“我们仍然站在这里，这就是希望！”

随后，十六区酒业发布了金熊品牌战略，并邀请首批金熊品牌合伙人共同举行了金熊品牌合伙人战略启动仪式。

融汇仓储（北京）公司总经理马新途进行了关于葡萄酒现代化仓储技术的主题分享，并与十六区酒业举行了战略合作签约仪式。

晚宴现场，十六区酒业总经理彭静作了品牌战略升级的主题分享。彭总表示，十六区酒业 2018 年过得并不轻松，但确实面对税率、汇率等各种暴增、波动等压力，始终本着互利共赢的初衷，稳定价格、保障供货，进行品牌化转型升级，探索基于大数据的服务应用开发，保持着稳健的发展，也得到了合作伙伴的理解与大力支持。金熊品牌合伙人战略是品牌升级的首轮动作，后续将有更多产品开启品牌合伙人战略。而为进一步提升十六区酒业的服务品质，十六区将在标准化信息管理平台等方面投入开发，为合作伙伴提供更便捷的产品采购、管理平台，降低经营成本，提高经营效率，共同迈进葡萄酒经营网络化、信息化、标准化、规范化的新阶段。系统预计在 5 月上线。

最后，彭总用一句朴实的话作结：“实实在在做好美国葡萄酒 责无旁贷做好十六区”。充分体现了十六区酒业不尚花巧、唯重品质的优良企业文化。

晚宴现场，十六区酒业为佰进酒业、百应酒业、平道商务、福建轩烨、酌悦酒业等部分合作伙伴颁发了“品牌推广大使”、“最佳美酒代言”等荣誉，以表彰部分合作伙伴在 2018 年度为推广“美”酒所付出的巨大努力。

来源：十六区酒业

龙程酒业荣获 TWE 颁发

“优秀进口商奖”、“最佳法国酒合作伙伴奖”

2019 年 3 月 21 日，全国春季糖酒会在四川成都盛大开幕，全球领先的葡萄酒巨头 Treasury Wine Estates（TWE）富邑葡萄酒集团再次闪耀亮相，为集团合作伙伴在成都群光君悦酒店举办了一场隆重的答谢晚宴。

广州龙程酒业应邀出席晚宴，在精彩纷呈的表演和觥筹交错的美酒佳肴中，与到场的富邑伙伴们共度了一个美好夜晚。

龙程酒业作为富邑集团的重要战略合作伙伴，创造了骄人的成绩，此次晚宴斩获了“优秀进口商”、“最佳法国酒合作伙伴”等奖项，并与其他合作伙伴进行了深度交流，实为满载而归！

晚宴期间，富邑伙伴们觥筹交错，舞台上节目精彩纷呈，龙程酒业温文龙董事长作为特邀表演嘉宾也进行了二胡独奏表演。慷慨激扬的旋律，赢得了全场的一阵阵喝彩，让晚宴的气氛更加热烈！

富邑集团还专门邀请了表演团队表演节目，为大家呈现了一场精妙绝伦的视听盛宴，现场伙伴们其乐融融。大家举杯共饮，将晚宴一步步推向高潮。

富邑集团作为国际领先的葡萄酒集团，专注于品牌组合高端化与品牌营销，于全球知名葡萄产区拥有世界级生产设备。

龙程酒业作为富邑集团的战略合作商，全面代理富邑集团旗下多款系列葡萄酒，分别有奔富 BIN 系列、纷赋系列、光之颂亿系列、洛神系列、麦克斯系列等产品。

另外，晚宴期间还重点特别推荐了来自菲利普·罗斯柴尔德男爵集团旗下木桐酒庄的木桐嘉棣系列干红葡萄酒，引领高品质波尔多红酒新风潮。

多年来，龙程酒业一直致力于葡萄酒文化的传播、品牌的推广，坚持“至诚至臻，引领未来”的信念，为广大消费者提供高品质的葡萄酒和优质的服务。

在 2018 年，龙程酒业更以骄人的成绩开拓了更广大的葡萄酒市场新局面，我们将以更稳健自信的姿态迎接未来新的挑战，继续保持与广大合作伙伴的紧密合作，创造葡萄酒市场的新辉煌！

来源：龙程酒业

2019 顺昌源酒业干白荔枝酒 斩获第十届亚洲葡萄酒质量大赛银奖

初春三月，2019 年 3 月 24 日，顺昌源丽子佳人荔枝酒在第十届亚洲葡萄酒质量大赛中传来捷报，斩获银奖。这是继 2018 年获得十项大奖之后的第十一个大奖，充分证明了顺昌源果酒在中国酒界的江湖地位！

本次大赛酒评审委员会，由来自中国、法国、加拿大等国内外 15 名葡萄酒品鉴专家组成。由西北农大葡萄酒学院，名誉院长李华教授担任评审委员会主席。顺昌源酒业送评的干白荔枝酒获得果露酒类别中的银奖，（仅有一名金奖）可谓实至名归。

此款干白荔枝酒为出口日本主销品种，在市场反映中表现突出。获得很多资深酒友们的好评，此次获奖再次证明此款荔枝酒的非凡品质。

由于荔枝酒中有白坚木皮醇，此物质可以在人体内刺激多巴胺的分泌，所以多喝干白荔枝酒对舒缓压力、预防抑郁均有明显作用，而且无糖，可以常饮无妨。

顺昌源将继续抓好品质，坚持做中国最好的荔枝酒，继续向着让荔枝酒成为广州好酒的目标而努力！

来源：顺昌源

『存世留香·名酒库』0755002 号店开业啦！

阳春三月总关情，红日当空喜鹊鸣。3 月 29 日，迎来存世留香.名酒库龙岗保利上城旗舰店盛大开业典礼，一大波红酒、白酒、保健酒、洋酒等中外名酒让利强势来袭。

存世留香连锁是深圳市银宽酒业有限公司独资控股企业，公司致力服务于中外名酒的展示、销售、体验、酒文化传播四维一体的专业体验式酒类连锁渠道品牌，为消费者提供“保真名酒”的“厂家直供”平台。

谢宝董事长认为只卖酒，卖好酒，好好卖酒！是我们的使命，也是存世留香酒行连锁的立身之本。

深圳市酒类行业协会会长李汉强充分肯定了存世留香的新零售模式走出了传统酒业的转型之路。

保利上城位于龙岗大道与怡翠路交汇处，是龙岗区核心地段，临近地铁 3 号线的爱联站，处于龙岗商业中心，文体中心，行政中心的标杆之城。

开业钜惠，最全名酒优惠，限时抢购！

“存世留香.名酒库”以“保真、价实、便捷”的酒类服务期待您的光临！

服务电话：4000-777-519

存世留香·名酒库 NO0755001 号店：深圳市罗湖区晒布路 71 号

存世留香·名酒库 NO0755002 号店：深圳市龙岗区怡翠路保利上城 4 栋 126

存世留香·名酒库 NO0755003 号店：开业在即

来源：深圳银宽酒业

撰稿、编辑、校对：会员信息部 地址：广州市海珠区广州大道南新敦路 117
号 2 楼

电话：020-36172939

邮编：510220

法律顾问：钟钦才 [13302256282](tel:13302256282)

E-mail: gdjy@163.com

网址: <http://www.gdjyzc.org.cn>

省酒协官方微信号：GDPAIA



广东酒协网站



广东酒协微信