

广东酒业简讯

第 209 期

(2021 年 第 3 期)

广东省酒类行业协会秘书处编

2021 年 4 月 12 日

【本期摘要】

- ☆ 3 月酒类商品电商价格统计表
- ☆ 3 月中旬全国白酒商品批发价格上涨 7.06%，市场竞争不断加剧
- ☆ 2021 年 1-2 月中国啤酒进出口数据
- ☆ “2021 广东酒业大会”圆满成功！
- ☆ “国际美酒佳肴巡礼”发布会——美食美酒两大产业携手振兴内需！
- ☆ 2021 中酒展（广州）闭幕，九八七酒业成绩斐然
- ☆ 文化复兴建设进入筹备阶段，区委区政府高度重视
- ☆ 俊涛帝亚吉欧威士忌培训会！
- ☆ 石湾酒厂集团范绍辉董事长连任佛山酒协会长
- ☆ 和平酒协应邀参加全国工商联政策宣讲（和平县）座谈会为和平酒协发声、为和平酒协鼓与呼！
- ☆ 顺德区蔡伟副区长莅临调研指导
- ☆ 聚焦国际视野，小糊涂仙“中国之路·名家讲坛”盛邀金灿荣教授解读百年变局
- ☆ 汉御坊酒业年产 5000 吨酱酒技改扩建项目开工投建
- ☆ “广东王”亮家底，“老酱香”能否突围？
- ☆ 长乐烧酒业获批使用地理标志产品新版专用标志
- ☆ 多渠道齐头并进，“品质川货，川悦生活”广州站工作推进顺利
- ☆ 打卡十二大世界遗产，《万里走单骑》刷屏全网，为何在酿酒车间收官？

本期目录

行业信息.....	3
3 月酒类商品电商价格统计表	3
3 月中旬全国白酒商品批发价格上涨 7.06%，市场竞争不断加剧	3
2021 年 1-2 月中国啤酒进出口数据	5
协会动态.....	6
3 月协会活动简讯	6
“2021 广东酒业大会”圆满成功！	7
热点关注.....	8
人社部、国家市场监管总局、国家统计局联合发布酒体设计师等 18 个新职业	8
如何加强中国白酒文化遗产与知识产权保护？	8
最全牛年春节酒水消费大数据：白酒主流，低度酒走火	10
国际粮价大涨，白酒再度乘势提价？	11
政策法规.....	13
商务部公告 2021 年第 7 号 关于对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒反补贴调查最终裁定的公告	13
会员动态.....	15
“国际美酒佳肴巡礼”发布会——美食美酒两大产业携手振兴内需！	15
2021 中酒展（广州）闭幕，九八七酒业成绩斐然	16
文化复兴建设进入筹备阶段，区委区政府高度重视	17
俊涛帝亚吉欧威士忌培训会！	17
石湾酒厂集团范绍辉董事长连任佛山酒协会长	18
和平酒协应邀参加全国工商联政策宣讲（和平县）座谈会为和平酒协发声、为和平酒协鼓与呼！	18
顺德区蔡伟副区长莅临调研指导	19
聚焦国际视野，小糊涂仙“中国之路·名家讲坛”盛邀金灿荣教授解读百年变局.....	19
汉御坊酒业年产 5000 吨酱酒技改扩建项目开工投建	20
“广东王”亮家底，“老酱香”能否突围？	20
长乐烧酒业获批使用地理标志产品新版专用标志	22
多渠道齐头并进，“品质川货，川悦生活”广州站工作推进顺利	23
打卡十二大世界遗产，《万里走单骑》刷屏全网，为何在酿酒车间收官？	23
新加入会员名单.....	27

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	1499	无	无	无
500ML 52 度五粮液普五	1189	1199	1329	1199
500ML 52 度泸州老窖国窖 1573	1149	1149	1317	1149
500ML 52 度剑南春水晶剑	468	459	500	448
500ML 50 度古井贡酒年份原浆（古 5）	172.8	158.4	无	158
500ML 52 度泸州老窖特曲	348	358	353.7	353
480ML 52 度天之蓝	379.05	379	448	399
500ML 53 度红花郎十年陈酿	409	无	469	419
500ML 53 度汾酒青花 20 年	503.1	468	无	438
500ML 43 度石湾玉冰烧洞藏二十	598	无	无	无
480ml 40 度九江十二坊	209	无	无	无
500ml 45 度红荔牌凤城液	258	无	无	无
700ML 轩尼诗 X0 干邑白兰地	1500	无	1839	1598
700ML 轩尼诗 VSOP 干邑白兰地	468	无	471	439
700ML 蓝带马爹利干邑白兰地	1299	无	1346	1364
700ML 人头马 X0 特优香槟干邑白兰地	1498	无	1678	1488
700ML 人头马 VSOP 特优干邑白兰地	389	无	477	410
700ML 38 度朝朝向上酒（日本版）	无	388	无	无
180ML 9 度顺昌源名果之屋荔枝酒	26.5	无	无	无

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）

3 月中旬全国白酒商品批发价格上涨 7.06%，市场竞争不断加剧

据全国白酒价格调查资料显示，2021 年 3 月中旬全国白酒商品批发价格定基总指数为 107.06，上涨 7.06%。其中，名酒价格指数为 108.88，上涨 8.88%；地方酒价格指数为 104.24，上涨 4.24%；基酒价格指数为 106.91，上涨 6.91%。（见表 1）

表1 2021年3月上旬——2021年3月中旬全国白酒价格定基指数表

(以2012年2月价格为100)

类 别	2021年3月上旬	2021年3月中旬
全国白酒价格总指数	106.98	107.06
一、名 酒	108.72	108.88
二、地方酒	104.35	104.24
三、基 酒	106.74	106.91

全国白酒价格环比总指数为 100.08，上涨 0.08%。从分类指数看，名酒价格指数为 100.14，上涨 0.14%；地方酒价格指数为 99.89，下跌 0.11%；基酒价格指数为 100.16，上涨 0.16%。（见表 2）

表2 2021年3月上旬——2021年3月中旬全国白酒价格环比指数表

(以上旬价格为100)

类 别	2021年3月上旬	2021年3月中旬
全国白酒价格总指数	100.06	100.08
一、名 酒	100.18	100.14
二、地方酒	99.87	99.89
三、基 酒	100.00	100.16

本旬全国名酒价格环比指数为 100.14，上涨 0.14%。其中四川名酒价格环比指数为 100.29，上涨 0.29%，省外名酒价格环比指数为 99.97，下跌 0.03%。本旬名酒上涨的有：泸州老窖上涨 0.20%，郎酒上涨 0.55%，五粮液上涨 0.31%，水井坊上涨 0.02%，剑南春上涨 1.81%，董酒上涨 0.86%，习酒上涨 0.42%，西凤酒上涨 0.04%，洋河酒上涨 0.04%。其他名酒价格保持稳定。

据全国白酒价格调查资料显示，全国名酒价格环比指数微涨 0.14 个百分点，处于一个相对稳定的态势。这一旬，全国名酒价格涨多跌少，且涨跌幅度均不大。这一轮白酒企业对产品提价的原因有几个方面，受疫情影响，大宗原材料成本、包装成本、人员成本、管理成本等硬性成本价格急剧上涨，传导到产品端，白酒生产成本上涨约 30%左右。市场头部企业在优化产品结构时也会根据企业经营的高档产品涨价并且在

市场稳站脚跟，在提升品牌产品的定价空间的同时，借机推出企业新的产品，以稳定市场的地位和消费群体。对于行业头部优势企业来说，提价是市场认可度提高、溢价率提升、增强品牌影响力的市场策略。

本旬地方酒环比价格指数为 99.89，下跌 0.11%。本旬地方酒价格上涨的有：内蒙古河套王 39° 上涨 1.90%；北京红星小二锅头 56° 上涨 1.66%。其他地方酒格保持稳定，基酒价格上涨 0.16%。

2021 年是“十四五”开局之年，对于整个白酒行业来说极为关键。各大酒企在未来的几年以内都将着重发力文化战略、扩产扩能和新百亿。目前，中国白酒行业百亿俱乐部已超过 10 家，白酒市场的竞争也在不断的加剧。茅台集团 2021 年将在持续赋能“五心茅台”的基础上，紧盯“双翻番、双巩固、双打造”战略目标，以高质量党建引领茅台高质量发展。五粮液集团将着力打造行业品质建设标杆、文化建设标杆、数字化建设标杆、生态建设标杆，全力推动企业高质量发展。洋河将聚力六强六推进，通过实施“硬核六工程”，深化转型升级，汇聚变革势能，在新的历史起点奋力构建发展新格局。泸州老窖提出国窖 1573 要在“十四五”期间规模上实现“新百亿”目标，即 2022 年要实现营收 200 亿+、2025 年要突破 300 亿+。由此可见，众多老牌百亿酒企都不甘落后，摩拳擦掌，要在“十四五”期间实现新突破。但是，市场体量有限，一二线酒企向下挤压式增长效果尚可，但三线省酒龙头对下面企业的挤压成效并不大，因此，酒企既要立目标，也要结合市场环境和发展进行调整。

数据参考：中国白酒商品批发价格指数

2021 年 1-2 月中国啤酒进出口数据

2021 年 2 月，中国进口啤酒 2.352 万千升，同比下降 29.8%；金额为 2.2997 亿元人民币，同比下降 21.6%。

2021 年 1-2 月，中国累计进口啤酒 5.930 万千升，同比下降 17.8%；金额为 5.6581 亿元人民币，同比下降 9.3%。

2021 年 2 月，中国出口啤酒 2.070 万千升，同比增长 1.9%；金额为 0.9078 亿元人民币，同比增长 3.4%。

2021 年 1-2 月，中国累计出口啤酒 6.318 万千升，同比增长 19.5%；金额为 2.7453 亿元人民币，同比增长 20%。

来源：中国国际啤酒网

协会动态

3 月协会活动简讯

2021 年 3 月 2 日，由 Perspectiva Asia Ltd. 主办的 RIBERARUEDA 西班牙精选葡萄酒盛大品鉴会，于广州柏悦酒店圆满落幕，打响牛年第一场盛大品酒会。葡萄酒分会秘书长陈泳出席本次活动。

2021 年 3 月 3 日，理事单位：贵州宋代官窖酒业销售有限公司副总经理曹烈鸿一行回到协会秘书处座谈交流，受到彭洪会长及协会秘书处全体工作人员的热情接待。

2021 年 3 月 4 日上午，中国酒类流通协会副秘书长王祖明莅临协会秘书处调研指导。受到彭洪会长及协会秘书处全体人员的热烈欢迎。

2021 年 3 月 11 日，副会长单位：广东千佳红酒业有限公司董事长孙毅；会员单位：北京仁和酒业有限责任公司销售总监钟宏燕一同回到协会秘书处座谈交流，受到彭洪会长及协会秘书处全体工作人员的热情接待。

2021 年 3 月 11 日，会员单位：百年不老（广州）酒业有限公司总经理何丹丹、副总经理徐敏、市场客户部经理杨娜一行回到协会秘书处座谈交流，受到彭洪会长及协会秘书处全体工作人员的热情接待。

3 月 16 日下午，佛山市酒类行业协会第八届会员大会在佳宁娜大酒店华夏宫隆重召开。彭洪会长出席大会并致辞。

2021 年 3 月 22 日，会员单位：百年不老（广州）酒业有限公司总经理何丹丹、副总经理徐敏一行拜访副会长单位：广州君奕酒业有限公司；监事单位：广州市俊涛贸易发展有限公司。综合部部长白雪陪同拜访。

2021 年 3 月 26 日，理事单位：四川宜宾高洲酒业广东华南公司董事长王平、常务副总经理何志均一行回到协会秘书处座谈交流，受到彭洪会长及协会秘书处全体工作人员的热情接待。

2021 年 3 月 26 日，宜宾市工业和军民融合局、宜宾市酒类食品产业促进局副局长李强一行到访协会秘书处，受到彭洪会长和秘书处全体工作人员的热情接待。宜宾市工业和军民融合局酒类产业科科长彭燕飞、食品工业科科长郝玉柱、综合运行科副科长黄琳，协会秘书长陈兴武陪同座谈。

2021 年 3 月 26 日下午，葡萄酒分会秘书长陈泳拜访理事单位：广州睐纬投资咨询有限公司，受到董事长 Ronald 先生和公司全体员工的热烈欢迎。

2021 年 3 月 26 日下午，葡萄酒分会秘书长陈泳拜访理事单位：澳宝花品质生活馆，受到副总经理周琦和公司全体人员的热烈欢迎。

2021年3月27日下午，山门岗酱酒营销战略发布会在广州万达希尔顿酒店成功举办，本次发布会由山门岗酒业主办，广东省酒类行业协会协办，40余名行业翘楚、酒业专家齐聚一堂，共同见证了这一重要的时刻。

2021年3月29日，葡萄牙全球贸易投资总署、葡萄牙驻广州总领事馆、葡萄牙经济和商业事务副总领事马里奥·达席尔瓦·费雷拉（Mario da Silva Ferreira）到访协会秘书处，受到彭洪会长和协会秘书处全体工作人员的热情接待。

2021年3月31日下午，葡萄酒分会秘书长陈泳拜访理事单位：广东彼德临歌生物科技有限公司（美国彼德王子酒业），受到总经理陈昊和公司员工的热情接待。

来源：广东省酒协秘书处

“2021广东酒业大会”圆满成功！

3月7-9日，2021广东酒业大会在佛山三水顺利召开，大会经过各项议程已圆满闭幕。本次大会由广东省酒类行业协会主办，广东石湾酒厂集团有限公司独家赞助。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近600人出席。

广东是全国酒类消费大省，是各大酒类品牌兵家必争之地，更是全国酒类消费的风向标和桥头堡。2021年是国家“十四五规划”的开局之年，在新经济环境下，在未来的酒类市场变革中，酒企如何应对新形势的发展？如何持续推进粤酒振兴和各流通领域的资源整合、拓展合作等诸多问题，都在会议期间进行了探讨。大会邀请不同领域的专家、学者、企业家等共同围绕酒类市场发展的问题进行探索。三天会议组织了两大论坛六场峰会。从“2021酒业广东论坛”、“企业家思想分享夜话”，和各分会、全省酒协会长（秘书长）工作交流会等不同主题的会议，进行不同形式的讨论，取得了良好的效果。

举行了协会第五届理事会的换届选举，选举出新一届理事会成员，彭洪同志连任会长。同时，通报了2020年全国酒类行业、广东省酒类生产和市场情况。总结过去，展望未来，结合广东市场的发展趋势，提出了新的工作思路，对广东酒类市场良好发展意义重大。

“始终以行业引领和会员需求为导向，为会员提供有效服务”是广东省酒协的工作思路；全面提升服务效率，积极履行社会责任和强化行业自律是广东省酒协工作重心；相信在全体会员的共同努力下，在新一届理事会的带领下，广东省酒协一定能够取得更好的业绩。

2020年全国和广东酒类行业情况

全国：根据国家统计局数据：1、2020年全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量740.73万千升，同比下降2.46%；销售收入5836.39亿元，同比增长4.61%；实现利润总额1585.41亿元，同比增长13.35%；2、全国规模以上啤酒总产量3411.11万千升，同比下降7.04%；销售收入1468.94亿元，同比下降6.12%，实现利润总额133.91亿元，同比增长0.47%；3、全国规模以上葡萄酒总产量41.33万千升，同比下降6.00%；销售收入100.21亿元，同比下降29.82%，实现利润总额2.59亿元，同比下降74.48%；4、全国规模以上黄酒销售收入134.68亿元，同比下降20.18%；实现利润总额17.04亿元，同比下降7.86%；据中商产业研究院数据库显示：2020年全国葡萄酒进口总量约47.136万千升，同比下降28.8%；金额为194.87亿元人民币，同比下降19.9%。进口啤酒总量58.423万千升，同比下降20.2%，进口总额约48.1839亿元人民币，同比下降14.7%。

广东：据协会调查显示，2020年全省酒类生产总产量约372.04万千升，同比下降8.38%，销售收入约185.13亿，同比下降1.57%；其中啤酒总产量约351.54万千升，同比下降4.97%；白酒总产量18.32万千升，

同比下降 2.81%；黄酒、露酒及其它酒 2.18 万千升，同比下降 6.03%。

2020 年我省酒类销售收入约 560 亿元，同比下降 3.45%。其中高价位酒类产品（600 元以上）约 190 亿元，同比增长 26.67%；中价位酒类产品（100~600 元）约 149 亿元，同比下降 14.86%；低价位酒类产品（100 元以下含啤酒）约 221 亿元，同比下降 13.33%。其中：国产白酒（含露酒及其他酒）销售收入 283 亿元，同比增长 11.49%；国产及进口啤酒销售收入 158 亿元，同比下降 1.86%；进口烈性酒（含国内灌装）68 亿元，同比下降 13.92%；进口及国产葡萄酒 51 亿元，同比下降 34.62%。

来源：广东省酒协秘书处

热点关注

人社部、国家市场监管总局、国家统计局联合发布酒体设计师等 18 个新职业

为充分适应和反映人力资源开发管理需求，促进劳动者就业创业，人力资源社会保障部建立了新职业发布制度，实施职业分类动态调整。去年，人力资源社会保障部委托中国就业培训技术指导中心发布了《关于持续开展新职业信息征集工作的通告》，面向社会公开征集新职业信息。

日前，经自主申报、专家评估论证、书面征求中央和国家机关有关部门意见、面向社会公示征求意见等程序，人力资源社会保障部会同国家市场监督管理总局、国家统计局向社会正式发布了酒体设计师（职业编码：6-02-06-12）等 18 个新职业信息。这是《中华人民共和国职业分类大典（2015 年版）》颁布以来发布的第四批新职业。

新职业的发布，对于增强从业人员的社会认同度、促进就业创业、引领职业教育培训改革、推动产业发展等，都具有重要意义。新职业发布后，人力资源社会保障部将会同相关部门和单位加快新职业的职业标准开发，指导人才培养培训，提升从业人员的素质和能力，打造数量充足、素质优良的从业人员队伍。

酒体设计师，是酿酒企业中涵盖多方面专业知识的综合性岗位，是酿酒产业高品质发展的重要保障。酒体设计师职业的体系化建设将进一步深化推动白酒品质提升和个性化发展，为中国酒业高质量发展献智献策，为满足人民美好生活需求贡献力量。

节选自中国酒业协会

如何加强中国白酒文化遗产与知识产权保护？

文化是一个民族的灵魂，中华民族的文化源远流长、博大精深，经历了五千多年的岁月洗礼积淀。国家的经济发展水平和生产能力的提升在一定程度上也是民族优秀传统文化推动的重要表现。传承发展中华民族优秀传统文化是实现中华民族伟大复兴和树立文化自信的重要着力点。

酿酒文化是中国传统文化中最具特色的部分之一，蕴含着浓厚的民族特性，它与中国的农耕文化、烹饪文化、传统发酵酿造技艺、中医、饮食民俗、饮食文艺等人文、社会生活都息息相关。我国酿酒起源于超过一万年的新石器磁山文化时期，是世界公认的蒸馏技术鼻祖（据考证中国的蒸馏技术至少起源于公元

前 8 年), 白酒又可谓是世界上工艺最复杂、对人的感官冲击最丰富的蒸馏酒。中国人酿酒遵循“天人合一”与“和而不同”的哲学思想, 这也是中国哲学对万物关系的理解和对社会理想境界的构思。近代以来, 我们国家的陶瓷和丝绸制造技术先后被国际其他国家超越, 而中国白酒的酿造技艺仍属于我国独有的知识产权, 是可以肩负中国民族文化表达的重要符号。

弘扬酒业文化遗产, 保护酒业文化知识产权, 是酿酒行业为繁荣社会主义文化所做的贡献, 对于建立民族文化自信和文化自觉具有十分重要的意义。

中国白酒文化遗产保护现状

中国酒业文化遗产保护对中华文化具有深远的意义, 尤其是对白酒等传统酿造文化、技艺的保护。

第一, 白酒酿造技艺历经传承了上千年, 是我国古代劳动人民在长期的生产实践中创造总结出来的, 古文献记载的酿酒工艺非常有限, 技艺的传承几乎都是靠每一代酿酒技师口口相授、代代相传。现今, 中国白酒酿酒技艺非遗传承人只有 17 位, 且大都超过或接近退休年龄, 中国白酒酿酒技艺的传承情形堪忧, 岌岌可危。

第二, 我国酿酒文化遗产包括酿酒老作坊、老窖池等酿酒文物遗址群落保护的形势堪忧, 大量老酒坊以及各种酿酒文物由于得不到有效保护而快速消失在历史尘埃中。同时城市工业化进程的加快, 也使得酿酒文化遗产保护难上加难。如不尽快将更多的“中国白酒老作坊”列入中国世界文化遗产预备名单, 我国酿酒文化遗产保护还会持续恶化, 将对中华民族文化的传承造成不可估量的损失。

当前, 各路洋酒充斥中国市场, 其文化也在中国大行其道, 不仅持续影响着我国民众的消费习惯, 同时对我们的民族文化侵蚀也在不断加深。而我国作为世界蒸馏酒的发源地, 加强传统酿酒技艺和老作坊等文化遗产的保护, 是保护民族文化传承的重要举措, 对增强文化认同感和民族凝聚力更是意义非凡。

中国酒业知识产权现状及问题

酒类产品 and 国计民生息息相关, 酒类产业企业数量多、品牌多、商标多、社会关注度高、影响大。截止到 2020 年 8 月, 我国已累计注册酒类地理标志商标 202 件, 其中国内企业注册 48 个, 国际企业 154 个 (法国 141 个)。

具体而言, 在我国酒类知识产权保护有以下几方面侵权行为:

一是对于品牌商标的侵害, 包括未经许可擅自使用与注册商标相同、相似的产品, 制售假冒伪劣产品, 山寨产品、“擦边球”产品, 伪造、盗用驰名商标的产品, 以及对多品牌的酒企商标的傍名牌、虚假宣传等行为。

二是对于专利申请的侵害, 包括产品的外观设计、企业技术发明及实用型的专利技术, 如酿造、灌装等方面专利申请。

三是地理标志及文化遗产类的滥用, 尤其是头部品牌和区域强势品牌、酿酒核心产区的地理标志等, 进行冒用等行为。

酒业知识产权保护欠缺也有行业自身的原因, 全行业对知识产权系统性和预见性管理水平不高:

一是, 对知识产权的范畴和内容的认知参差不齐, 特别是传统的白酒企业存在问题比较多, 系统性和预见性管理水平不高。比如: 酒类产品和风土有着重要的关联, 酒类产区建设已成为全球酒类产业公认的发展方向与消费者的消费趋向, 也是酒类产业未来发展的核心标志, 但是, 从地理标志注册情况上看, 还未得到酒业的足够重视。

二是, 保护知识产权的奖励激励机制欠缺, 市场监测力度不够, 商标立法和执法监管滞后。部分白酒企业在侵权产品已经危及到市场份额时, 才会展开维权行动。导致酒类市场竞争激烈, 恶意抢注商标情况较为普遍。

加强中国白酒文化遗产与知识产权保护的建议

第一, 推动中国白酒文化遗产申报世界文化遗产名录的工作。我国酿酒企业 6 千余家, 规模以上酿酒企业 1 千余家, 其中酿酒老作坊、文物遗址众多。但中国文化遗产认定的“中国白酒老作坊”只有 7 处。建议强化酿酒文化遗产的考古研究和认定工作, 同时推动中国白酒文化遗产申报世界文化遗产名录的工作, 建议以“中国白酒老作坊”的名义联合申报世界文化遗产。

第二，制定工业遗产针对性保护体系。当前，我国对于文化遗产保护并没有一部完整的法律法规予以规范，文化遗产保护散见于各类不同层次的法律法规及通知规定之中，且存在多头管理的情况，以至于职责不明或导致管理上的缺失。尤其白酒文化遗产中正在使用中的“活的遗产”，很多明、清时代甚至更老的酿酒窖池、作坊等，都是延续、持续酿酒生产几百年的文物，与传统的文物保护是有显著差别的。因此十分有必要在现有遗产保护体系的基础上进行细化，增加工业遗产保护的针对性内容，最终建立独立的工业文化遗产保护体系，根据工业遗产的价值和特点，制定工业遗产保护的各项政策、法规和措施，更好地实现文化遗产的保护与利用。

第三，对知识产权违法行为严正处罚。知识产权是保护商标、地理标志、文化遗产等重要手段。但目前对酒类知识产权的违法犯罪处罚的幅度非常轻微，基本达不到对于侵权违法行为的震慑作用，极大地伤害了行业发展和消费者利益。建议对侵犯知识产权、假冒伪劣的违法犯罪行为，要完善法律顶层设计，从严加大惩罚力度，大大提高知识产权侵权行为的违法犯罪成本，依法实现对知识产权犯罪的根本性治理。从企业维权方面，要构建司法、行政和行业协作的保护联动机制，充分运用现有的行政、监察、法律、社会舆论等多种手段，动员全社会力量，共同打击制假贩假行为，营造良好的市场秩序。

责编：蒿凤

来源：中国酒业协会

最全牛年春节酒水消费大数据：白酒主流，低度酒走火

牛年春节假期，国内消费爆棚。春节期间，疫情零星反复但总体控制良好，在政府倡导下大部分地区实行就地过年政策，礼品消费和聚餐消费较去年均有不同程度的增长。

据商务部发布数据显示，2月11日至17日，全国重点零售和餐饮企业实现销售额约8210亿元，比去年春节黄金周增长28.7%。其中，在线餐饮销售额比去年春节同期增长约135%，年夜饭系列商品销售额比去年春节同期增长54.9%。

今年春节，酒水消费尤其线上销售增幅明显。多家线上平台酒水消费数据公布显示，白酒依然是春节消费的主角，洋酒、果酒等成为后起之秀，销售增幅超过1倍，最高增幅达到10倍。

天猫大数据显示，今年春节期间，白酒消费强劲，同比成交额在酒类中增长最快。茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、杏花村在国内老字号春节销售10强中占据5席。与以前人们想的更多是“如何买到”，今天则更加追求怎样“买得更好”。比如，进口酒水消费者，一半以上来自三四线及以下城市，三四线城市在春节酒水消费中更“洋气”了。

苏宁消费大数据显示，春节期间白酒类目销售额同比增长95%。茅台、五粮液、洋河、汾酒和泸州老窖，成为拉动苏宁白酒销售快速增长的TOP5品牌。五粮液增速最高，同比超200%，其他品牌如习酒、泸州老窖、剑南春、水井坊等品牌增速均超100%。

从单品来看，53度飞天茅台、第八代五粮液、剑南春水晶剑、洋河梦之蓝M1和汾酒青花20登顶单品榜前五，成为牛年餐桌上最受欢迎的白酒。

除了白酒，洋酒、啤酒销售增长表现同样优秀。苏宁易购数据显示，洋酒同比增长67%，法国原装进口洋酒最受欢迎。啤酒同比增长131%，百威、青岛和福佳白三足鼎立。

京东大数据显示，春节期间酒类消费农历同期成交额同比增长2-3倍，其中北方和西南省份的消费者依然爱喝白酒，广东人相对更喜好洋酒和啤酒，江浙沪一带居民的黄酒消费领先全国。

1919数据显示，新春年货节期间，1月白酒流通名品表现仍然强劲，52度五粮液（普通版）500ML销售较去年同期增长69.81%；青花郎500ML较去年同期增长33.41%。

与此同时，牛年春节酒饮消费也出现新亮点：

1、低度酒增长翻倍，女性消费为主流

京东到家平台上，气泡酒成为销售额飙升最为快速的酒类，达到去年同期的 11.8 倍，红啤和梅子酒销售额也达到去年同期的 2.7 倍和 2 倍。

天猫数据显示，单从下单人数来看，果酒增长最快，购买果酒的人数达到去年的 2 倍，其中将近 7 成的消费者是女性。从年龄来看，90 后买走了最多的果酒。最爱喝果酒的城市：上海、北京、杭州、深圳、广州、成都、重庆、苏州、南京、西安。

城市年轻女性低度酒消费加速崛起，起泡酒、果酒等适合女性微醺酒品同比销量增幅达 46%，集中在 20-35 岁城市女性。春节期间，300-400ml 小瓶装、分享装的酒最受欢迎，适合家庭小酌。

2、洋酒、啤酒、葡萄酒等更受年轻消费群欢迎

随着年轻一代占据消费主流，洋酒、啤酒以及葡萄酒等更受欢迎。春节期间，苏宁易购洋酒销售同比增长 67%，啤酒销售同比增长 131%。天猫国际进口洋酒销售额同比增长 10 倍，进口酒水消费者一半以上来自三四线及以下城市。京东到家白兰地和朗姆酒销售额分别是去年的 13.6 倍和 8.8 倍。

洋酒、果酒、起泡酒等三个酒种增幅较大，与就地过年这一新现象及人群基本都是在一二线城市工作的年轻人显示出极强的正相关性。对于果酒等低度酒走热，除了迎合年轻消费者，在看到年轻人群、尤其是女性饮酒人群的快速增长趋势后，预计低度酒未来会成为新的热门竞争赛道。

3、酒类消费呈现逢牛必火特点

酒类消费呈现逢牛必火的特点，牛栏山 52 度白酒火爆，只因为“牛”元素。平价白酒牛栏山同比销售增幅 85%，幅度超越茅台。加州乐事 308 红葡萄酒牛年限定款、保拉纳柏龙德国啤酒牛年礼盒装等进口酒也因为牛元素，受到消费者欢迎。

4、酒水消费带动电器消费

苏宁易购春节消费大数据显示：主打大容量、多温区、净味杀菌、干湿分储等功能的高端智能冰箱，也在春节期间受到消费者热捧，销量增长 77%，其中拥有独立恒温抽屉储存酒水和气密保鲜环境存放化妆品的酒饮美妆冰箱，尤为受欢迎。

5、酒水消费不同地区呈现不同特点

京东 2021 年货节期间整体成交额实际仍有三成左右的上涨，白酒在一二线大城市的占比较低，越往低线越受欢迎，而啤酒、洋酒基本相反。其中，华南地区偏向于果酒、养生酒，洋酒在上海较受欢迎，北京用户青睐高端白酒、汽泡酒等，西南省区消费者更偏向于高度白酒，东北地区消费者偏好啤酒。根据 1919 酒类直供数据显示，福建、广西、宁夏较去年同期增长最快前三名，相比去年同期分别增长 99%、61%、43%。

来源：研酒行智库

国际粮价大涨，白酒再度乘势提价？

联合国粮农组织公布的数据显示，2021 年 2 月，主要谷物国际价格同比大幅度上涨，高粱价格和 2020 年同期相比上涨 82.1%，玉米价格同比上涨 45.5%，小麦价格同比上涨 19.8%。

作为酿酒主原料，粮食的大涨尤其是高粱的大涨，会否影响到中国白酒的价格表现？知名白酒会借机掀起新一轮提价风潮吗？

高粱依赖国际市场，波动难免

从价格指数上来讲，粮农组织食品价格指数在 2021 年 2 月平均为 116.0 点，环比上升 2.8 点（2.4%），连续第 9 个月上扬，并创下自 2014 年 7 月以来的最高水平。

从国际市场来看，韩国、阿根廷、日本市场上，包括原粮在内的主要食品价格都出现了不同程度的上涨。那么，在世界经济越来越一体化的今天，国际市场上粮食价格的大涨，会不会很快传导到国内来呢？

据商务部监测，3 月 8 日至 14 日，全国食用农产品市场价格比前一周下降 0.8%，其中，大米、面粉批发价格均下降 0.2%。

单纯从数据来看，国际粮价大涨暂时还未传导到国内。也就是说，目前无论是广义上的粮食安全还是狭义上的酿酒用粮，都不存在问题。

就此，国家发改委价格监测中心综合业务处处长刘刚日前表示，受生产、流通及疫情等多方面因素影响，后期国际粮价走势存在一定的不确定性。我国粮食安全形势总体平稳，国际粮价上涨对国内市场的传导效应相对有限。

因为，中国的小麦、玉米、大米三大主粮自给率非常高，不进口也不会导致国内粮食供给短缺，所以，国内粮食价格受国际影响较小。但是与此同时我们也需要看到，在国际市场上价格大涨的粮食中，以高粱为主，其涨幅高达 80% 以上，那么这会给国内的酿酒用粮造成影响吗？

据悉，我国是世界上第一大高粱消费和进口国，但产量规模较小。统计数据显示，我国高粱种植面积在 2003 年达到 1083 万亩的规模，其后产生大幅度下滑。2009~2018 年，全国高粱种植面积由 732.2 万亩增长至 928.1 万亩，增长 26.8%；总产量由 150.3 万吨增长至 290.9 万吨，增长 93.5%，2019 年中国高粱产量 350 万吨。

那么，高粱进口量是多少呢？此前中国高粱产需基本自给，从 2013 年开始，高粱进口量大幅增加，2014 年、2015 年我国高粱更是分别激增到 577.6 万吨、1070 万吨；其后有所下降，但进口量仍在 350 万吨以上。海关总署发布的数据显示，2020 年前 10 个月，中国累计进口高粱达到 402 万吨，同比增长 449.2%。

也就是说，我国高粱的进口量远大于自产数量，那么，国际市场上高粱高涨 80%，对酿酒业影响几何？

300~400 万吨的国产高粱够酿 700 万千升的白酒吗？

实际上，按照业界的说法，酿酒业更多依赖于国产高粱，对进口高粱依赖较少。

业内人士介绍，我国针对进口高粱的主要用途为饲料。我国一直大量进口玉米、高粱和其他谷物，以满足国内生猪养殖业需求，且中国进口高粱不需要关税配额。

据称，因为我国种植的高粱大部分为褐高粱，单宁含量高，尤其是东北高粱非常适合酿酒；而进口高粱为黄高粱，单宁含量低不适合酿酒、价格便宜、做饲料原料性价比高，近两年部分饲料企业逐渐用于替代玉米。

按照这样的说法，国际高粱价格的涨跌，对国内酿酒业影响甚小。

实际上，我国白酒的酿酒规模也在逐渐减小，这同样意味着对粮食的需求在减小。

1 月 19 日，中国酒业协会公布的 2020 年全国酿酒产业数据显示，2020 年，全国酿酒产业规模以上企业白酒产量为 740.73 万千升，同比下降 2.46%。值得注意的是，这是自 2016 年以来白酒行业产量连续第四年下降。

酿酒规模的减少，代表着对粮食需求的减小，尤其是按照业界说法，中国白酒更依赖于国产高粱。

以此前数据比较，2019 年中国高粱消费量为 740 万吨，也就意味着，这 740 万吨的消费量中，包含了酿酒、饲料、制糖等需求，其中，酿酒或为最大用途。

数据显示，2019 年全国白酒产量为 785.9 万千升。按照通行的“3 斤粮食酿一斤酒”的说法，785.5 万千升的白酒，需要酿酒主粮大约为 2000 万吨以上。

分拆来看，785.9 万千升的白酒，其中很大比例为采用液态法酿造的产品，对粮食的需求偏小，且虽然高粱为酿酒主粮，但也有部分产品采用其他粮食为主料。

即便如此，当年国产的 350 万吨高粱显然不够酿酒所用，且这 350 万的总产量中，有一部分流向了其他用途以及用于出口。

按照 2019 年 740 万吨的总消费量来计算，也仍然有很大一部分流向了饲料制作等用途，可用于酿酒的数量应小于 740 万吨。

这样看来，似乎中国白酒并不 100% 依赖于国产高粱，300 万~400 万吨的国产高粱在需满足其他用途的情况下，应该并不够酿酒所用。

白酒逐年高涨，粮价权重几何？

若中国白酒在一定程度上依赖进口高粱，那么，国际粮价的涨跌，对中国白酒的成本会产生直接影响。

但从成本构成来看，原料成本只是在成品价格中占据较小的一部分，尤其是档次越高占比越小。以酿

酒用粮中的明星产品红缨子高粱来说，其成本价在 3.5 元~4.5 元/斤，加上作为酒曲主料的小麦，其成本为 3 元~4 元/斤。

按照“三斤粮食酿一斤酒”的算法，一斤白酒的主料成本约在 12 元左右；按照“五斤粮食酿一斤酒”的标准，一斤白酒的主料成本在 20 元左右。与高端名酒动辄几百元的零售价相比，其占比很小。

一些主粮产区的大宗交易价格则更低，譬如在 2020 年，辽宁红高粱收购价格为 3900 元/吨，换算下来，则每斤价格不足 2 元。

有业界人士认为，在白酒、尤其是高端名酒逐年涨价的背景下，其实粮食价格的权重已经很低，对于白酒而言，涨价更多成为体现品牌价值与实现品牌占位的手段。

2016 年以来，从调整期恢复过来的名酒企业，开始频频采用涨价手段应对行业变化。以 2020 年为例，名酒类对出厂价、批价进行调整的次数达到 20 次以上，而每年的年底以及年初也是调价的高峰期。

譬如在 2020 年 12 月 16 日，水井坊拟对臻酿八号（52 度、800ml）建议零售价由 478 元/瓶调整到 498 元/瓶，涨价幅度为 20 元/瓶；12 月 21 日起，46 度国窖 1573 经典装全国统一市场零售价格为 1199 元/瓶，团购建议价为 880 元/瓶；46 度国窖 1573 经典装计划内配额价格上调 10 元/瓶，2021 年 1 月 20 日起再上调 20 元/瓶。

2020 年 12 月 22 日，酒鬼酒发布调价通知，自 2021 年 1 月 15 日起，42 度 500ml 酒鬼酒战略价上调 20 元/瓶。

在今年初，茅台方面也对非标酒、系列酒进行了提价，系列酒提价 10%~20%不等，总经销定制酒提价 50%~100%，生肖酒提价 50%+，精品茅台提价 15%~20%，以上非标预计占公司茅台酒总计划的 8%~10%。

在这场每年几度的“调价”游戏中，粮食价格并非主要考虑因素，对名酒而言，体现品牌的价值感与定位才是目的所在。

编辑：李剑

来源：华夏酒报

政策法规

商务部公告 2021 年第 7 号 关于对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒反补贴调查最终裁定的公告

【发布单位】贸易救济局【发布文号】商务部公告 2021 年第 7 号

【发文日期】2021 年 03 月 26 日

根据《中华人民共和国反补贴条例》（以下称《反补贴条例》）的规定，2020 年 8 月 31 日，商务部（以下称调查机关）发布 2020 年第 35 号公告，决定对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒（以下称被调查产品）进行反补贴立案调查。

调查机关对被调查产品是否存在补贴和补贴金额、被调查产品是否对国内产业造成损害及损害程度以及补贴与损害之间的因果关系进行了调查。根据调查结果和《反补贴条例》第二十五条的规定，2020 年 12 月 10 日，调查机关发布初裁公告，初步认定原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒存在补贴，国内相关葡萄酒产业受到实质损害，而且补贴与实质损害之间存在因果关系。

初步裁定后，调查机关对补贴和补贴金额、损害和损害程度以及补贴与损害之间的因果关系进行了继

续调查。现本案调查结束，根据《反补贴条例》第二十六条规定，调查机关作出最终裁定（见公告附件 2）。现就有关事项公告如下：

一、最终裁定

调查机关最终认定，原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒存在补贴，国内相关葡萄酒产业受到实质损害，而且补贴与实质损害之间存在因果关系。

二、反补贴措施

鉴于调查机关于 2020 年 8 月 18 日对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒发起反倾销调查，且调查机关认定存在倾销和损害，倾销与损害之间存在因果关系，经国务院关税税则委员会同意，商务部决定征收反倾销税。为避免双重征税，经国务院关税税则委员会同意，商务部决定不对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反补贴税。

被调查产品的具体描述如下：

调查范围：原产于澳大利亚的进口装入 2 升及以下容器的葡萄酒。被调查产品名称：装入 2 升及以下容器的葡萄酒，简称“相关葡萄酒”。英文名称：Wines in containers holding 2 liters or less。产品描述：以鲜葡萄或葡萄汁为原料，经全部或部分发酵酿制而成的装入 2 升及以下容器的葡萄酒。主要用途：主要作为饮料酒供人消费。该产品归在《中华人民共和国进出口税则》：22042100。各公司从价补贴率在本公告附件 1 中列明。

三、临时反补贴税保证金的退还

鉴于商务部决定不对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反补贴税，有关进口经营者依商务部 2020 年第 58 号公告自 2020 年 12 月 11 日起至 2021 年 3 月 27 日向中华人民共和国海关所提供的临时反补贴税保证金，以及相应的进口环节增值税保证金和进口环节消费税保证金，海关予以退还。

四、复审

有关利害关系方可根据《中华人民共和国反补贴条例》的相关规定，向调查机关申请复审。

五、行政复议和行政诉讼

对本案终裁决定不服的，根据《中华人民共和国反补贴条例》第五十二条的相关规定，可以依法申请行政复议，也可以向人民法院提起诉讼。

本公告自 2021 年 3 月 28 日起执行。

商务部

2021 年 3 月 26 日

来源：商务部网站

“国际美酒佳肴巡礼”发布会——美食美酒两大产业携手振兴内需！

2021年3月4日，广州睐纬投资咨询有限公司联合佛山市顺德区大良美食旅游促进会、指导单位广东省酒类行业协会以及寻味顺德小镇在顺德华侨城欢乐海岸城 PLUS 国际美食文化交流中心举行了“国际美酒佳肴巡礼”发布会。期待未来的国际美酒佳肴巡礼活动能够顺利落地顺德华侨城，加快实现两大产业携手振兴内需！

顺德大良美食旅游促进会、顺德区大良街道宣传文体旅游办公室、顺德区大良街道经济发展办公室、广州睐纬投资咨询有限公司、广东省酒类行业协会以及各国领事馆相关部门负责人参加了本次活动。

01 顺德欢乐海岸 PLUS 和促进会介绍

广东顺德华侨城实业发展有限公司副总经理、顺德大良美食旅游促进会会长张志标先生为来宾介绍了欢乐海岸 PLUS，欢乐海岸 PLUS 是《粤港澳大湾区发展规划纲要》发布后，华侨城集团在大湾区落地的首个、也是大湾区规模最大的城央文旅综合项目、华侨城集团创新性文旅融合项目。

02 寻味顺德特色小镇项目介绍

顺德区大良街道宣传文体旅游办公室四级主任科员谢美姿女士讲解了寻味顺德小镇，大良街道作为顺德的中心城区，文化底蕴深厚，旅游资源丰富，素享“食在广州，厨出凤城”美誉，更是著名的烹饪之乡和中国首个“中华餐饮名镇”，成功纳入省级特色小镇培育库。

03 国际美酒佳肴艺术学院介绍

广州睐纬投资咨询有限公司 CEO 胡佑宗 Andy 先生阐述了餐酒搭配艺术学院成立的意义，愿景和使命。他表示，“餐酒搭配艺术学院”旨在共同打造美酒佐美食艺术研究基地，全面的推进中国美食文化与国际葡萄酒文化的结合和延伸、促进美食产业和葡萄酒行业的健康发展，实现餐饮经济+葡萄酒经济的共商、共建、共享，提升中国美食文化在国际的影响力。

04 签约仪式

顺德大良美食旅游促进会和广州睐纬投资咨询有限公司就餐酒搭配艺术学院的成立进行签约仪式，广东省酒类行业协会见证了这意义重大的签约仪式。

广东省酒类行业协会的会长彭洪会长由于时间原因，无法亲自出席签约仪式，发来视频表示祝贺，他表示餐酒搭配艺术学院的成立，将大大提高和推广了餐饮产业与葡萄酒产业有机融合的新的发展模式，把两大产业的运营模式实实在在落地，为我们美食爱好者提供一个学习、交流、共享的平台，帮助两大产业在新的发展时期得到共享、共赢的发展举措。

05 国际美酒佳肴巡礼活动预告

广州睐纬投资咨询有限公司的项目经理骆妍珊 Filipa 女士着重点出国际美酒佳肴巡礼的分阶段目标任务。她表述了国际美酒佳肴巡礼的规模较为庞大，将分阶段进行。首阶段为数个酒与餐融合的联展，第一个将在 5 月 13-14 日举行。联展将由广东酒协和大美旅促进会共同参与策划启动，并邀约各国领事馆共同参与。大型的国际美酒佳肴巡礼将在 12 月进行。

06 晚宴餐酒搭配艺术分享

大会结束后，为庆祝餐酒搭配艺术学院的成立，准备了首场餐酒搭配晚宴。晚宴邀请了国家葡萄酒技术委员会专家委员兼全球葡萄酒中国品鉴体系评委兼广东省酒类行业协会葡萄酒分会秘书长陈泳老师为嘉宾讲解餐酒搭配的艺术。

陈老师表达了餐酒搭配主要讲究两个词：平衡与互补。美酒配佳肴，是人生一大乐事，更是一门学问。好的菜品需要适合的酒来衬托，好的酒品也需要食物来搭配，最佳的搭配效果可以令食物更加好吃、酒更好喝，学懂餐酒搭配的艺术，才能提升味觉享受。

本次晚宴所品鉴的葡萄酒跨越中西方，分别来自中国、西班牙和葡萄牙。中国贺兰山红寺堡凯仕丽酒庄，2019 年被评为“最具潜力中国酒庄”，2020 年凯仕丽产品被列入第七批国家扶贫办扶贫产品目录。凯仕丽是 2020 中国好声音指定红酒品牌，送礼、聚会的必备佳品。

西班牙西金酒庄，由历经五代传承的尤金家族管理，旗下 6 大酒庄实力非凡，多次获得年度欧洲最佳酒庄及西班牙年度最佳酒庄的荣誉。

而十多年专注葡萄牙葡萄酒的珠海高特贸易有限公司带来了极具葡萄牙国家特色的葡萄酒，干红葡萄酒和波特酒，让这次中西餐饮文化的碰撞产生更多的火花，味觉享受得到升华。

晚宴期间，资深葡萄酒培训师梁宏业大师分享酒 VS 膳的恰逢偶遇，完美融合，精酿与细烹的星星相惜，对本次发布会给予了大力的肯定。嘉宾们期待国际美酒佳肴巡礼循序渐进地开展，希望可以参与未来的活动，为促进美食产业和葡萄酒行业健康发展贡献力量，同时能在两大产业有机融合的新的发展模式中共享和共赢。

期待未来的国际美酒佳肴巡礼活动能够顺利落地顺德华侨城，加快实现两大产业携手振兴内需！

来源：广州睐纬投资咨询有限公司

2021 中酒展（广州）闭幕，九八七酒业成绩斐然

3 月 7 日，号称白酒界牛年第一展——2021 中国高端酒展览会（简称“中酒展”）在广州落下帷幕。秉持“让天下没有难找的好酒”的使命，主办方酒业家传媒四年前开始创办中酒展，今年是第五个年头。中酒展为广大酒商酒友们提供了一个既是观赏，又是商机，既是体验，又是交流的综合平台。九八七酒业与全国两百多家酒企、两万多家酒商一起参展。

期间惠顾九八七展台客商累计 3000 余人次，通过不同方式预约、表达合作意向的客商超 300 余家。

九八七天系列酒、合欣坛藏酒、酒尽留心酒受到客商的赞美。特别是合欣坛藏酒，在去年十一月份中酒展的预展中“一坛独秀”，本次大展中继续高光闪耀，赢得了客商的好评，被主办方评为“年度最具代理价值产品”之一。酒尽留心系列酒包装创意新颖，系列动漫演绎着高逼格的神奇故事，及其时尚潮流的勾调饮用方式也让客户纷纷参与体验。

广东九八七酒业在经过 3 年多时间的积淀和发展，已经拥有了一批受行业肯定的优秀产品。这些产品接受了市场的严格考验，具备了与一线产品竞争的条件，并在一些局部区域市场取得了压倒性表现。

参加本届中酒展，是九八七酒业布局全国市场的开始。2019 年和 2020 年，九八七酒业酿酒基地完成了文旅风格的厂区美化和技术升级，厂区美化包括植入红色文化、山水景观等，厂区更加郁郁葱葱，生机勃勃。技术升级方面提高了酿酒产能，如果本地高粱能满足需求，可以实现八千吨的酿酒。与此同时，九八七东莞万吨酒仓项目也如期启动，今年七月份将交付使用，异地贮酒能力将达到一万吨。企业整体实力获得长足的提升，九八七酒业已经到了试水全国市场的时候。

据悉，参加本届中酒展只是开始。4 月初，九八七酒业将携带核心产品前往成都，参加第 104 届全国糖酒交易会，接受更广阔的客户队伍的挑选。

文本：江红军

责编：杜奕霏

审稿：阿狸

来源：九八七酒业

文化复兴建设进入筹备阶段，区委区政府高度重视

3月10日上午，关于“永乐古窖文化园设计方案”讨论会在宜宾市叙州区文化广播电视和旅游局会议室召开，宜宾市叙州区副区长肖萍、宜宾市叙州区经信局副局长宋涛、宜宾市叙州区文广旅游局副局长王维等相关领导以及四川永乐古窖集团有限公司董事局主席郭浩标、宜宾永乐古窖酒业股份有限公司董事长伍倩雯参加了此次会议。双方就“永乐古窖文化园”的文化复兴建设问题展开讨论。

基础设施建设即将完成，文化建设进入筹备

讨论会中，宜宾永乐古窖酒业股份有限公司董事长伍倩雯女士就永乐古窖战略重组红楼梦建设项目启动以来的发展情况做出汇报。目前园区整体项目的建设进度基本顺利，预计截至到2021年7月，项目中关于酿酒厂房、灌装车间、包装车间在内的基础生产设施的改造建设将全部完成，同时整体项目将进入永乐古窖文化复兴的建设阶段；公司计划于2021年8月举行文化复兴活动，将通过糟房头老作坊遗址馆启动仪式、时间之河复兴开挖仪式、永乐古窖文化复兴建设启动仪式等多个内容全面开启永乐古窖文化复兴建设。

宜宾市叙州区副区长肖萍在会议中讲到：“永乐古窖文化复兴建设对宜宾市文化发展具有重要推动作用，区政府十分重视永乐古窖战略重组红楼梦建设项目”。她表示，永乐古窖在发展建设遇到的难题区政府定会全力给予帮助和支持，帮助企业推进工期建设，同时也希望永乐古窖能够将文化复兴工程做好做优，为宜宾文化产业发展锦上添花。

酒都历史源远流长，文化发展日益繁荣

宜宾酒都，以酒闻名，酒文化源远流长。在汉代的宜宾，酒已经渗透到社会生活的各个方面，而唐代的“重碧酒”更是被历代诗人墨客所推崇。杜甫就曾在《戎州扬使君东楼》中，盛赞宜宾“重碧拈春酒”。从重碧春酒到姚子雪曲，从杂粮酒到五粮酿酒，每个时期的历史发展都记录着宜宾酒文化的进步，而永乐古窖从1403年至今的传承和发展，更是见证了宜宾五粮浓香白酒的发展史。

近年来宜宾白酒产业的发展也正在逐步发生变化，从产品建设逐步转向产区建设、酒文化建设。永乐古窖的文化复兴建设更是为宜宾酒文化发展增添推力，公司以“丹山碧水、永乐传承”为宗旨，建设永乐古窖玉露湖风景区，展示企业形象和酒文化内涵，打造成酒类的研学基地和旅游环线点位。

推动文化健康发展，文化复兴意义重大

文化复兴建设工程是永乐古窖建设发展的重要一环，也将成为宜宾酒文化发展的重大推动力。永乐古窖文化复兴工程建设完工后，将全面开启文化园区相关工作的启动，通过糟房头老作坊遗址馆和非遗小镇进行传统文化输出，吸引更多周边省市的游客到此感受传统酒文化和非遗文化的魅力，感受宜宾传统民俗，进一步推动永乐古窖文化产业园成为4A级景区。通过旅游文化产业的发展带动周边的文化、旅游、餐饮、住宿等多方面的经济发展，同时也将帮助政府解决更多民生就业的问题，为宜宾叙州区的经济发展贡献力量。

文化复兴建设是永乐古窖输出双遗文化的关键一步，工程建成后将成为永乐古窖传播非遗文化和酒文化的重要根据地，成为永乐古窖五粮浓香白酒研学基地。在今后的发展中，永乐古窖也将继续为建设成为宜宾酒文化代表而不断努力奋斗，致力成为宜宾酒文化输出的杰出代表！

来源：永乐古窖酒业

俊涛帝亚吉欧威士忌培训会！

3月12日，俊涛连锁永泰店威士忌品鉴区举办一场帝亚吉欧威士忌培训会，讲师周家豪 Jason Zhou 是帝亚吉欧威士忌品牌大使，拥有超过9年的葡萄酒与烈酒行内经验，获得英国葡萄酒与烈酒基金会(WSET)四级认证，是英国葡萄酒与烈酒基金会(WSET)认证讲师。参加本次培训的有俊涛连锁门店店长及部门经理。

随着顾客对单一麦芽威士忌的消费需求，从 2019 年开始，俊涛连锁增加了对威士忌不同国家、产区，共一百多款品牌上架销售，并在俊涛连锁永泰店、蓝天店、黄石店等店设立威士忌专区陈列，方便顾客选购！

公司与帝亚吉欧，保乐力加等大品牌强强联手，定期举办产品主题品鉴活动，推广威士忌，让威士忌爱好者有一个专业舒适的品鉴空间，一起学习交流。

周老师开始把帝亚吉欧的历史，属下的威士忌品牌娓娓道来，从苏格兰四大产区斯佩塞、高地区、低地区及岛屿区的不同风格；

到酿造威士忌的不同原材料的分别，让我们清晰的了解到各种产区品牌的不同表现，也让我们了解到不同威士忌品牌的悠久历史文化。

今天品鉴的威士忌品牌有五款，从格兰昆奇 12 年、卡杜 12 年、到苏格登 12 年、再到泰斯卡风暴及 10 年，口味风格从低地产品的典雅轻柔到岛屿产区的辛香强劲烟熏，不同产区风格各异，这就是威士忌带给我们的味觉盛宴；

再次感谢帝亚吉欧对我们公司的大力支持！

购买更多不同产区风格的威士忌，请到俊涛连锁各大门店选购！

来源：俊涛连锁

石湾酒厂集团范绍辉董事长连任佛山酒协会长

3 月 16 日下午，佛山市酒类行业协会第八届会员大会在佳宁娜大酒店华夏宫隆重召开。

佛山市社会组织管理局副局长刘宇明（右）向石湾酒厂集团董事长范绍辉（左）颁发佛山酒协会长单位牌匾。

大会如期完成了所有议程，包括投票通过《佛山市酒类行业协会章程》的修改、投票选举产生新一届理事成员，石湾酒厂集团董事长、陈太吉酒庄庄主范绍辉连任佛山市酒类行业协会会长，九江酒厂、顺德酒厂、百年糊涂酒业当选常务副会长单位。

会上，周蕾秘书长向大会做第七届理事会工作报告，中外名酒有限公司总经理黄俊杰监事做第七届监事会监事报告，随后顺利进行第八届换届选举程序，并利用选举计票时间完成了第

同时，第八届理事会第一次会议顺利召开，并决定了理事会办事机构和机构负责人的聘任。

来源：广东石湾酒厂集团

和平酒协应邀参加全国工商联政策宣讲（和平县）座谈会为和平酒协发声、为和平酒协鼓与呼！

3 月 25 日下午全国工商联、广东省工商联到和平县调研，应邀出席参加——全国工商联政策宣讲（和平县）座谈会并代表和平酒协发言！座谈会上，和平县统战部副部长、县工商联党组书记曾志明主持，全国工商联、省市县领导出席！全国工商联执委莫宇宁传达学习习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神作了宣传，并重点解读了党中央促进非公有制经济发展的方针政策。和平县酒类行业协会会长叶勇长代表酒协发言，介绍酒协概况和汇报过去一年工作及 2021 年工作计划，汇报协会目前存在困难和不足，向各级工商联提前建议，为和平酒协发声，为会员争取更多政策和资源，争取更多红利，为酒协鼓与呼！各级工商联对和平酒协工作表示肯定并将一如既往关心和支持和平酒协发展！最后省工商联党组成

员、专职副主席张宏斌作总结发言，对县工商联工作表示肯定，听取和平企业家代表建议和意见，要求大家学习贯彻好中央相关文件精神，落实好省市工商联有关工作部署！感谢各级工商联对和平县酒类行业协会健康发展关心和支持！谢谢！

来源：和平县酒协

顺德区蔡伟副区长莅临调研指导

3月26日下午，顺德区蔡伟副区长、区科技局杨艳生副局长莅临顺德酒厂开展企业调研。

蔡副区长对公司当前的产品结构、市场开拓和技术创新能力、企业人才配备、用工等情况进行了了解后，对公司作为龙头企业的实力表示了肯定，同时对公司在经营过程中遇到的问题提出了解决方案，使公司未来发展更加顺利。

蔡副区长通过深入制曲、原料、酿造等车间，详细了解公司在质量管理控制、产品研发、市场销售等方面的情况。并且指出，目前白酒市场竞争激烈，需求呈多样化趋势，公司要进一步优化产品结构、加强产品创新研究、完善企业信息化建设，以优质特色的产品开拓市场，实现企业进一步发展。

顺德酒厂今后亦将不忘初心，精益求精，不断提升自身的综合实力，在实现企业进步的同时，为社会发展、粤酒振兴贡献出最大的力量。

来源：顺德酒厂企业宣传

聚焦国际视野，小糊涂仙“中国之路·名家讲坛”盛邀金灿荣教授解读百年变局

2021年3月28日，由广东省酒类行业协会、广州珠江云峰投资控股有限公司主办，贵州小糊涂仙酒业有限公司承办，新华网客户端、新浪网、网易、微酒、酒说、酒业家等媒体支持的“中国之路·名家讲坛”系列活动在广东东莞成功举办。

随着两会的落幕及十四五规划目标的制定，全面建成小康社会和基本实现社会主义现代化的目标已经迈入倒计时。站在历史新起点，中国正面临国内外深刻而复杂的变化，这样的时代背景下，广州珠江云峰投资控股旗下小糊涂仙酒业以“睿知见未来”的宏大视角发起“中国之路·名家讲坛”系列活动，诚邀各领域翘楚，云集盛会，以睿知见未来。

在前几场不同城市站点的“中国之路·名家讲坛”活动中，组委会陆续邀请知名经济学家马光远先生、知名媒体人胡锡进先生、著名学者金灿荣教授及军事专家罗援少将等参加并担任主讲嘉宾。本次东莞站活动再次诚邀中国人民大学国际关系学院副院长金灿荣教授，就“由两会召开看新形势下世界大格局”主题，与来宾一起煮酒论道，以智见领格局。

金灿荣教授从两会内容出发，对国家战略的新态势予以解读，针对当前国际关系的阶段性呈现的新特征，世界格局宏观形势走向等问题直抒己见，为现场观众提供了新的观点。

金灿荣教授从时下的新疆棉花事件等热点问题出发，指出了当下百年变局的深层含义在于四个“新”，即新的世界格局，新的现代化模式，新的工业革命以及新的全球问题。在未来，中美两国之间的战略竞争大基调不会变。而中国当下最显著的优势在于增量的稳定与迅速，把握时间是中国在战术层面上的第一优先级。随着重新建立起对话渠道，两国关系也将会迎来新的变化。

针对而在后疫情时代的变局，金灿荣教授认为，当下摆在世界面前的新问题主要有三个：第一，科技发展带来的正反效果的矛盾日益深化；第二，人口数量的增长带来人口结构的矛盾和治理的挑战；第三，

宗教的趋于极端化为社会安全带来不稳定因素。中国需要修炼好自身内功，做好随势而变的准备。

金灿荣教授旁征博引的解读，深入浅出的分析赢得了现场观众的阵阵喝彩！本次讲坛亦在愉快的氛围下落下帷幕。一个收获满满的下午，让社会大众对于中国当前面对的内外挑战有了更清晰的认识。相信在时代的呼唤下，中国必将以傲然之姿屹立于世界东方。

睿知见未来，慧眼识格局。国民浓香·小糊涂仙坚守初心，致力于酿造高品质的白酒，为消费者带来高品质的品饮体验，旨在和国民一起成就高品质生活。相信在未来，小糊涂仙酒将不断满足消费者多样化需求，输出更有情感、更有温度的价值表达，为推动行业进步和展现社会担当，做出更多的贡献。

来源：小糊涂仙酒业

汉御坊酒业年产 5000 吨酱酒技改扩建项目开工投建

3月30日，贵州省仁怀市茅台镇汉御坊酒业股份有限公司年产5000吨优质大曲酱香型白酒技改扩建项目正式开工建设。汉御坊酒厂总经理李群龙、副总经理魏小林、恒泰裕集团公司领导廖泗保及各参建单位代表约300人出席开工仪式。李群龙总经理介绍，汉御坊技改扩建项目位于茅台镇上坪村，是2020年贵州省重大工程和重点项目之一，也是遵义市招商引资重点项目之一。项目自启动以来，得到了各级政府领导和社会各界的大力支持和广泛关注。

据悉，汉御坊技改扩建项目总占地300余亩，将按照“酒旅融合、因地制宜”的规划思路，建成集酿酒厂区、国际化标准酒库、酒文化体验、健康休闲等功能的综合性酱酒文化产业园。项目建成后，汉御坊年产优质大曲酱香型白酒将在现有产能基础上再提升5000吨，进一步“扩大酒天地，做足酒文章”。

来源：汉御坊酒业

“广东王”亮家底，“老酱香”能否突围？

在茅台镇，有两家比较传奇的企业，一个是茅台，另外一个百年糊涂。20多年前，百年糊涂就走出茅台镇，在广东闯出了一片天地。

值得注意的是，在业内享有“广东王”美誉的百年糊涂今年将在酱酒方面有大动作。

有经销商透露，百年糊涂在春糖期间还会亮相三大酱酒产品，启动全国化布局。

实际上，百年糊涂从20多年前就已经在布局酱酒，而且“只酿不卖”了20余年。那么，拥有庞大老酱酒资源的百年糊涂会在春糖亮出一把什么剑？

20年前开始蓄力

看似新兵，其是老手，对于酱酒，百年糊涂其实更有发言权。百年糊涂开始酿酱酒的时候，彼时茅台还没有A股上市，那时的酱酒行业，市场规模才30亿左右。

众所周知，酱酒的酿造周期长，周转速度慢，资金使用成本高，同时，市场上浓香风头正盛，这个时候做酱酒显然不是明智之举。因此，在那时众多酱酒企业也纷纷做起浓香产品。

“未来的消费注定是高品质消费，白酒也不例外，有着12987工艺的酱酒，未来将会成为消费者的首选。”百年糊涂负责人在当时指出。

基于对未来前瞻性的预判，当时的百年糊涂酒业的负责人力排众议，把浓香作为企业当前20年的战略，把酱酒作为企业20年后的发展战略。

由此，百年糊涂着手于酱香型白酒酿造工艺的创新和优化，致力于酱香型白酒的生产和储存。为了打造更高品质的酱酒，把大部分酱酒基酒进行“战略封存”。这种“先酿后卖”，一做就是二十年。

历经20多年的发展，百年糊涂逐步成长为以优质酱酒为主导的企业，拥有了行业领先的大规模产能和

优质酱酒储备。

目前，百年糊涂拥有优质酱酒库存近 3 万吨，且实现年产酱酒 1 万吨的硬实力。同时，由于对工艺的严格要求，百年糊涂的酱酒没有碎沙，坤沙产能位列茅台镇前列。

亮剑 500-1000 元价位

而在行业趋势发生变化的关键时刻，基于企业生存发展，百年糊涂在 2020 年果断地进行了战略的调整——“浓酱并举”，首次提出酱酒全国化与未来百亿酱酒目标。

本次百年糊涂产品展示、招商、论坛的酒店设在了成都 JW 万豪酒店，设展时间为 4 月 4 日—4 月 6 日。

据了解，本次春季糖酒会百年糊涂酒业推出的百年糊涂老酱香系列三大战略单品，分别为：百年糊涂老酱香 10、百年糊涂老酱香 15、百年糊涂老酱香 20，全国统一零售价分别为 499 元、699 元和 999 元。

有行业人士指出，从本次推出的产品可以看出，百年糊涂的酱酒产品从高端到次高端两大黄金价格带，可以满足不同市场，不同类型的经销商的需求。

显然，这是百年糊涂通过构建更加密集的产品矩阵完成对优势价格带的饱和式占领，实现对更多消费者的圈层渗透，也是对次高端和高端战场的进一步加码。

“春季糖酒会是白酒行业的一大盛会，聚集全国各地的企业与经销商，在糖酒会设展与招商，意味着百年糊涂酱酒开始向全国进军。”有行业人士指出。

据百年糊涂老酱香事业部总经理叶挺介绍，此次春糖上市的百年糊涂老酱香系列产品，是百年糊涂酒业倾力打造的高端老酱香型白酒，承载着百年糊涂酒业在新时代风口下高质量发展的战略使命。

20 年来，百年糊涂用浓香创造了产品奇迹，重构了广东白酒行业格局。如今百年糊涂老酱香的出现，百年糊涂或将再次重构酱酒行业未来的竞争格局。

有“老酱香”家底这个“杀手锏”

众所周知，在当前情况下，500—1000 元价格带是酱酒黄金价格带，也是酱酒竞争最为激烈的价格带。

那么，为何百年糊涂敢在春糖推出这样三款产品？支撑百年糊涂跟全国众多酱酒品牌竞争的关键点在哪里呢？

我们从产品的名称不难看出，百年糊涂的酱酒产品亮出了“老酱香”这个“杀手锏”。

值得一提的是，百年糊涂老酱香的产品定位更加直白，从百年糊涂老酱香 10 到百年糊涂老酱香 20，对应的是老酒的年份和比例依次提升。口感层面也伴随着年份基酒的提升而变得更加醇厚，更加优雅！

百年糊涂的每一瓶老酱香都是岁月的礼物，从粮食生长、窖池发酵、基酒储存，每个步骤都是“时间的魔法”，可以说是“老酱香”时间成本最精炼的阐述。

百年糊涂依托于老酒与酱酒核心优势，提出了“老酱香战略”，构建了差异化顶层战略设计，并释放在这一领域的巨大价值潜力。

百年糊涂的极致差异化路线就是坚定老酱香战略，以老酱香为突破口争夺高端白酒市场，其本质上是品质战略，是对接高端消费群体高端需求的价值化、增值化战略，是企业审时度势、酝酿已久、顺势而为的基于“高品质”的主动占位。

突出重围的可能性

“酱酒虽热，但酱酒的白热化竞争也开始了！”有行业人士指出。

作为刚刚进入酱香酒局的百年糊涂老酱香，凭什么在众多酱酒中脱颖而出？经销商为何选择百年糊涂呢？在弄清这个答案之前，我们先弄清，酱酒未来竞争的关键点是什么？

有人说是品牌，因为没有品牌就没有竞争力，也没有商业价值；

也有人说是产能，因为产能是决定酱酒能够做多大的根本；

还有人说是产区，因为酱酒先火的肯定是核心产区；

另外有人说是商业模式，能够成功的品牌，都有一套好的商业模式。

那么，我们今天就从这四个竞争关键点来看百年糊涂的老酱香是否符合酱酒未来竞争的潜质。

从品牌上来看，百年糊涂经过 20 多年发展，已经成为白酒行业的著名品牌，“老酱香”则代表着回归传统、自热与本真，符合当下高品质生活态度。

从产区上来看，百年糊涂老酱香来自赤水河畔茅台镇核心酱酒产区，秉承“二十年不卖酱酒”的理念，专业酿好酒。

从产能上来看，百年糊涂年产优质大曲坤沙酱酒 10000 吨，目前老酱酒基酒储存量近 30000 吨，基酒陶藏 20000 多个，18 条自动生产线。

从商业模式上来看，百年糊涂在广东深耕多年，拥有一套成熟的市场开拓和运营能力以及“全渠道赋能”的实力。

不难看出，不论是研发和生产能力，还是渠道和消费者服务能力，百年糊涂在众多酱酒企业中，做得更好、更深。

可以预见的未来是，百年糊涂将手握优质产区、核心品牌、全国化销售渠道，通过抢占酱酒行业话语权，将百年糊涂老酱香得天独厚的酱酒优势发挥到极致。

从百年糊涂老酱香的入市之初，便可以看出，百年糊涂老酱香从一开始就要做那个不一样的品牌，一个给行业带来新思考与新维度的品牌。

再回到上文说到的选酱酒的四个关键点，我们能够发现，百年糊涂老酱香非常符合经销商的选品要求。

对于酒商而言，百年糊涂酱酒的关键时刻，无疑是不容错过的绝佳机会。

据悉，4 月 5 日举办的“首届中国酱香型白酒 T20 高质量发展峰会”百年糊涂老酱香将进行品牌战略发布，不仅会邀请专业人士对百年糊涂老酱香的优势进行解读，还将带来更多精彩内容。

会议期间，百年糊涂老酱香将首次发布其在品牌、招商、经营方面的系统方法论。公司高管也将现场面向经销商完整阐释百年糊涂老酱香在品牌、产品、经营等重大战略方面的思考。

文 | 张强 编 | 白晨

来源：微酒

长乐烧酒业获批使用地理标志产品新版专用标志

近日，广东省市场监督管理局发布《关于核准珠海市广达水产食品有限公司等 25 家企业使用地理标志专用标志的公告》，梅州市新增两家企业生产的地理标志产品上使用地理标志专用标志，获得地理标志产品保护，分别为广东长乐烧酒业股份有限公司生产的长乐烧酒和蕉岭县星森茶厂生产的蕉岭绿茶。

根据《国家知识产权局办公室关于确定地理标志保护产品专用标志使用核准改革试点地方的通知》，按照原国家质量监督检验检疫总局《地理标志产品保护规定》、国家知识产权局《地理标志专用标志使用管理办法(试行)》，生产白蕉海鲈、长坝沙田柚、长乐烧酒、蕉岭绿茶、新会陈皮、愚公楼菠萝、流沙南珠、化橘红、高州桂圆肉、竹山粉葛、凤凰单丛(枞)茶、新兴话梅、泗纶蒸笼等 13 个产品的 25 家企业(见附件)，分别向产品所在地市场监督管理部门提出地理标志产品专用标志使用申请，经有关市场监督管理部门审核，并经省市场监督管理局审查认定，现予注册登记。自即日起核准上述企业在其生产的地理标志产品上使用地理标志专用标志，获得地理标志产品保护。

2019 年 2 月，梅州市市场监督管理局（知识产权局）组建成立，标志着梅州市的知识产权工作进入一个新的发展阶段。

截至目前，梅州市共有梅州金柚、西岩乌龙茶、大埔青花瓷、八乡山番薯、马图绿茶、蕉岭绿茶、桂岭蜂蜜、蕉岭冬笋、三圳淮山、大田柿花、七畲径茶、长乐烧酒、平远脐橙等 13 个地理标志保护产品。我省 10 个“中欧互认”地理标志保护产品中，“梅州金柚”和“大埔蜜柚”（农产品地理标志）榜上有名。

2020 年 4 月，省市场监管局将梅州市列为全省地理标志产品专用标志使用核准改革 10 个试点市之一。至目前，梅州市已经有 32 家企业获批使用地理标志产品新版专用标志。

来源：南方+

多渠道齐头并进，“品质川货，川悦生活”广州站工作推进顺利

由四川省商务厅、四川省经济和信息化厅、四川省财政厅、四川省农业农村厅、四川省人民政府驻广州办事处主办，广东省四川商会支持，科通国际展览（广州）有限公司承办的“品质川货，川悦生活”活动广州站各项工作正得到高效推进和落实。

目前项目已完成超过 20 个商超网点、10 个餐饮网点、20 个川企营销点以及 1 个专业批发市场的入驻工作。线上布局方面，通过选定头部直播及社交平台，组织川货出川专场直播，已获得超过 10 万在线观看人数。通过多渠道齐头并进、热点区块重点布局的方式，为品质川货打开广阔的华南市场，促进更大规模的川货出川。

近期，“品质川货，川悦生活”活动广州站仍将在商超、餐饮等线下渠道积极组织川企品牌与本地的各渠道客户进行精准对接，协助各川企巩固与已经合作的经销商或终端渠道的客情关系，增加川货、川企品牌销售力、影响力；线上渠道方面将发力头部主播和中腰部主播搭配互补的直播带货和社群电商渠道，预计达成销售额超 1000 万元。

来源：INTERWINE 科通名酒展

打卡十二大世界遗产，《万里走单骑》刷屏全网，为何在酿酒车间收官？

文 | 云酒团队

酒鬼酒的每一个高光时刻，都不会让湘西缺席。

今年 1 月 31 日，由酒鬼酒独家冠名的中国首档世遗揭秘互动纪念节目《万里走单骑》正式开播，陆续走过全国十二个世界遗产地。3 月 24 日晚，故宫博物院第六任院长单霁翔领衔“布鞋男团”走进湘西，走进酒鬼酒表演车间，宣告节目第一季成功收官。

代表着中华文化最高水准的节目和文化名人齐聚酒鬼酒酿酒车间，在氤氲的馥郁香里深度对话，代表着传统酿酒文化与世遗文化的交融与传承。

到收官这天，再回看酒鬼酒携手《万里走单骑》留下的这些文化印记，其实更是一种文化自信的表现。

“文化酒引领者”当有的姿态

“沉睡三千年，一醒惊天下”。

最近考古界最重大的事情莫过于三星堆，年轻人们亲切地称其为“堆堆”，戏称这次三星堆遗址挖出了六个盲盒，把土金面具残片、巨青铜面具、青铜神树、象牙等新发现的重要文物一一送上热搜。

人们尤其是年轻人，对这些烙印着传统文化的事物越来越喜闻乐见，并且善于用年轻化的话语体系来进行文化传播。

这种极新潮与极传统的碰撞，是全民文化自信觉醒的表现。

在酒鬼酒的酿酒车间里，中国文联副主席、中国电视家协会主席胡占凡谈了对《万里走单骑》的体会。他表示，高层多次强调，“让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来，让中华文明同世界各国人民创造的丰富多彩的文明一道，为人类提供正确的精神指引和强大的精神动力。”这正是《万里走单骑》作为世界文化遗产类节目的意义所在。

同时，当前新时代文化自信的中国格局正在徐徐展开，需要有人把中华文化里最核心、最精髓的内容传达给人民群众，将前人所创造的文化分享给后人。

早在上世纪 90 年代，酒鬼酒便提出了“中国文化酒的引领者”的定位，2018 年更是明确以“中国文化白酒第一品牌”为战略愿景，以“文化酒引领者”为战略使命。

一直以来，白酒都是中华文化的载体，而“中国文化白酒第一品牌”的愿景，更加决定了酒鬼酒必须有不一样的文化姿态，它需要承担更多文化责任，站在更高的视角去引领行业，更加坚定文化自信。

正如中粮酒业副总经理、酒鬼酒公司副董事长郑轶所言，此次酒鬼酒与《万里走单骑》深度合作，挖掘世界文化遗产背后的故事与内涵，让国人重新认识隐藏的文脉和宝藏，让世界文化遗产“破圈出道”，同时也实现了以文化品牌之力助力中华优秀传统文化传承的初衷，酒鬼酒正在践行大国品牌“馥兴”中华文化的使命。

酒企做品牌的典型样本？

从文化层面而言，酒鬼酒是白酒行业最独特的品牌。

有行业观点曾提出，白酒行业已经走过品质时代、品牌时代、文化时代，进入健康时代。然而不难发现，讲好品牌与文化依然是当前白酒行业最重要的工作。

如何将品牌与文化相结合，找到最适合自身的品牌之路？酒鬼酒给出了一个以“内涵、契合、坚持”为关键词的样本答案。

就像沈从文离不开湘西一样，酒鬼酒也离不开湘西。

郑轶说，“湘西的山、水、人情也滋养着酒鬼酒，为酒鬼酒打上了深刻而独特的文化烙印。它在少数民族文化与中原文化的融合中孕育，在以黄永玉为代表的文化大家的巧思与妙手中诞生，带着浓厚文化基因的酒鬼酒是中华文明孕育的产物，传承中华文化更是酒鬼酒的天然使命。”

这就是酒鬼酒的文化内涵，而酒鬼酒也非常清醒并精准地抓住了这一点，湘西是其文化根脉。

至于契合，则是指酒鬼酒擅于辨别符合自身品牌定位的文化 IP。

单霁翔在阐释节目初衷时表示，“世界文化遗产中国最多，价值也是最高，但是我们很多的世界遗产地要么人们不知道，只知其名；要么走进以后没有看清楚就走回去了。所以要通过一档节目使人们能够走进，能够知道它为什么是世界遗产，它有什么价值，我应该怎么看，我应该把什么内容能够带回去。”

虽然从体量上看，酒鬼酒还有很大发展空间，但其品牌格局和品牌眼光，却不输头部企业，选择《万里走单骑》，就是看中了这档节目所站的高度和立意。

最后是坚持，复旦大学历史系教授钱文忠表示，“这个节目在我看来特别注重强调的是一个‘走’字，走的精神是特别重要的。”在把文化变成品牌本身这件事上，酒鬼酒就具备这种“走”的精神。

多年来，每到一处，酒鬼酒讲文化的时间总比讲产品、讲市场的时间多，把文化建设当作头等大事，如联手《中国国家地理》，开展“高端文化白酒研讨会”“馥郁荟”“内参名人堂”等活动，汇聚钱文忠、纪连海等文化名人，始终传承大师黄永玉提炼的“酒鬼”文化.....

看行业，酒鬼酒是文化自信的表率，看自身，酒鬼酒则是酒企品牌建设的典型样本。

新加入会员名单

新加入会员单位

佛山市狼图贸易有限公司 地址：佛山市禅城区岭南大道北 131 号一座 1002 房 电话：13825514533	广州膜兰酒业有限公司 地址：广州市海珠区琶洲保利天悦 23 栋 3303 电话：020-84159148
广东多卡司贸易有限公司 地址：广东省湛江市开发区人民大道北 6 号南国豪苑三期 11 栋 106 号商铺 电话：0759-3588896	广州润禾源商贸有限公司 地址：广州市天河区宦溪西路 42 号 C 栋 103 房 电话：020-82517266
广州汇博商贸有限公司 地址：广东省广州市天河区禺东西路 43 号 3 楼 电话：18680488234	广州易江南酒业有限责任公司 地址：广州市白云区增槎路 926 号江南市场综合交易大楼 2 楼 B 区自编 1 号 电话：020-81176938
黔义酒坊（广州）酒业有限公司 地址：广东省广州市白云区百世商业广场 D4409 电话：13924222820	广州市海略谷商贸有限公司 地址：广州市越秀区寺右新马路 111-115 号 1601 室 电话：020-22819994
赤水芝绿金钗石斛生态园开发有限公司 地址：贵州省遵义市赤水市长期镇兴旺村天堂沟 电话：18998350369	贵州省仁怀市茅台镇夜郎古酒业股份有限公司 地址：贵州省仁怀市茅台镇名酒工业园区 电话：0851-22221169
东莞市东城刘伟炫茶叶店 地址：广东省东莞市东城街道学星路 76 号 19 号商铺 电话：18826891763	广东国宾酒业有限公司 地址：深圳市罗湖区深南东路 4003 号世界金融中心 A 座 19 楼 19E 电话：18820967737
广州市天河区天园廖氏万隆商行 地址：广州市天河区东逸一街 39.41 号自编首层逸都商城 101B 号 电话：020-38876678	四川真品惠供应链管理有限公司 地址：四川省成都市双流区长城路二段 228 号锦丽园别墅 B 期 10 栋 电话：15566111556
广西丹泉酒业营销有限公司 地址：广东省广州市天河区盈彩路 2 号领汇中心 D8 栋 401 室 电话：0778-7211669	潮州市古楼醇酒厂 地址：潮州市潮安区凤凰镇康美村（赞美楼） 电话：15976386128

副会长单位：广州市帝邑企业服务有限公司

广州帝邑企业服务有限公司（简称“帝邑”），总部坐落于世界一线、粤港澳大湾区经济商圈核心城市——广州。母公司为法国欧农汇酿酒联盟，旗下有帝邑等酒庄。公司主营干邑、白兰地、法国葡萄酒、澳洲葡萄酒、智利葡萄酒、利口酒、威士忌、伏特加、金酒等世界酒类品牌的销售与运营，下设自营店与区域分店，拥有国际贸易、研发设计、品牌推广、电子商务、孵化教育等优势供应链资源。

数十年的酒业商圈背景，奠定了我们自营酒庄与合伙经销的盈利模式，汇聚来自世界各地的一线优质酒源，与法国百年酒庄、国际葡萄酒庄、各大客户建立长期友好的战略合作关系，携手资源共享，持续促进酒类事业发展蓝图，为实现双赢不断努力前进。

帝邑自成立起，秉承诚信经营、合作共赢为理念，构建企业服务文化发展商圈，致力打造持续健康的产业链，为客户带来优效、品质、可靠的产品价值和平台服务。

地址：中国广东省广州市白云区机场路 585 号鹏景大厦 206 室

电话：86-020-86628802

理事单位：广东跨元航天医学工程技术有限公司

广东跨元医学工程技术有限公司 2018 年经省科技厅推荐，落户于韶关市高新区莞韶城。公司自成立以来，致力于新型研发机构建设、科技企业孵化、科技成果转化和落地、引进人才和人才培养，主营航天医学、航天生物、生物医药、中医药、医药科技的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；生物制品、航天医学用设备、医疗器械和设备、保健食品的研发及销售，是太空技术民用化、空间技术和空间生命科学仪器军转民的示范应用单位和广东省科技厅认定的“广东省新型研发机构”。

地址：广东省韶关市武江区莞韶城一期黄沙坪创新园 40 栋

电话：0751-8222820

理事单位：金爵国际酒业（广东）有限公司

企业使命：让每个国人喝到喜欢又放心的进口葡萄酒

企业愿景：成为优质进口葡萄酒行业的领军企业

价值观：诚信、拼搏、忘我、服务、创新

经营理念：服务到感动客户，感动自己

金爵国际酒业是广东泰劲投资有限公司旗下的全球酒类品牌运营商。公司产品覆盖法国、澳大利亚、智利、阿根廷等多个国家。多年来，不断开拓创新，坚持走制度化、精细化、专业化、品牌化的发展之路，以让每个国人喝到喜欢又放心的进口葡萄酒作为企业使命，成为优质进口葡萄酒行业的领军企业作为企业愿景，秉承诚信、拼搏、忘我、服务、创新的价值观，通过服务到感动客户，感动自己的经营理念。

金爵国际酒业主要以葡萄酒经营为主，主营进口葡萄酒、洋酒、世界地区性畅销酒品、国产白酒、IP 定制酒等相关品类。金爵国际酒业作为酒类消费服务平台，从酒类产品和服务向品质消费进行升级，为客户带来极致的美酒体验，更好地将高品质生活方式和价值传导到全社会。

旗下酒庄康乐庄园在法国波尔多是一家领先的家族酒庄。在波尔多主要的葡萄产区拥有超过 1000+公顷的葡萄园，葡萄树平均树龄为 30 年以上，酒庄同时具备现代最前卫的酿酒设备，年产能为 28,000,000 升，容器为 24,000,000 升。采收后，酿造高品质的葡萄汁，服务国家超过 10 多个国家。目前在中国进口葡萄酒行业已取得一定的品牌知名度。

我们酿造的葡萄酒继续在酒窖中陈酿，从葡萄的采摘到酿造装瓶都在总公司的严格控制下操作，确保生产过程和正确的葡萄酒储存。法国波尔多以其出色的葡萄酒闻名于世；这里同样拥有丰富葡萄酒的历史，于数千年前便开始了葡萄酒贸易，更是全球最古老的葡萄酒发源地，庄园第一株葡萄藤于 1929 年种下的。

麦克拉伦谷的温带海洋性气候为葡萄的生长提供理想的条件；有利酒庄产出高品质的赤霞珠、梅洛和赛美蓉（Semillon）等；结合先进的酿酒设备和传统的酿酒技术，致力于出产能完美体现酿酒葡萄独特风土特色且性价比高的优质葡萄酒。

地址：广东省广州市越秀区中山三路 36 号威力达大厦

电话：020—335656789

理事单位：广州市怡兆昇酒业有限公司

广州市怡兆昇酒业有限公司成立于 2016 年，总部设立在天河，致力专注于酒类批发行业，对品牌运营方式已有一定得了解及见解。

公司自成立以来，始终以创新、可持续发展的宗旨一直稳健前行。成立至今，在职员工 20 余人，同时打破传统批发模式，设立直营门店，到至今已拥有 5 家直营门店，覆盖在白云、天河、番禺、从化四大区；年销售额每年逐步稳健递增。

公司通过近几年不断地开拓发展，与富邑集团葡萄酒、智利蒙特斯、泸州老窖、轩尼诗、马爹利等知名一线品牌一直有紧密的合作关系，并且近年来荣获了奔富优秀经销商、国窖荟核心会员等称号。

公司本着“诚信为本，服务为先，全心全意为客户”的企业经营宗旨，坚持“客户至上、服务至上”的企业经营理念，提倡“诚信、团结、敬业、奋斗”的企业精神文化，努力不懈地为广大合作商户提供最优质的产品与真诚、专业的服务，得到了合作商户们的一致好评与认可，同时深受广大消费者的青睐。“诚信、团结、敬业、奋斗”的怡兆昇人，将在专业化与多元化并行的轨道上继续稳健、持续地前行。将最好的产品与服务带给我们最亲爱的客户们。我们同时坚定不移地将企业宗旨一直贯彻下去，愿与各合作商户共创双赢，同时愿为建设一个诚信的酒类市场竭尽微薄之力！

地址：广州市天河区燕成路 6 号 A15 房

电话：020-62206368

理事单位：宁夏西鸽酒庄有限公司

西鸽酒庄成立于 2017 年，是宁夏贺兰山东麓产区迄今为止精品葡萄酒生产规模最大，最具国际一流水平的顶级酒庄。酒庄的创立者张言志，是法国波尔多葡萄酒学院毕业的专业酿酒师，曾师从世界葡萄酒教父级人物 Denis Dubourdieu 教授，也是波尔多葡萄酒学会（Académie du vin de Bordeaux）的首位中国籍成员。他的目标，是酿造一款被专业人士喜爱、行销世界的“中国葡萄酒”，而西鸽酒庄就是为这个目标而创立。

西鸽酒庄选址于宁夏贺兰山东麓青铜峡鸽子山产区，拥有 20000 亩葡萄园，其中 15000 亩是 22 年树龄以上的老藤葡萄园。西鸽酒庄的建筑极具当代特色，它是用近 20 万块贺兰山石垒成的具有中国古城特色兼具现代感的外圆内方的建筑，总建筑面积约 2.5 万平米，包含葡萄酒酿造区、橡木桶酒窖、灌装区、瓶装陈酿酒窖、专业品鉴区、游客接待中心、庄园酒店和有机特色餐厅，年设计产能 1000 万瓶，是宁夏综合设施最完整、建筑标准最高的酒庄。

西鸽酒庄是中国拥有最先进生产设备的酒庄，包括拥有自主专利技术的发酵罐、新西兰智能温控酿造系统、意大利先进灌装线、葡萄园智慧农业控制系统等，这些设施为西鸽酿造高产量、高品质的葡萄酒提供了必要基础。正是基于这些先进的设备，以及高标准的工艺要求，西鸽酒庄 2019 年 10 月通过世界最高标准的“BRC 国际质量认证”，成为中国第一个通过该认证的酒庄。

西鸽，以“酿一瓶宁夏风土的好葡萄酒”朴素理想，正在向世界讲述中国葡萄酒的故事。

地址：宁夏吴忠青铜峡市鸽子山西鸽路 1 号

电话：0953-8337999

理事单位：广州万江酒库贸易有限公司

广州万江酒库贸易有限公司成立于 2019 年 6 月 26 日，是东岳万江集团旗下独立经营的子公司。于 2020 年 12 月 5 日总部扩业乔迁于鼎富时代广场，占地面积 450 平方米，总投资 2000 万。酒库地址位于广州市天河区泰安北路 3 号。

万江酒库致力于打造专业化，多元化，多层次，全方位满足客户需求，店内云集各品类高中档洋酒、白酒、红酒、茶叶、滋补品和烟草等。酒类零售批发，烟草制品零售批发。经营包含类别有：白酒，洋酒，葡萄酒，黄酒，冬虫夏草、西洋参、野生灵芝、普洱茶、凤凰单丛、英红九号、小青柑等礼品。

万江酒库贸易有限公司秉承着“酒真人诚”“货真价实”的核心经营理念，“诚信为先”为原则；酒品齐全，保质保真的全方位服务与一系列的跟踪服务。

更拥有原装进口法国“佰歌男爵”代理，与多家零售商；代理商皆保有长期稳定的密切合作关系。

万江酒库以“酒真人诚，诚信经营”受到各界人士的支持与喜爱。秉承“诚信争天下，质优赢客心”作为企业的定位。

地址：广东省广州市天河区泰安北路 3 号 102 房

电话：13922208789

理事单位：广东微牛电子商务有限公司

广东微牛电子商务有限公司（简称微牛电商）是一家专注高端白酒互联网销售、新媒体营销、网络商城运营等业务的电子商务运营商，总部位于广州白云区。总部现有员工 300 多人，2019 年微牛电商获得广东粤强酒业有限公司投资入股。同年 5 月，国台酒业授予微牛电商“国台互联网直营中心”，自此微牛踏上名酒私域直营之路，以独创的“微牛模式”为基石，集微信私域模式、直播模式、社群裂变模式为一体，致力于成为中国酒类电商领航者。目前已积累 110 万国台酒客户群体，始终坚守“让每个人都喝到高品质好酒”的使命，2020 年底荣获“国家级放心酒工程示范企业”，成为国台酒华南地区重要互联网经销商。2021 年初，微牛电商正式布局线下新零售，成立微牛国台大健康产品体验馆，开展圈层营销，实现“线上+线下”全渠道覆盖，进一步锁定高端客户群体。未来，微牛电商将继续增强软硬件，为酒类发展做出更大的贡献。

地址：广州市白云区元下田三路 29 号 1823 创意元园 203-207 室微牛电商

电话：13570288256

理事单位：广州市施旗贸易有限公司

广州市施旗贸易有限公司成立于 2013 年，是一家专注于进口、报关、市场开发、销售推广、专业服务企业，是专业的“名庄”品牌运营商。总部设立于中国改革开放前沿的核心城市广州，并在华南七省及重点城市设有分支机构。

现公司为菲利普·罗斯柴尔德男爵-玛安蒂系列（智利）、澳大利亚麦威家族集团-悦凡蒂系列、璞立酒庄-BV 系列、澳大利亚沙普酒庄-传福、西班牙敖思堡集团-诺迪思金酒、法国谱尼诺酒庄-迪莱诗白兰地、致裕庄园-龙标红、施格兰-波仕蓝&得凯利、干露酒庄-魔尊&缘峰等全球优质葡萄酒品牌中国区域进口代理商，在全国拥有大量长期合作的签约优质客户，基本覆盖全国重点市场。

我们的合作伙伴均为全球知名葡萄酒与烈酒集团：

菲利普·罗斯柴尔德集团 Baron Philippe de Rothschild

麦威家族酒业集团 McWilliam's Wines Group

沙普酒庄 Seppeltsfield

敖司堡集团 OSBORNE Group

谱尼诺 Maison Prunier

捷成洋行 Jebsen Group

公司自成立以来，始终坚持以诚信立业、服务创新的经营原则，荟萃业界精英，将国外优质的名优酒品与国内的具体消费需求、市场态势相结合，为客户提供优质的营销服务、最好的酒品、与客户共同良性发展！

地址：广东省广州市海珠区新港东路 996 号 501 房

电话：020—89447363

撰稿、编辑、校对：会员综合部

地址：广州市海珠区广州大道南新敦路 117

号 2 楼

电话：020-36172958

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