

# 广东酒业简讯

第 212 期

(2021 年 第 6 期)

广东省酒类行业协会秘书处编

2021 年 7 月 13 日

---

## 【本期摘要】

- ☆ 6 月酒类商品电商价格统计表
- ☆ 2021 年 1-5 月中国葡萄酒进口数据统计分析
- ☆ 2021 年 1-5 月中国啤酒进出口数据
- ☆ 6 月上旬全国白酒价格上涨
- ☆ 调香白酒被剔除、不准用添加剂—新国标影响有多大？
- ☆ 广州酒市调查：限制堂食重创市场，有酒商销量下滑 30%
- ☆ 获南海区政府质量奖！九江酒厂品质传承 200 年
- ☆ 招人、涨价、千人游，容大酱酒打响全国化“三大战役”
- ☆ 固真酒业：《青山一道，同担风雨》
- ☆ MON 公益 | 助力儿童公益，传递品牌正能量
- ☆ 石湾酒厂集团志愿者支援佛山防疫一线
- ☆ 一场封坛改变品牌认知，心悠然的加速度为何领跑产区？
- ☆ 爱心捐赠 助力抗疫 | 林士莹同志捐赠饮料支援抗疫一线！
- ☆ 劲牌董事长吴少勋走进张裕 点赞张裕品位高、品质好
- ☆ 首家温泉三花酒庄揭牌开业
- ☆ 中国食品报携手国宾集团到深圳西乡敬老院开展慰问活动
- ☆ 红荔扛起抗疫大旗

## 本期目录

<b>行业信息</b>	3
6月酒类商品电商价格统计表	3
2021年1-5月中国葡萄酒进口数据统计分析	3
2021年1-5月中国啤酒进出口数据	5
6月上旬全国白酒价格上涨	5
<b>协会动态</b>	5
6月协会活动简讯	5
<b>热点关注</b>	6
调香白酒被剔除、不准用添加剂—新国标影响有多大?	6
广州酒市调查: 限制堂食重创市场, 有酒商销量下滑 30%	7
人大代表、省酒协常务副会长关正生“关于白酒消费税从量计征折度计算的建议”, 官方答复来了	9
舱位稀缺, 运价暴涨, 进口酒会迎来“涨价潮”吗?	9
618 大促持续带动酒水消费, 今年又呈现了哪些消费趋势?	10
WTO 成立专家小组解决中澳大麦争端 中方做出回应	12
<b>会员动态</b>	13
获南海区政府质量奖! 九江酒厂品质传承 200 年	13
招人、涨价、千人游, 容大酱酒打响全国化“三大战役”	14
固真酒业: 《青山一道, 同担风雨》	15
MON 公益   助力儿童公益, 传递品牌正能量	16
石湾酒厂集团志愿者支援佛山防疫一线	16
一场封坛改变品牌认知, 心悠然的加速度为何领跑产区?	17
爱心捐赠 助力抗疫   林士莹同志捐赠饮料支援抗疫一线!	18
劲牌董事长吴少勋走进张裕 点赞张裕品位高、品质好	19
首家温泉三花酒庄揭牌开业	19
中国食品报携手国宾集团到深圳西乡敬老院开展慰问活动	20
红荔扛起抗疫大旗	21
<b>新加入会员名单</b>	21

# 行业信息

## 6月酒类商品电商价格统计表

单位：元

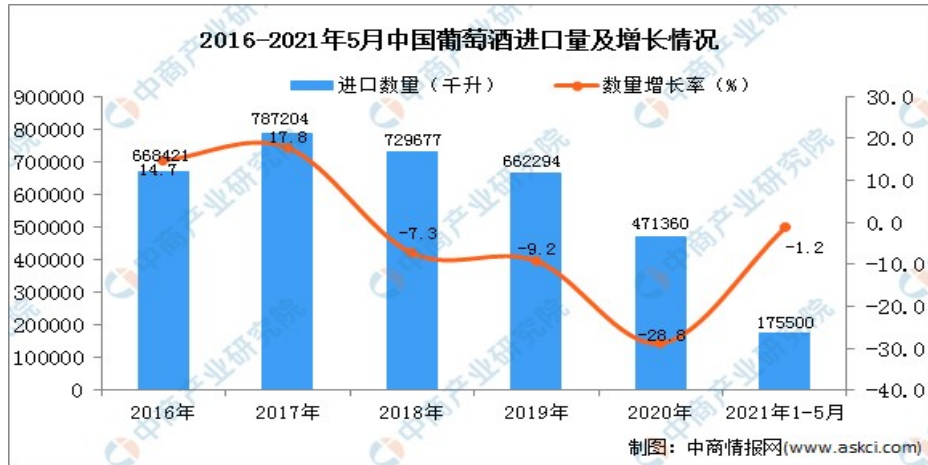
酒品	商家	京东超市	天猫超市	1919	酒仙网
500ML 53度飞天茅台酒		1499	无	无	无
500ML 52度五粮液普五		1189	1199	1199	1179
500ML 52度泸州老窖国窖 1573		1049	1199	1080	1199
500ML 52度剑南春水晶剑		469	469	468	489
500ML 50度古井贡酒年份原浆（古5）		157.5	168.3	无	165
500ML 52度泸州老窖特曲		398	398	无	398
480ML 52度天之蓝		386	379	448	399
500ML 53度红花郎十年陈酿		458	无	469	459
500ML 53度汾酒青花 20 年		539.6	568	无	508
500ML 43度石湾玉冰烧洞藏二十		598	无	无	无
480ml 40度九江十二坊		215	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		1588	无	1839	1598
700ML 轩尼诗 VSOP 干邑白兰地		489	无	547	440
700ML 蓝带马爹利干邑白兰地		1359	无	1336	1417
700ML 人头马 X0 特优香槟干邑白兰地		1646	无	1678	1498
700ML 人头马 VSOP 特优干邑白兰地		419	无	477	419
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）

## 2021年1-5月中国葡萄酒进口数据统计分析

中商情报网讯：据中商产业研究院数据库显示，2021年1-5月中国葡萄酒进口量17550千升，同比下降7.2%。



数据来源：中商产业研究院数据库

从金额方面来看，2021年1-5月中国葡萄酒进口金额690百万美元，同比增长0.2%。



数据来源：中商产业研究院数据库

### 2020年-2021年1-5月中国葡萄酒金额增长情况

日期	进口数量 (千升)	进口金额 (百万美元)	数量增长率 (%)	金额增长率 (%)
2020年5月	27640	158	-55.6	-51.4
2020年6月	41600	152	-29.4	-27.8
2020年7月	40140	263	-33.1	-27.4
2020年8月	34240	218	-37.6	-27.0
2020年9月	43730	254	-14.7	-1.3
2020年10月	39130	218	-12.6	9.3
2020年11月	36671	313	-31.1	0.4
2020年12月	48480	360	-23.0	8.3
2021年1-2月	78920	315	0.2	-9.7
2021年3月	29120	121	-37.4	-9.7
2021年4月	33380	127	23.1	27.8
2021年5月	34140	127	35.3	19.3

制图：中商情报网(www.askci.com)

数据来源：中商产业研究院数据库

## 2021年1-5月中国啤酒进出口数据

2021年5月,中国进口啤酒6.136万千升,同比增长19.9%;金额为4.8433亿元人民币,同比增长26.9%。

2021年1-5月,中国累计进口啤酒20.808万千升,同比下降1.5%;金额为17.7096亿元人民币,同比增长3.0%。

2021年5月,中国出口啤酒3.814万千升,同比增长46.7%;金额为1.6750亿元人民币,同比增长49.7%。

2021年1-5月,中国累计出口啤酒17.636万千升,同比增长22.3%;金额为7.5988亿元人民币,同比增长26.8%。

来源: 中国国际啤酒网

## 6月上旬全国白酒价格上涨

6月14日,北京商报记者从泸州市酒业发展促进局了解到,6月上旬全国白酒商品批发价格定基总指数为107.74,上涨7.74%。其中,名酒价格指数为109.95,上涨9.95%;地方酒价格指数为104.62,上涨4.62%;基酒价格指数为106.91,上涨6.91%。

据了解,6月上旬全国白酒价格环比总指数为100.03,上涨0.03%。在分类指数上,名酒价格指数为100.06,上涨0.06%;地方酒价格指数和基酒价格指数皆为100.00,保持稳定。

北京商报记者了解到,6月上旬,不少白酒企业发布调价通知。6月5日,西安国花瓷品牌运营有限公司发布通知,7月1日起上调国花瓷西凤酒开票价格。调价产品包括45度、52度国花瓷西凤酒5年、52度国花瓷西凤酒50年等,价格从每瓶上涨5元到50元不等。

此外,江苏今世缘酒业销售有限公司在此前通知中表示,从今年6月1日起,统一上调国缘品牌部分产品出厂开票价,调价幅度为10元/瓶-60元/瓶。

对此,业内人士分析称,整体上看,6月是白酒行业淡季,但也是酒业控量提价高发期。此外,这轮白酒涨价受消费升级、名酒价格空间提升影响较大,涨价或为酒企应对产能不足、提高盈利能力、强化渠道信心的选择。

来源: 北京商报

## 协会动态

### 6月协会活动简讯

2021年6月21日,会员单位:保乐力加(中国)贸易有限公司南区销售副总监张浩东,大广州销售高级经理邹静研,南区对外事务高级经理曹健一行,回到秘书处座谈交流,受到彭洪会长及协会秘书处全体工作人员的热情接待。

来源: 广东省酒协秘书处

### 调香白酒被剔除、不准用添加剂—新国标影响有多大？

“白酒明确国际名称为 Baijiu，强化国际地位”“调香白酒不再是白酒，而是配制酒”“液态法白酒和固液法白酒，不得使用非谷物食用酒精和食品添加剂”……近日，新修订的《白酒工业术语》《饮料酒术语和分类》两项国家标准发布，其中对白酒、饮料酒中多项相关术语、定义、分类进行了调整。

在业内人士看来，两项国家标准的修订、发布，对白酒、饮料酒定义和分类进行了明确，有助于增进消费者对酒类产品的认知，引导行业进一步提升规范化和高质量发展水平，满足消费者高品质的追求。

将于 2022 年 6 月起实施的新国标，有哪些核心改变呢？

#### 白酒英文名“国家标准”定了：Baijiu

云酒头条（微信号：云酒头条）注意到，白酒在新国标中的英文名被统一明确为“Baijiu”。

2020 年，中国酒业协会就曾向海关总署提出申请，建议将海关商品名录中中国白酒的英文名字更改为“Chinese Baijiu”。

在此之前，白酒一直缺乏统一的官方英文名称，Chinese spirits（中国白酒）、Chinese distilled spirits（中国蒸馏酒）、Chinese liquor（中国烈酒）等都称为“中国白酒”，造成了海外消费者困扰，也不利于白酒国际化推广。

最终，海关总署同意在 2021 年的《中华人民共和国进出口税则》中进行修改，并自 1 月 1 日起实施。

新国标中，白酒对应的英文名字都指向了“Baijiu”，从国家标准和行业标准层面，进一步明确英文术语和专用语言。这一具有白酒特色和中国传统文化背景命名的使用，对于扩大中国白酒的国际影响力具有积极的作用。

#### 调香白酒身份变了：不再是白酒，而是配制酒

新国标中，调香白酒从白酒分类中被剔除，并明确归为配制酒。

按照最新定义，调香白酒是以固态法白酒、液态法白酒、固液法白酒或食用酒精为酒基，添加食品添加剂调配而成，具有白酒风格的配制酒。

云酒·中国酒业品牌研究院高级研究员，知名白酒专家杨官荣表示，国家允许在白酒里面添加适量且符合规定的添加剂，以弥补酒体在风格、口味方面的不足，这样生产的调香白酒符合食品安全要求，但其与传统白酒存在成本、风格等差异。

新国标将调香白酒从“白酒”变更为“配制酒”，意味着其身份发生了变化。

据了解，调香白酒主要以 20 元/瓶以下低端酒为主，满足大众消费，在酒类市场中占有较大市场份额，正规酒企在生产中也多进行了严格标注，但消费者仍不能完全区分调香白酒与传统白酒。如今通过明确定义，更有利于强化消费者认知。

业内人士表示，调香白酒在满足大众消费方面起到了重要作用，要看到当前市场的现实需求，身份的变化有助于引导企业适应消费升级，向传统白酒转变。此外，需要注意的是，新国标是推荐性国家标准，而非强制性国家标准。

#### 白酒必须用粮谷为原料，不准用添加剂

对于业内外关注的固态法、液态法和固液法白酒划分，新国标也进行了明确定义。

新国标在沿袭现有白酒分类基础上，对原料进行了明确规定，固态法白酒不允许使用谷物食用酒精，而液态法白酒和固液法白酒不得使用非谷物食用酒精和食品添加剂。

新中国成立初期，由于经济发展水平落后，粮食紧缺，酿酒粮食供给不足，酒业创新了液态法、固液法等新工艺白酒，在满足消费者饮酒需求方面起到了重要作用。

如今，随着中国经济取得世界瞩目成就，消费者美好生活追求不断提升，特定历史背景下的新工艺白

酒，已经不适应消费升级的发展趋势，而采用多菌种固态发酵制曲、多种微生物固态发酵酿造和固态蒸馏工艺的固态发酵传统白酒，则越发受到消费者的欢迎。

新国标对固态法白酒进行了明确定义。以粮谷为原料，以大曲、小曲、麸曲等为糖化发酵剂，采用固态发酵法或半固态发酵法工艺所得到的基酒，经陈酿、勾调而成的，不直接或间接添加食用酒精及非自发酵产生的呈香呈味物质，具有本品固有风格特征的白酒。

新国标还对白酒也给出了明确定义，即以粮谷为主要原料，以大曲、小曲、麸曲、酶制剂及酵母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、勾调而成的蒸馏酒。这也意味着白酒必须以“粮谷”为主要原料。

对“粮谷”的定义，新国标也有解释，指谷物和豆类的原粮和成品粮，谷物包括稻谷、小麦、玉米、高粱、大麦、青稞等，同时明确了粮谷的定义中不包括薯类。这也意味着使用薯类原料使用酒精的“白酒”，将不再是白酒，而是配制酒类的“调香白酒”。

本次两项国标修订也增加了董香型、馥郁香型、兼香型等白酒定义，修改了浓香型、酱香型、清香型、凤香型、米香型等白酒定义。对于消费者更好理解具体香型特点具有积极意义。

为了便于消费者了解，新国标在定义过程中也更加注重“通俗易懂”。

中国食品发酵工业研究院标准信息部主任助理、标准主要起草人之一孟镇接受媒体采访时表示，新标准中对白酒定义从原料、糖化发酵、发酵容器及外源添加四个方面，更加明确了传统白酒的属性，用语也更加通俗化、准确化，产品特点表述通俗易懂，让消费者能更加清楚明白。

### 露酒也有了新定义

本次两项国标修订起草单位，包括中国酒业协会、中国食品发酵工业研究院、茅台、五粮液、泸州老窖、青岛啤酒、张裕葡萄酒、古越龙山等数十家单位。在调整诸多术语的同时，增加了露酒、龙舌兰酒、风味白兰地等众多术语。

其中，作为我国传统酒种之一的露酒，无疑将迎来利好。

近年来，露酒行业尤其是保健酒行业一直保持较高的增长速度，总体市场规模保持在 500 亿左右，在“大健康”概念的加持下，未来增长潜力巨大，有预测认为，到 2030 年，国内露酒的市场容量或将接近 2000 亿元。

然而，一个尴尬的事实是很少有人能清楚说明“露酒是什么”，更难以将露酒与“养生白酒”“果酒”“配置酒”“保健酒”进行区分。此次两项国家标准修订，对露酒定义进行了明确。

露酒是指以黄酒、白酒为酒基，加入按照传统既是食品又是中药材或特定食品原辅料或符合相关规定的物质，经浸提和/或复蒸馏等工艺或直接加入从食品中提取的特定成分，制成的具有特定风格的饮料酒。其中，酒基不包括调香白酒，但可加入少量以粮谷为原料制成的其他发酵酒。

在业内人士看来，露酒生产历史悠久，以中国特有的“药食同源”为理论，用不同的加工方法生产而成，是我国自成体系的一个酒种，过去露酒一直归于果酒或配制酒，但在实际上工艺其实仍有区别，此次明确露酒定义，有助于从概念上清晰，推动露酒的发展。

文 | 云酒团队

## 广州酒市调查：限制堂食重创市场，有酒商销量下滑 30%

5 月 21 日，广州荔湾区出现首个本土新冠肺炎确诊病例，截至 6 月 11 日，广州本土疫情感染链已经增至 131 人。同时，广州多地被调整为中高风险区。

疫情突发，对非常依赖聚饮和堂食的酒类消费影响颇大。

广东作为中国酒业高地，酒类消费能力强大。广东酒业协会数据显示，2020 年全省酒类市场规模约 560 亿元，其中相当部分集中在以广州为核心的珠三角区域，疫情突发，酒企酒商遭受冲击。

疫情突发之下的广州酒市表现如何，厂商有何反应？云酒头条（微信号：云酒头条）进行了调查。

### 堂食受限人流减少，销量下滑 30%

受疫情影响，6月10日起，广州白云区、黄埔区、荔湾区、番禺区、海珠区、南沙区、越秀区、从化区、花都区、增城区共计10区，开始禁止在餐饮场所开展堂食，唯一没有禁止的天河区，也提出大堂餐桌实际使用数量不超过平时的50%，餐桌之间距离不少于1米等限制措施。同时，广州全市密闭娱乐场所暂停营业涉及电影院、剧院、KTV等。

堂食和聚饮是酒类消费主要场景，受限流影响，有酒商表示，5-6月，公司销量同比下滑了30%-50%。

广州市俊涛贸易发展有限公司在全市开有多家烟酒连锁门店，主要从事酒类批发零售。公司相关负责人介绍，端午前后，这原本是购酒小高峰，很多客户都有宴请、送礼、自饮等需求。

然而疫情发生后，进店人流量减少50%，公司销售情况不容乐观；同时堂食受限消费者饮酒的频率下降，公司销量同比下滑30%。5月起，某白酒品牌正在广州招商，同时进行铺市推广新品。其负责人介绍，疫情发生后，业务员到终端铺市已经停止；原计划6月份举办三场品鉴会，由于不能聚饮决定延期，这对市场推进和动销产生一定影响。

由此可见，受疫情影响，5-6月广州市场酒水消费下滑成定局，对酒类经销商日常经营造成一定冲击。

### 少部分员工居家，微信转款滴滴送货

疫情发生后，受影响的不仅有经销商。有广州啤酒企业表示有部分员工已经居家办公。

6月7日，就广东疫情是否会对啤酒生产造成影响，珠江啤酒在投资者互动平台上表示，目前只有少部分员工因疫情处于居家办公状态，公司生产经营正常，没有停工。

广东省九江酒厂有限公司相关负责人向云酒头条表示，疫情突发公司生产经营正常，员工都在正常工作。与此同时，广东石湾酒厂集团也表示，公司生产经营正常，员工全部正常上班，只是厂区内的博物馆暂时关闭，聚集活动也暂时取消。双方都表示，受广州禁止和限制堂食影响，终端动销同比或有下降。

多家酒业公司表示，除了个别中高风险地区，员工都正常上班，面对突发的疫情，从业者也采取各种方法自救。

由于疫情期间客户不愿意出门，广州俊涛贸易公司业务人员采取了和老客户微信、电话先确定订单转款，再通过滴滴送货的办法满足客户需求。还有的酒业公司通过微信视频等办法和客户保持沟通，努力保证生意不受影响，都取得了较好效果。

疫情整体可控 全年业绩不受影响

在广东省酒类行业协会会长彭洪看来，此次广州疫情反弹和过去有很大不同，疫情整体可控，酒类厂商的信心也很足。

彭洪表示，疫情爆发后，地方政府立即组织了核酸检测，目前广州检测人数已经超过2000万；同时，当地街道办等还以公司为单位安排注射疫苗。

有酒商表示，受禁止堂食、聚饮等消费场景影响，5-6月市场销量肯定下滑，一旦疫情得到控制堂食恢复，市场很可能出现反弹。同时，禁止堂食并非不允许喝酒，一些私人聚会和家宴中，茅台、五粮液、国窖1573等高端品牌消耗并未下降。

有酒业人士分析：6-7月属于白酒消费淡季，全年销量占比不大。疫情控制后下半年还有多个节庆，都是酒类厂商“抢量”的关键节点。从这个意义看，绝大部分厂商的年度销售不会受到影响。

由此可见，此次5月广州疫情突发，由于核酸检测的推广和疫苗全民接种，酒业从业者和消费者对其整体可控拥有信心，广州酒市也将会在短期波折后，持续向好。

文 | 云酒团队



# 人大代表、省酒协常务副会长关正生“关于白酒消费税从量计征折度计算的建议”，官方答复来了

广东省财政厅关于广东省十三届人大四次会议第 1364 号代表建议答复的函

(A 类)

粤财人案〔2021〕281 号

关正生代表：

您提出的关于白酒消费税从量计征折度计算的建议收悉。经综合省税务局意见，现答复如下：

消费税是以特定消费品为课税对象所征收的一种税，在对货物普遍征收增值税的基础上，选择部分消费品再征收一道消费税，目的是为了调节产品结构，引导健康消费，促进节能环保，保证国家财政收入。主要具有如下特点：一是征收范围具有选择性，只选择了一部分消费品，即应税消费品征收，没有列入征税范围内的不征收。二是征税环节具有单一性，采取单环节课征制度，除特殊应税消费品外，只对应税消费品的生产、流通或消费的某一环节征收，避免重复征税。三是征收方法具有多样性，根据征税对象的不同，采用了不同的征收办法，有采用比例税率的从价定率计征办法、采用定额税率的从量定额计征办法，以及两种税率叠加实施的复合计征办法。四是税率和税额具有差别性，根据征收对象的种类、价格等设定了高低不同的档次，充分体现了国家消费政策和产业导向。

根据《中华人民共和国消费税暂行条例》规定，对白酒实行从价定率和从量定额复合计征消费税，从价定率的比例税率为 20%，从量定额为每 500 克（毫升）0.5 元，统一采取 20%+0.5/500 克（毫升）的复合计征办法，现行政策并未区分白酒度数大小及每瓶白酒单价高低来计缴消费税。

您提出的“一瓶 3000 元零售价的茅台和一瓶 10 元的广东米酒，同样征 0.5 元从量消费税，存在不合理之处，建议按国家统计口径统一以 65 度计算白酒产量来折算计征从量消费税”的建议，对于推动完善消费税、促进白酒行业健康发展具有积极的意义。目前，国家正在加紧推进消费税法立法，在前期征求意见阶段我们已反馈了有关意见和建议，其中包括建议按白酒不同度数设定不同比例税率或取消从量定额等。下一步，我厅将会同省税务局深入开展调研，继续跟进消费税法立法情况，积极向中央建言献策，争取政策支持，为我省企业的发展创造良好的税收环境。

专此答复，诚挚感谢您对财政工作的关心支持。

广东省财政厅

2021 年 6 月 18 日

（联系人及电话：张晓红，83170305）

## 舱位稀缺，运价暴涨，进口酒会迎来“涨价潮”吗？

近期，海运板块股价大涨。值得注意的是，自去年下半年以来，集装箱海运价格持续上涨。四月份以来，又出现新一轮涨价趋势，行业人士预测，集装箱海运价格持续上涨的情况至少会持续到今年年底。此轮价格上涨，对进口商的影响大吗？葡萄酒研究进行了调查。

**价格上涨主要集中在出口领域，货物进口影响较小**

根据美设国际物流相关负责人表示，此轮价格飞涨主要是在货物出口领域，进口也有上扬，但影响不大。据他介绍，今年 1、2 月份出口海运费价格趋于稳定，基本维持在去年底的水平，但四月份开始，由于舱位紧张，价格再次开始飙升。当前，出口欧洲的 20 尺寸的小柜价格涨到 8000 美元，40 尺的大柜已经高达 1.3 万美元，而早之前，不过 3000 美元。

相比出口，进口海运费的价格确实要便宜很多。搬酒网董事长戴航表示，目前从意大利到国内 40 尺柜

海运费的价格是 1200 欧元，之前价格便宜的时候大概在 800 美元左右。

另据一位主营美国酒的进口商王总表示，目前美国到国内的海运价格大概在 2500 美元左右，今年以来的上涨幅度在 20% 左右，在可以承受的范围之内。

### 低端酒利润空间低，影响相对较大

据戴总介绍，一个 40 尺柜大概能装两万瓶酒，如果将这个上涨幅度分摊到每瓶酒身上，不过是 1 毛五，尤其是对品牌酒而言，可以忽略不计。另外，对一些大型的进口商来说，完全可以将这部分成本在其他方面消化掉。

王总也表达了类似的看法，对小型进口商、尤其是做低档酒的进口商而言，运费上涨对其的影响还是比较大的。一方面，其利润空间本身就已经压到了足够低，其次，如果量小，没有规模优势，议价能力也会很弱。

### 船期紧张，是现阶段的主要问题

其实，现阶段，相比价格，对进口商影响较大还是船期紧张。

戴总表示，目前订舱的话需要等待 20 多天，而疫情前，只需要 7 天左右，足足延长了三倍多。

美设国际物流相关负责人表示，通常情况下，他们会建议客户提前两周左右排队订舱，等舱位下来、船东价钱更新后，能走就走。“比如 20 号的船期，那月初就要订舱了。另外，现阶段，即使订到了集装箱，也常常会出现没有舱位而无法装船的情况。”

“我们因为有稳定的合作方，所以情况还算好，但现在的舱位还是很紧张，不早点下手很快就抢光了，现在下个月的舱位基本都排满了，远洋航线则更紧张。”王总说道。

### 港口堵塞、缺箱问题恐将持续至年底

由于境外疫情蔓延导致劳动力不足等因素，美国、欧洲等地港口自 2020 年第四季度以来发生严重拥堵，集装箱船运力和空集装箱供需矛盾加剧，运价暴涨。

另外，3 月下旬的“长赐轮”搁浅苏伊士运河事件导致港口拥堵加剧，更进一步推升运价。在疫情影响下船期延误变得更加严重，全球船班大乱，船舶无法准时到港，船员感染的问题预计也还会扩大，这些都会使集运市场情况恶化。据悉，目前深圳港候港时间已经延长到 3 至 7 天，效率最高的上海港也有等候一天的现象。

业界指出，考虑到第三季度为欧美海运传统旺季，港口堵塞、缺箱问题恐将持续至年底，运价年底前都易涨难跌。

本期编辑：曾谕

监制：Candy

来源：葡萄酒资讯

## 618 大促持续带动酒水消费，今年又呈现了哪些消费趋势？

今年参与 618 大促的酒水品类中，白酒虽然仍然表现为“茅五洋泸”四强格局，但也有部分“异军突起”的品牌；值得注意的是，今年白酒资本端上的白酒“酱酒热”带动了消费端上的促销，白酒呈现消费多元化格局。而就其他酒水表现上，今年 618 期间因与欧洲杯重叠，啤酒消费较为火热。

白酒：“酱香热”从资本端影响到消费端今年 6.18，白酒的消费热可见一斑，其中名酒更是受到消费者的青睐。

综合相关数据了解到，在京东上，该平台白酒 TOP3 系以“酱香”、“浓香”和“清香”进行分类，其中酱香型为贵州茅台、习酒及郎酒，浓香型为五粮液、泸州老窖和洋河，而清香则为汾酒、牛栏山及红星。

就苏宁方面，其数据平台苏宁悟空榜显示，白酒销售前五名分别为贵州茅台、五粮液、洋河、汾酒和郎酒。据了解，在历年的 618 或双 11 大促中，茅、五、洋、泸是各个平台中前三或前五的常客，而在今年

618 中，去年买入百亿营收大关的汾酒，排名也逐步增长，由此也可见随着产品市场扩大，汾酒相关产品也受到消费者方面的欢迎。

当然，除了一线白酒企业“站稳”618 促销的前列外，有黑马也杀入了 618 大促的榜单。例如在京东榜单上，郎酒、牛栏山和红星系往年较少被关注到的“新面孔”，而在苏宁榜单上，郎酒、董酒、舍得与小糊涂仙是上榜品牌，而去年多个平台杀出的“黑马”剑南春，在苏宁平台上排名第 7。

今年资本市场上的“酱酒热”，也在 618 大促中有所体现。例如在京东和苏宁上榜的茅台、习酒和郎酒都是酱香酒企业代表。在酱香酒大热情况下，未公布酒水销售数据的天猫，也保障相关热门产品的供应，该平台上的 53 度 500ml 飞天茅台将超出日常 6 倍供应量投放市场，持续 6 天并保持 1499 元/瓶销售。

与此同时，有业内人士表示，包括国台酒业、金沙酒业、衡昌烧坊以及珍酒等酱香型白酒交易活跃。“实际上，618 大促中酱酒交易活跃的表现，反映出中国酒类消费呈现多元化趋势，而且这也体现出，我们白酒消费在价格（酱酒价格一般不低）及品类上正在升级。”

针对 618 期间酱酒相关表现，相关人士表示，从资本和企业层面来看，酱酒经过长时间资本市场教育以及茅台等因素影响，部分有大资本支持或者是传统的酱酒上游梯队企业处于快速扩张期，并且从区域市场向全国渗透进行渗透，同时也是对下游消费端进行渗透。

反观消费层面，消费者在近几年以茅台为代表的酱酒品类发展与普及下，对该品类的认识程度及选购积极性也越来越高。“准确地说，资本端的酱酒热与消费端的酱酒热，是相互影响和促进的闭环”。实际上在 618 前，已有多家酱酒生产企业已宣布，旗下产品在即将提价。例如金酱酒业、多彩贵州酒以及金沙古酒酒业等，均宣布在今年下半年对产品出厂价进行提价，提价幅度在 20%左右。

啤酒：欧洲杯和夏季带旺了啤酒消费在 618 大促下，啤酒也是消费群体所关注的热门酒水品类之一。

在欧洲杯和夏季来临二者影响下啤酒热卖，其中京东方面表示，今年 618 卖出的啤酒可摆满 12 个足球场，而苏宁 618 开局 1 小时酒水销售同比增长达到 79%。就具体排名上，京东平台上排名前三的品牌为青岛啤酒、百威啤酒和 1664（未表明排名先后）；苏宁悟空榜上则显示，青岛啤酒、雪花啤酒、燕京啤酒、三得利及喜力啤酒排名前五。

南都记者留意到，相比去年外资品牌“坐稳”大促榜首位置，今年 618 大促更多是国产啤酒表现较好，其中，青岛啤酒成为京东、苏宁两平台的“最大赢家”。目前国内啤酒上市公司与国外啤酒企业差距正在减小，其中人均年创利方面，国内啤酒企业在 2020 年最高可去到 11.52 万元（珠江啤酒），与百威亚太水准相当（百威亚太为 12.66 万元）；与此同时，在产品高端化战略下，国内啤酒盈利能力正逐步加强。而从今年 618 结果来看，国内啤酒在盈利能力以及市场争夺能力正对国外啤酒企业形成较大的竞争和威胁。

另外业内人士表示，今年第二季度恰逢欧洲杯这一体育大事，在体育营销的捆绑下，除 618 啤酒销售大增外，相关啤酒上市公司今年第二季度的业绩或出现较大幅度的增长。

葡萄酒：“龙头”及知名品牌仍较受欢迎 618 大促期间，促销属性较低的葡萄酒也受到消费者关注。

京东平台上排名前三的葡萄酒品牌为拉菲、张裕和长城，该平台还称，葡萄酒在 618 当天成交数“需要消耗的葡萄能连成 200 条马拉松赛道”，而在苏宁悟空榜排名上，排名前五的品牌为张裕、奔富、长城、奥兰以及茅台葡萄酒。透过上述两平台表单发现，国内葡萄酒龙头表现良好，而国外葡萄酒品牌方面，知名品牌仍较受消费者青睐和欢迎。

业界认为，葡萄酒参与 618 大促，更多系品牌在消费群体中取得曝光，而就具体消费市场和消费者的教育和培养，并非是“大促”就能带动。

来源：南方都市报

## WTO 成立专家小组解决中澳大麦争端 中方做出回应

世贸组织(WTO)同意成立专家小组，以解决中澳之间的大麦贸易争端。同时，新西兰也将以第三方身份参与案件审理。中国商务部 6 月 3 日就此做出回应表示，中国政府始终尊重世贸组织规则，也尊重新西兰参与本案的权利。

据路透社报道，世界贸易组织(WTO) 5 月 28 日同意成立一个争端解决小组，以解决中国对澳洲大麦征收反倾销和反补贴税的争议。新西兰作为世贸组织成员，也将以第三方身份参与案件审理。

澳大利亚驻华大使馆 5 月 28 日发布声明表示，成立专家小组是世界贸易组织争端解决程序的一步，下一个阶段将任命专家组成员来裁决争端。澳大使馆在声明中表示，对澳大利亚大麦收取的反倾销和反补贴关税实际阻止了澳大利亚与中国的大麦贸易。

应国内大麦产业申请，中国商务部于 2018 年 11 月 19 日和 12 月 21 日发布公告，决定对原产于澳大利亚的进口大麦发起反倾销调查和反补贴调查。

立案后，商务部严格按照中国相关法律法规和世贸组织相关规则进行调查，并最终裁定原产于澳大利亚的进口大麦存在倾销和补贴，国内产业受到了实质损害，且倾销和补贴与实质损害之间存在因果关系，决定自 2020 年 5 月 19 日起对上述产品征收反倾销税和反补贴税，反倾销税率为 73.6%，反补贴税率为 6.9%，征收期限为 5 年。

据报道，澳大利亚是中国最大的大麦供应国，每年出口额约为 15 亿至 20 亿澳元(约合 9.8 亿至 13 亿美元)，占其出口量超过一半以上。被中国实施“双反”之后，为维护本国大麦生产商的利益，去年年底，澳大利亚向世贸组织提出正式上诉，要求审查中国对从澳洲进口大麦征收高额关税的决定。

商务部新闻发言人高峰 6 月 3 日下午就此回应说，根据中国国内产业的申请，中方对原产于澳大利亚的进口大麦，依法发起反倾销和反补贴调查。经过为期一年半的调查，中方依法决定自 2020 年 5 月 19 日起，对原产于澳大利亚的进口大麦，征收反倾销税和反补贴税。高峰强调说，中国政府始终尊重世贸组织规则，一贯以符合世贸组织规则的方式，中方将根据世贸组织争端解决程序，妥善处理本案。同时中方尊重新西兰作为世贸组织成员，以第三方身份参与有关争端案件审理的权利。

高峰表示，加入世贸组织以来，中国始终是多边贸易体制的积极参与坚定维护者、重要贡献者。中方全面履行加入义务，坚定支持多边贸易体制，为全球贸易投资自由化、便利化作出了积极的贡献，成为推动世界经济增长的重要的引擎，促进各成员实现互利共赢，共同发展。

来源：环球网

### 获南海区政府质量奖！九江酒厂品质传承 200 年

被称为“鱼米之乡”的佛山市南海区九江镇，传承了超过 200 年的米酒酿酒技艺与文化。在这里，广东远航酒业集团有限公司（下称“远航酒业”）旗下的广东省九江酒厂有限公司（下称“九江酒厂”）传承古法酿造技艺，并结合现代自动化生产工艺和品质管理体系，确保了九江双蒸酒的品质始终如一，成为当之无愧的 200 年粤酒担当。

对传统和品质的坚守让这家企业屡获殊荣。近日，远航酒业荣获南海区政府质量奖，九江酒厂荣获广东省“连续 20 年守合同重信用企业”荣誉称号，为其谋划新的起点更添新动力。

九江双蒸是当之无愧的 200 年粤酒担当。

#### 200 年古法传承，良心酿造好品质

南海九江，西江河畔。走进九江酒厂厂区，弥漫的酒香透出传承 200 年的悠久韵味。厂区内，一坛坛沿用了“秘传曲种、两次蒸馏、陶缸老熟”的古法技艺的米酒，正在古老的陶罐中酝酿香气；另一边，无人立体仓库、自动化制曲机、无人恒温陈酿罐有序运行，整洁高效的自动化生产车间改变着人们对于传统酿酒工艺的认知。

如此酿制出来的就是九江双蒸。其始创于清朝道光初年，迄今已有 200 年历史，是中国国家地理标志保护产品，在海内外享有“有华人的地方就有九江双蒸”的美誉。依托九江双蒸，九江酒厂也成为我国米酒生产、出口量位居前列的白酒企业之一，连续 4 年蝉联华樽杯中国米酒品牌价值榜、广东白酒品牌价值榜第一名，品牌价值达 134.56 亿元。

200 年始香飘四海，九江酒厂持续获得市场认可有何秘诀？无疑，这不仅需要悠久的岁月沉淀，更需要始终如一的品质坚守，并成为广东白酒少有获得香港 Q 唛认证的产品。

不久前，这家企业再获殊荣：为全面提升南海区质量水平，引导和激励南海区内组织采用和实施先进的质量管理方法，促进核心竞争力和自主创新能力“双提升”，佛山市南海区政府设立了最高质量荣誉奖——政府质量奖。2020 年 12 月，远航酒业荣获南海区政府质量奖组织奖和南海区政府一线班组奖。

获得这两项殊荣并非易事。作为权威性质量评选，企业获奖需要满足近 3 年在国家、省、市或区级质量监督抽查中无不合格记录，最近 3 年无消费者重大投诉，建设工程零质量事故，出口产品近三年未因质量问题被国外有效通报或索赔等“门槛”。因此，南海区最高质量荣誉奖的获得，是远航酒业含金量的认证之一。

品质离不开不懈的努力。在九江酒厂，九江双蒸酒沿用微生物含量可控性更高的传统小酒曲，结合低温发酵工艺，抑制有害微生物的繁殖，保持风味醇美，又保证健康；基础酒通过减压蒸馏的釜式精馏工艺，大幅度减少了杂味物质，进一步奠定了健康米酒的基础。

同时，九江酒厂从 2014 年开始借鉴吸收洋酒和红酒的评价体系，形成一套米制酒量化标准，提升产品的口感稳定性，并投入诸多现代自动化生产设备，进一步提高产品品质稳定性。去年 7 月，远航酒业与季华实验室签署战略合作协议，将利用拉曼光谱分析技术、原子力扫描电镜等现代科技提高酒的生产工艺和产品品质。

“对品质的追求、对产品的专注，是刻在企业基因里面的。”远航酒业集团董事长关正生说。

#### 米酒步入新时代，诚信护航粤酒担当

古法的传承和现代工艺的结合，让九江双蒸酒体纯净绵甜，花果香沁人心脾，具有低负担饮用体验，这正与“清而不淡，鲜而不俗，嫩而不生，油而不膩”的粤菜存在颇多共性。

在老广东心目中，吃粤菜、喝粤酒才是真正的广东生活，而粤酒的主要代表就是米制酒。近年来，随着南粤经济的快速发展，天南地北的新广东人不断涌入，粤酒正越来越备受消费者重视和期待。

抢抓发展机遇，九江酒厂提出打造中国米制酒第一品牌的战略目标，创新产品品类，向中高端消费群体要增量，实现品牌价值再次提升。近年来，九江酒厂先后推出九江精米 30、精米 30+、九江双蒸大师小作等中高端产品，一改广东米酒吨酒价格低、品牌附加值不高现状，让消费者耳目一新。

但在新的时代下，要为消费者提供更好的产品、让粤酒进一步发扬光大，就必须结合最新市场趋势和消费需求。

带着对最新潮流的响应，2013年初，经南海区人民政府授权，九江酒厂开始申请地理标志保护。2015年5月，省级地方标准《地理标志产品 九江双蒸酒》获批发布，当年8月起，地理标志产品保护标志陆续使用在九江双蒸系列产品上。

结合大数据等现代技术，九江双蒸酒还给米酒贴上了防伪标签——消费者购买九江双蒸酒后，开盖扫一扫瓶盖上的二维码，即可直接进入“九江双蒸”微信公众号；消费者关注公众号后，页面立刻弹出“该产品防伪码是否为首次扫码的信息”，短短几秒内为消费者辨别产品真伪。

诸多努力让九江酒厂得到了权威认可。今年6月1日，九江酒厂获得广东省市场监督管理局颁发的连续二十年（2001年度至2020年度）广东省“守合同重信用”企业公示证书。

如今，站在200年的新起点上，九江酒厂提出了新的发展目标。中国白酒工艺大师、九江双蒸非遗酿制工艺传承人何松贵透露，企业计划到2025年营收达到25亿，并持续推出包括领粤1821系列在内的更高端的品类，将广东米酒推向新高度。

而关正生更是直言，九江酒厂未来将在硬件部分不断扩大投入，保障产品品质提升、档次不断拉升。“一个企业能够长盛不衰造就百年基业，传承是很关键的，同时，应对时代变化要能创新。”关正生说。

【撰文】王谦

企业供图

编辑 陈禧彤

来源：南方+

## 招人、涨价、千人游，容大酱酒打响全国化“三大战役”

“容大酱酒高薪招人”了。

日前，容大酱酒发布了一则招聘广告，犹如在平静湖面丢下一块巨石。

有业内人士向云酒头条（微信号：云酒头条）表示，除了广发英雄帖招聘人才，公司还不断举行回厂游，累计有上千人次参加；由于市场供不应求，产品价格也上涨了30%。

招人、涨价、千人游，容大酱酒要打响全国化“三大战役”？

### 寻找60位营销好汉

6月1日开始，容大酱酒就利用各种媒体，广发英雄帖寻找酒类营销人才。

据悉，容大酱酒此次主要招聘10名“省区负责人”和50名“城市经理”，负责区域招商和市场管理。

容大酱酒方面表示，2020年末容大酱酒上市以来，在河南、山东、广东等地均十分畅销。除上述传统市场外，公司此次主要招聘内蒙古、江苏、陕西、新疆、福建、广西、湖南、湖北、安徽等区域负责人和城市经理，从事市场拓展和管理。

有业内人士分析，全国招聘营销人才，说明容大酱酒已经开始全国市场布局。公司此次招聘50位城市经理，表明容大酱酒除省级市场外，已经在三、四线城市深耕市场，为品牌下一步做大做强打下坚实基础。

### 回厂游+沉浸之旅

5月20日，一幅照片在酒业朋友圈刷屏——120名来自全国各地，身着蒂芙尼蓝色体恤的容大酱酒成员合照。他们也都是参加容大酱酒沉浸式回厂游的经销商和意见领袖及核心粉丝，迄今为止，已经有1000人次参加这一活动。

回厂游在酒业并不鲜见，苗寨风情+红色之旅+大宋文化，才是容大酱酒沉浸之旅的亮点。

苗寨风情：容大酱酒沉浸之旅行程首站，选择了中国乃至世界最大的苗族聚居村寨——西江千户苗寨，在这里，经销商们在领略苗族历史文化的同时，也感受到苗家人的好客，以及苗寨的美食和美酒，令人流连忘返。

红色之旅：容大酱酒沉浸之旅行程第二站在遵义。经销商拜谒红军山革命烈士陵园，缅怀革命先烈参观遵义会议会址，在娄山关观看长征路上的首胜之战《娄山关大捷》，感受了红色之旅。

大宋文化：容大酱酒回厂游的第三站是进入占地 830 亩、年产大曲酱香酒 5000 吨、老酒存储达 2.5 万吨的宋代官窖酒庄。通过穿梭于世界上最大的鹅卵石原生态酒厂，走进容大酱酒生产车间，品鉴一壶老酒视觉、听觉、味觉的盛宴，领略千年宋代官窖之美。

正是通过上述沉浸式回厂游，容大酱酒经销商、意见领袖与品牌深度互动，不仅培育了客户忠诚度，还为容大酱酒未来大发展，打下了牢固的消费者基础。

### 从 298 到 398

2020 年末，容大酱酒上市零售定价 298 元/瓶，“200 多元能喝到好酱酒”的口号引发行业广泛关注。

凭借生产厂家宋代官窖的优异产品品质、大肚瓶设计及蒂芙尼蓝的高颜值、容大酱酒上市 3 个月，经销商便接近 100 家，主要集中在河南、山东、广东等省份。

2021 年全国春季糖酒会期间，容大酱酒先后获得“2020 潜力新品”及“2021 最具投资价值品牌”等 6 项大奖，并跻身中国酱酒品牌影响力 TOP100 榜单。

2021 年 4 月开始，容大酱酒品牌广告亮相全国最大铁路运输枢纽——郑州东站，品牌广告也点亮众多郑州地标，“容大酱酒轻奢柔顺”的品牌诉求，刮遍了郑州中高端楼宇电梯。

容大酱酒，刮起品牌和品质传播旋风。

采取上述市场推广措施后，容大酱酒在市场受到经销商和消费者追捧，目前容大酱酒市场开发团队已经近 40 人，加上后台支撑，团队人数超过 100 人。

与此同时，容大酱酒还对产品品质进行了提升和升级，产品口感更加柔顺，市场成交价也从 298 元/瓶上升到 398 元/瓶，市场还供不应求。

多位酒业人士分析，容大酱酒上述招人、涨价、千人游动作频出，预示着公司已经拉开全国化运营序幕，容大酱酒正在从点状市场运作，转向连点成线，拉线成面，从区域市场走向全国。

另一方面，容大酱酒在扩大市场规模的同时也不忘消费者培育，实现了渠道建设和消费培育“两手抓、两手都要硬”。

可以预见，伴随上述措施的落地，容大酱酒走向全国，正一步步成为现实，未来前景高度看好。

文 | 云酒团队

## 固真酒业：《青山一道，同担风雨》

“时代的一粒尘，落在我们每个人的身上，就是一座山。”

再黑暗的夜晚，依然会有璀璨星光。越是在这特殊的抗疫时刻，越能映射出人性的光辉，而这光辉的缔造者，正是我们身边这些平凡的抗疫英雄。

固真酒业在这抗疫的危难时刻，采购 3 万余瓶饮用纯净水，无偿捐赠给禅城、南海的相关镇区、街道和医院。固真酒业于 6 月 2 日-3 日分批将纯净水送到桂城街道、狮山镇政府、南庄镇政府、佛山中医院、张槎街道、张槎派出所、祖庙街道、佛山市第一人民医院、石湾街道、佛山市禅城区中心医院、禅城高新区医院（即张槎医院）等相关一线抗疫单位。佛山市连锁协会执行会长郑斌先生，秘书长萧舒文女士共同参与本次爱心捐助活动。

“青山一道，同担风雨”，固真酒业尽自己一份力量，助力佛山抗疫，待黎明破晓，山河无恙，佛山皆安，我们携手，相视一笑，去看那人声鼎沸，百合花开，笑声遍布山川。

祝愿各位奋战在抗疫一线的医护、公安、社区工作人员、志愿者平安，愿佛山平安。

来源：固真酒业

## MON 公益 | 助力儿童公益，传递品牌正能量

2021年6月3日，梦蒂贝罗酒庄参加LAGA女子业余高尔夫、晋心儿童基金举办的“晋心儿童基金·深圳龙华慈善会的大病儿童救助项目”慈善拍卖晚宴，实践品牌社会责任感，助力公益慈善项目。

龙华区慈善会的大病儿童救助项目，希望为该区每个大病儿童家庭都能给予有效医疗救助，与他们一起共渡难关，让龙华大病儿童家庭不再孤单。

“面对高额的治疗费用，医疗资源分配不均，这些家庭都会因病致贫，因病无助。龙华区慈善会致力于帮扶辖区每一个大病儿童，为他们创造一个更好的医护条件。一个都不能少。”

在活动现场，梦蒂贝罗品牌总监魏澜女士表示：梦蒂贝罗一直关注社会公益事业，带着感恩的心情参加这次慈善晚宴，很高兴能有机会，与LAGA高尔夫、晋心儿童基金一起，为龙华区慈善会的大病儿童救助项目助力。

梦蒂贝罗一直奉行道德供应链原则。酒庄坚持走可持续化道路，实行有机种植管理葡萄园，突显企业责任感而不是追求暴利，发挥品牌影响力，着眼公益事业，体现品牌的社会责任感。

此次活动圆满落幕，梦蒂贝罗希望用自身品牌影响力，把充满爱与梦想的故事传递给更多人，让更多爱心聚集，展现中国慈善的向上正能量，在公益慈善事业发展中，实现品牌社会价值。

来源：Monteperle

## 石湾酒厂集团志愿者支援佛山防疫一线

### 疫情就是命令 防控就是责任

为更好地维护广大居民的健康安全，禅城区启动第二轮全区全员核酸检测，分区域、分类别、分时段统筹推进，做到应检尽检，不漏一户、不落一人。

战疫一线，众志成城！在得知全区志愿者招募需求后，石湾酒厂集团党委迅速展开志愿者报名组织工作，各党员带头“作战”，广大员工积极报名加入志愿队伍。

从6月5日起，石湾酒厂集团志愿者分为早、中、晚等不同批次，在集团党委书记周文燕的带领下，赶赴石湾酒厂周边的社区检测点 负责维护现场秩序、指导市民扫码登记信息等，与一线医务人员、社区工作人员并肩战“疫”。

当天，石湾酒厂集团党委书记周文燕不但亲自参与到现场志愿活动中，还在活动开始前仔细了解工作要求，为参与志愿工作的员工进行指导和鼓励。她再三嘱咐参加防疫志愿工作的同事，在全力支持完成检测工作的同时，注意个人防护，合理安排轮值时间，充分发挥本次志愿工作助力佛山疫情防控的实际作用。

现场，酒厂志愿者坚持做好服务工作，充分为防疫工作做出积极贡献。其中一名志愿者在一个下午班就贴了将近一千人次的条形码，还有的志愿者为了坚守岗位和节省时间，在五小时的一个班次中连喝水也顾不上，坚持到了下一班次的同事交班。

“我志愿，我快乐！”

全天接力支援义不容辞



“有付出才有回报！有播种才有收获！”周文燕书记同时向广大员工表达自己参与志愿者工作的感悟，鼓励大家为生活继续努力。她说，酒厂志愿者们在“芒种”的今天走向社区疫情防控的工作中，播下一份爱心，未来更将收获人生的美好，幸福！

来源：广东石湾酒厂集团

## 一场封坛改变品牌认知，心悠然的加速度为何领跑产区？

端午节即将来临之际，赤水河谷鳞次栉比的酱酒厂迎来了全年第一个生产高峰——制曲，在传统的“12987”酱酒酿造工艺中，一直有端午制曲的传承。

6月6日期间，小糊涂仙酒业旗下（集团）高端柔顺酱香品牌——心悠然在其习水县土城镇的酿造基地举办了盛大的端午封坛盛典。200余位来自全国各地的经销商、粉丝以及KOL参加了此次封坛大典。

在酱酒热进入新阶段之时，心悠然立足习水核心小产区、充分发挥高端柔顺酱香风格优势，2020年以来，心悠然在品质、品牌、营销等多维度全面发力，本次端午封坛大典将是心悠然营销新局面的开端。

6月的习水土城镇，最高气温已经达到30摄氏度以上，但是这丝毫没有阻挡来自全国各地心悠然经销商和VIP的热情，酒业家观察到，许多酱酒VIP在封坛当日收获了自己的心悠然封坛酒。同时现场也有心悠然的经销商，一位来自福建的经销商向酒业家表示，这两年福建的酱酒市场行情很好，心悠然在一些区域的开拓很有成效。许多VIP客户表示，在参观酒厂、体验了红色旅游之后，对心悠然的产品文化认知有了深入了解，和更加坚定的消费信心。

酒业家在心悠然的封坛酒库看到，陈列着一排排全国各地客户的封坛酒，规模宏大。

近年来，随着“酱酒热”持续升温，酱酒行业开创品鉴+体验馆+回厂游的三板斧营销模式，其中回厂游又与封坛有机结合，将客户的体验感和参与感进一步提升。心悠然在利用封坛仪式从而拉近与客户距离方面表现突出。

在封坛大典上，小糊涂仙酒业集团副总裁梁国杰表示，心悠然在消费升级、健康品饮的大潮中开宗立派，已成为中国高端柔顺酱香品类的典范。他说：“白酒文化深植于传统文化之中。对于一辈又一辈的酿酒匠人而言，以‘礼’为核心的祭祀和封坛，是与自然对话、与先祖沟通的重要仪式，是天人合一、天人共酿的重要表达。心悠然举办2021年度端午封坛大典，正是要传承和弘扬传统文化，也更彰显传承酿艺、匠心坚守的决心。”

心悠然将封坛活动策划成了丰富多彩的系列活动，不仅有庄严神圣的祭祀、封坛仪式，更有文化论坛、红色旅游等特色活动。在6月4日-6日三天时间里，前来参加活动的嘉宾充分体验到了习水产区的魅力和心悠然的品牌理念、企业文化。

6月5日，“2021年心悠然端午封坛之旅系列活动之土城论坛”在习水举办，心悠然邀请到了杜文龙、滕建群、王云飞、曹卫东等四位著名军事评论家煮酒论道，洞察精微，分别从不同的角度解析了当前国际宏观环境以及多个热点地缘话题。

据悉，2020年底，心悠然发起“中国之路·名家讲坛”系列活动，已经陆续邀请了知名经济学家马光远、环球时报主编胡锡进、人民大学金灿荣教授以及知名军事专家罗援少将等学者大咖，走进郑州、广州、嘉兴、郴州、东莞等多个城市，反响热烈，全国主流媒体广泛好评。

本次的土城论坛，便是“中国之路·名家讲坛”系列活动的延续。

除此之外，今年心悠然还将携手六位国学名师、论道六座中华名山，以传统文化为纽带开启“名山行”，让“放怀天地间，心净自悠然”的品牌理念更加深入人心。此前，论道名山之终南山活动已成功举办，获得了相当大的关注度和曝光量，此后该系列活动将陆续走进庐山、泰山、五台山、普陀山、衡山等中国名山，让高端柔顺酱香飘全国。

习水县正以白酒为首位产业，向着中国百强县的方向努力。在白酒产业的推动下，2018年和2019年，

习水县蝉联贵州省 GDP 增速第一，2020 年 GDP 增速贵州省第二。

据最新数据显示，2020 年，习水县白酒实现总产值 133.67 亿元，白酒增加值 129.54 亿元，同比增长均超过 30%。实现销售收入 131.12 亿元，税收收入 35.56 亿元。而更为直接的数据是，2020 年，白酒贡献的工业总产值占习水全县的 77.2%，贡献的税收占全县的 66.23%，贡献的规模工业增加值占全县的 92%。

在这其中，心悠然无疑是习水白酒行业中的代表品牌和中坚力量。

对于心悠然对推动习水当地经济和产业发展所作出的贡献，当地政府给予了高度的评价和肯定。

习水县委常委、经开区党工委副书记、管委会副主任苟明利表示：“在生产建设方面，近年来，心悠然酒业以逐年增长的销售规模，为习水提供了稳定的税收支持；近万亩心悠然红缨子糯红高粱绿色生态种植基地，极大促进了当地的人员的就业；重金投入保护赤水河流域生态，不因产量和市场的发展而改变生产标准，保护了流域特有的生态环境和生物资源；在文化方面，心悠然酒业的端午封坛大典、重阳祭水大典和美酒文化之旅，为习水酿酒产区的发展提供了切实的帮助。在积极诠释品牌文化的同时，心悠然也对习水美酒文化的推广起到了重要作用。”

习水县副县长王伟表示：“12 年间，我们与心悠然酒业一同砥砺前行，我们全力支持小糊涂仙·心悠然高质量发展、大踏步前进，全力保障小糊涂仙·心悠然技改扩能，全力支持心悠然品牌营销。”

据了解，2020 年心悠然将继续保持 100% 的增长速度。从如此迅猛的势头中可以看出，心悠然在此轮酱酒热潮中正在践行高速高质发展规划。

在酒业家此前发布的酱酒大时代产区巡礼系列文章之《茅台之外，唯有习水》中，作者表示，在过去 5 年的酱酒浪潮中，与茅台镇毗邻，相距 50 公里的赤水河下游，习水产区在悄然间崛起。崛起之后的习水产区，有着更为强大的“后发优势”。这也使得我们更加坚信，在酱酒大时代中，中国酱酒产区必将百花齐放，舞台的主角也或将并非茅台（仁怀）产区一家，茅台+习水两大产区将成为赤水河畔耀眼的双子星，给酱酒的发展注入更为强大的助推力。

在此背景下，立足习水产区、坚持柔顺独特风格的心悠然必将迎来新一轮爆发期。

文 | 酒业家 阳关编辑 | 容与

## 爱心捐赠 助力抗疫 | 林士莹同志捐赠饮料支援抗疫一线！

2021 年 6 月 6 日，在亲眼目睹了从化区防疫人员顶着炎热的夏天，穿着防护服在各核酸检测点加班加点工作，守护从化区的平安。

有感于此，广州市政协委员、从化区政协常委、农工党从化区基层委主委林士莹同志当日马上安排向从化区城郊街、温泉镇及吕田镇捐出矿泉水和菊花茶各 100 箱（价值 18000 元），用于一线工作人员的消暑用品，并向防疫人员们致以崇高的敬意和慰问。

6 月 8 日，在从化区委统战部的统一组织下，林士莹同志再次以农工党从化区基层委的名义向从化区卫计局捐出荔枝香槟饮料 1200 瓶，价值（81600 元），为疫情防控贡献一份诚挚的爱心，用实际行动诠释了一种社会责任和担当。

在此次的战“疫”中，林士莹同志捐赠的不仅仅是物品，更是众志成城的力量，同时也希望大家动员更多社会力量参与到疫情防控工作中，共克时艰，早日打赢这场战役。

来源：顺昌源酒业

## 劲牌董事长吴少勋走进张裕 点赞张裕品位高、品质好

为增强酒类企业之间的紧密交流、互访学习，共谋发展新思路，6月16日，在中国酒业协会执行理事长王琦的带领下，劲牌有限公司董事长吴少勋一行莅临张裕公司参观考察，张裕公司董事长周洪江、张裕总经理冷斌、张裕股份总经理孙健、张裕股份副总经理李记明、可雅酒庄总经理张葆春等热情接待并进行了座谈。双方就企业家责任、品质打造、品牌建设以及消费者培育等进行深入探讨。

### 做酒人的初心：久久为功抓品质

专一行，精一行，以匠心酿好酒，是劲牌与张裕的共同理念。

当天，在孙健的陪同下，王琦、吴少勋一行参观考察了张裕国际葡萄酒城生产中心、丁洛特酒庄、可雅白兰地酒庄、张裕酒文化博物馆，详细了解张裕的生产规模、品质管控以及中国葡萄酒工业发展历史。

吴少勋表示，这次来张裕学习感到很震撼，张裕品位高、品质高，故事讲得也很动听，令人耳目一新。

周洪江表示，在酒行业，我们要久久为功抓品质，把酒做好，才是走在正确的道路上。

为持续推进产品质量的提升，2020年，张裕创建了由总酿酒师、酒种首席酿酒师、品牌首席酿酒师、酿酒师、助理酿酒师、初级酿酒师构成的强大技术队伍，对所分管品牌负起内外在质量的最终责任。

目前，张裕的酿酒师团队共拥有中国酿酒大师2名（全行业共7名）、国家级（食协、酒协）专家评委24人、国家一级酿酒师17人，为高质量发展提供了坚实的人才保证。

座谈中，大家就产品定位、品牌建设、行业发展进行了重点交流。

“消费者的心智不好改，我们需要做好精准定位。”周洪江表示，有所舍，有所得，这要求我们的品牌和产品都要聚焦。他说，吴少勋董事长领导的劲酒在保健酒这个细分领域做到了相当强的市场地位，非常值得张裕学习。

近年来，张裕提出了“聚焦高品质、聚焦中高端、聚焦大单品”的三聚焦战略。目前，在葡萄酒板块，高端聚焦龙谕、中高端聚焦张裕解百纳，白兰地板块则聚焦可雅。围绕这三大品牌，张裕从组织架构、地域、投入三大维度强力落实聚焦战略。

2021年，是中国共产党成立100周年，也是“十四五”开局之年，不久前，《中国酒业“十四五”发展指导意见》正式发布，对“十四五”酒类产业发展方向与具体实践做了系统的规划。

王琦理事长表示，中国酒类产业的繁荣发展，需要中国酒类企业加强互访交流、共同提升、聚力前行。他指出，每个细分领域的龙头企业要担当起更大的责任，起到更好的行业引领作用。

吴少勋表示，保健酒是劲牌的一个命脉，是立身之本，保健酒做得好才能得到别人的尊重。他说，劲牌以做药和保健酒为主，中国要强大，要为人做更多贡献，必须要让我们的产品和服务，以中医中药为载体，这个产品和服务是最能够为世界、为人类做贡献的。

周洪江对吴少勋的爱国情怀表示高度赞同，并强调，企业家要看得远、立意高。

心有所信，方能行远。未来，劲牌与张裕将继续为人民的美好生活加把劲。

来源：张裕葡萄酒

## 首家温泉三花酒庄揭牌开业

恰逢仲夏，吉日6月19日，广州鹰金钱三花酒业温泉三花酒庄华碧总庄，在番禺华南碧桂园内举办了简洁又隆重的揭牌开庄仪式。广州鹰金钱食品集团有限公司党总支部书记、董事长郑坚雄、党总支副书记、监事会主席、工会主席焦智锋、副总经理邹日进、副总经理杨国红、副总经理、总工程师王莉端、办公室主任瞿志丽和运营商深圳市大盛来运营管理有限公司总经理江文明一起参加了揭牌开业仪式。

温泉三花酒是鹰金钱三花酒业的中高端品牌，是鹰金钱三花酒业实现跨越式发展的核心产品；温泉三花酒庄是高品质广式生活的引领者，是高端广式待客之道的传承者；温泉三花酒庄也是全球各地的广州客

商，品味故乡广州风土，增进友谊开展合作的大平台；温泉三花酒庄更是温泉三花酒业遍布全球的缩微版，是品牌展示、品鉴体验、消费购买的中心，融资招商的道场，广商社交的平台，广州文化的直播基地。温泉三花酒庄的顺利揭牌开业，我们就有了一个崭新的窗口，给所有的消费者提供一个沉浸式体验温泉三花酒的场景，让消费者乐在其中，开心体验我们温泉三花酒的文化，乐于分享我们的品牌，成为我们品牌成长的重要推力。温泉三花酒将成为广式高端白酒的典范和代表，是广式文化走向全国的积极推动者，是中国文化走向海外的不可缺少的一部分。

温泉三花酒庄作为鹰金钱三花酒业探索新的销售模式的全新尝试，郑董在致辞中给与了高度的赞赏和殷切的希望。郑董首先用传世名联“有志者 事竟成 破釜沉舟 百二秦关终属楚，苦心人 天不负 卧薪尝胆 三千越甲可吞吴”来鼓舞温泉三花酒庄全体同仁，勇于摸索，大胆实践，趟出一条与众不同的温泉三花酒世界名酒之路。其次，郑董对酒庄项目成功落地揭牌开业的全体参与人员，表达了衷心的感谢，感谢大家的共同努力，让酒庄从一个概念到落地呈现在我们消费者面前。再次，郑董对酒庄的揭牌开业，表示热烈的祝贺，祝贺酒庄生意兴隆财源滚滚。

运营商深圳大盛来公司总经理江文明表示，在这个特殊的疫情期间，各位鹰金钱集团的领导来参加酒庄揭牌仪式，就是对酒庄最大的支持，有了鹰金钱集团的大力支持，酒庄在接下来的经营中既祈祷有海不扬波的顺顺利利，又有乘风破浪的奋斗精神，就一定可以引领广式高端白酒的未来。正像我们温泉三花酒之父陶铸先生所说，每一个具有共产主义风格的人，都应该像松树一样，不管在怎样恶劣的环境下，都能茁壮地生长，顽强地工作，永不被困难吓倒，永不屈服于恶劣环境。每一个具有共产主义风格的人，都应该具有松树那样的崇高品质，人们需要我们做什么，我们就去做什么。今天，党和领导要求我们做好温泉三花酒，我们就要做好这瓶酒。

来源：广州鹰金钱食品集团有限公司

## 中国食品报携手国宾集团到深圳西乡敬老院开展慰问活动

“学党史办实事”为弘扬中华民族尊老、爱老、敬老、孝老的传统美德，6月20日“父亲节”上午，中国食品报携手国宾实业控股集团（深圳）有限公司、广东国宾酒业有限公司（以下简称国宾集团）、中共宝安区绿宝垃圾分类指导中心支部委员会书记李会证，到深圳宝安区西乡敬老院开展敬老孝老慰问活动。

西乡敬老院办公室主任古伟雄代表敬老院感谢媒体和爱心企业父亲节来到西乡敬老院慰问并送来慰问品，并向来宾介绍，西乡敬老院落成成立于2000年，是宝安区西乡街道政府关爱老人安享晚年而建造的庭院式“老人乐园”，占地6568平方米，现有房98间，入住64位老人。

近日，宝安区又出现疫情，古伟雄主任又介绍了养老院在疫情防控上采用封闭式管理，严格管控人员进入，就连休假未返岗的工作人员暂时也不能进入。中共宝安区绿宝垃圾分类指导中心支部委员会李会证书记对养老院防疫措施给予高度赞誉，并叮嘱做好防疫防控工作。

在交谈中，国宾集团董事长龙吟介绍，这是国宾集团第二次来西乡敬老院，上一次是在2019年，以前公司办公地点是在西乡，现在已搬迁到罗湖区，仍然没有忘记西乡敬老院的六十多位老人家。今年由于疫情反复，国宾集团想让西乡敬老院的老人家过好特殊时期的“父亲节”，为老人家准备了空气净化器、口罩、消毒液等防疫物资和食品，总价值约六万余元。董事长龙吟说“尊老敬老是中华的传统美德，我们要象孝敬自己的父母一样孝敬西乡敬老院的六十多位老人家”。

来源：搜狐

# 红荔扛起抗疫大旗

## 共抗疫情，红荔不松懈

为支持抗疫工作，红荔由始至终支持政府、社区、员工做好防疫工作。自去年疫情爆发之际，我司积极履行国家和政府号召，实行严格管控机制。直至本次广佛疫情，广东社会各界团结一心，共同抗疫，顺德酒厂再出发！

## 党员的先锋模范作用

响应号召、支持抗疫，顺德酒厂在行动。今天上午开始广东顺德酒厂有限公司党委党支部收到党组织号召后，组织顺德酒厂党群先锋队支援大良街道云路居民委员会核酸检测工作。同时捐赠遮阳棚架，雨伞，饮用水及清凉饮料等物品。

## 为员工实行预约接种疫苗

广东顺德酒厂有限公司为保证员工健康，同时保证社会疫苗接种工作进行顺利，我司积极与五沙居委会联络，为员工疫苗接种进行企业预约。

## 支持社区实行全员核酸检测

通过与五沙居委会沟通合作，我们组织员工统一前往进行核酸检验，现场平稳有序。顺德酒厂为支持五沙社区工作，提供帐篷、饮用水等物资。

相信通过各界鼎力支持与配合，我们必定可以战胜疫情，重拾蔚蓝天空。

来源：顺德酒厂企业宣传

## 新加入会员名单

### 理事单位：深圳市翱丰贸易有限公司

深圳翱丰贸易有限公司（CERTIZ），隶属中山天傲名家集团，是一家中高端精品葡萄酒贸易跨国集团，成立超 30 年。在世界各地如美国、德国、日本等国家设有多个办事处，亚洲总部设立在中国，在香港，深圳，中山，广州，上海，海南等地设有分公司；

我们拥有一支由 WSET 高级品酒师、GWS 德国葡萄酒专家、澳洲 A+ 资质等专业人士组成的团队，每年奔赴世界各地，将品质优异、风格独特的精品葡萄酒引进中国市场。目前主营德国和法国精品酒，兼有澳洲、意大利等精品产区酒款，且全线 90% 以上为高分获奖酒，特别是德国，我们已进口了 6 大产区 9 大 VDP 名庄的过百款产品，在全中国名列前茅；

为保证原产地的醇正口感与品质，与国际专业酒水物流 JFHillebrand（海蓝德）合作，全程恒温恒湿运输，并在国内建立了经香港品质保障局“高级葡萄酒储存管理体系”认证的精品酒(Fine Wine)仓库，成为境内首家获得认证的企业。

Certiz 对品质和细节的极致追求，获得了多间国内外不同机构的一致认可：

- 中国唯一一家连续两届被“德国 VDP 名庄联盟”嘉誉的“卓越进口商”
- 中国 50 佳全球精品酒进口商及 5 佳德国精品酒进口商
- 2017-2020 连续四年被“德国葡萄酒协会”嘉誉为“最佳进口商”
- 2018、2019 连续两年被德国驻广州总领事馆选为德国国庆日指定官方用酒

- 2016 至今被澳大利亚葡萄酒管理局认证为“澳洲葡萄酒专家企业”
- 众多酒款被国内米其林星级餐厅及知名酒馆列入酒单
- 被中国各大葡萄酒教育机构、及专业葡萄酒讲师如葡萄酒大师 MW、侍酒师大师 MS，甚至“葡萄酒第一夫人” Jancis Robinson 等选为教学用酒。

在这里，社会保险、年假双休只是标配；

在这里，大量精品葡萄酒可供你品鉴学习；

在这里，高级葡萄酒讲师定期培训，让你专业技能升级；

在这里，有爱才惜才的老板，奖励从不设限！

我们欢迎有志之士加盟，只要你热爱精品葡萄酒，看好精品葡萄酒的未来发展趋势；我们平台有足够的资源去支持每一个愿意付出和闯创的人才，度身订造，共创共赢，打造一片属于 Certiz 特色的精品酒天地，也实现你的个人价值及成就事业。

**地址：**深圳市福田区华福路 1018 号中航中心 3103

**电话：**0755-22664320

## 理事单位：贵酿酒业有限公司

---

上海贵酒股份有限公司（上交所股票代码：600696）总部位于上海浦东陆家嘴，业务布局白酒投资并购、生产制造、销售、加盟以及创新科技等多领域，是一家产业模式综合性、多元化的集团公司。公司“深耕上海、面向世界”，以创新型白酒业务为核心，以产业整合为动能，联动上下游，打通全产业链，大力推动产业升级和商业模式创新。公司致力发展智能科技，为优秀的白酒传统工艺赋能，打造线上、线下营销闭环，塑造白酒采、产、供、存、销全流程的标准化、品质化和智能化。

公司将“高品质发展”作为立司之本，致力于为广大客户酿造幸福生活，共同开启美好未来。公司依托自身业务优势，从品质、体验、文化等方面满足客户对于高品质白酒的消费需求；公司助力白酒行业创新发展，为行业发展开辟新的市场，注入新的活力、贡献新的价值。

凭借良好的品牌影响力、雄厚的实力和优质的服务，公司享誉国内外市场，曾荣获中国品牌节“金谱奖”，旗下产品荣获 2019 比利时布鲁塞尔国际烈酒大奖赛大金奖，成绩骄人。公司还凭借独特的商业模式以及在社会公益方面的出色表现荣获“2020 中国酒业年度最佳营销案例”、“首届上海市退役军人创业创新大赛前三甲”等殊荣。

**地址：**上海市浦东新区银城中路 8 号 39 楼

**电话：**15914317028

## 理事单位：广东葡淘酒网络科技有限公司

---

广东葡淘酒网络科技有限公司，是由资深互联网和葡萄酒专业人士龙飞虎先生于 2016 年精诚发起创立，我们深耕于葡萄酒行业垂直流量运营和品牌推广的蓝海中，坚定“为国人喝上优质葡萄酒”而不懈努力；

葡萄酒网，作为专注葡萄酒领域的线上营销推广平台，主要的品牌推广频道有“线上酒展”，创新的 S2BSC 模式的“品牌特批”供销平台，以及内容生态媒体宣传服务。

公司发展至今，我们研发了国家高新技术产品《线上酒展频道》，通过线上酒展的品牌推广和招商服务，打通葡萄酒行业海内外在线 B2B 商业信息交流与交易平台，并成功服务 400 多家国内外葡萄酒酒商，为 35 万中国市场经销商提供货源采购建议和优质货源信息，并为国内葡萄酒进口商实现全年无间歇的线上招商，助力葡萄酒商家拓展商机。

启航新征程，葡萄酒网在 2020 年隆重上线的葡萄酒供销平台“品牌特批”，通过创新的 S2BSC 模式，

上游整合进口商货源，下游服务经销商，借助社交电商的爆发力，带动经销商的能动性进行卖货。

未来，我们将全方位为葡萄酒酒商提供深度定制服务，连接中国市场和 30000+国内外酒庄，并致力于打造优质的互联网平台，高效的传播策略，为各大葡萄酒经销商和进口商等合作商家提供更为优质的产品服务，为葡萄酒线上营销渠道铺路。

这，是葡萄酒网作为一个优质互联网平台的初心。

**地址：**广州市海珠区新港西路 135 号大院园西区 705 号楼中大科技园 B 座自编号 1810、1811 房

**电话：**020-84115055

## 理事单位：广东粤酒文化传播有限公司

---

广东粤酒文化传播有限公司是一家以弘扬中华优秀酒文化为己任，致力传承岭南酒文明为核心的综合服务体系平台，是在“一带一路”战略方针引导下应蕴而生的新型文化发展前沿阵地。

**大浪淘沙：**

沧海横流方显英雄本色，大浪淘沙才得真知灼见，在社会发展的大潮中，在全新的时代经济背景下，有一支精诚凝练的酒文化传播团队，深谙酒文化、酒文明传承发展为主导经营方向的市场规律，全面系统科学地建立了一整套运作专业体系……

**大海弄潮：**

传播创造价值，“精彩不仅是高度……”，优越的人文资源承载了厚重的传播史诗，传播的力量奔涌在市场的前沿，我们携激情、创造、更新，继往开来，我们致力于“最具市场影响力的粤酒文化传播”……

**乘风破浪：**

滔滔大浪自心际而来，激情呼啸的文化波澜，如千军万马挟雷而至的轰然奔腾，我们冲刺在风口浪尖，着力于策划、会展、酒品营销、粤酒振兴……专业队伍强大，市场把握准确，监管制度严格以及市场跟踪制度严密细致。

**中流砥柱：**

我们用非凡的智慧和创造力正影响着酒文化前进的方向，运筹帷幄，百舸争流，我们与广东省酒类行业协会、科通国际展览（广州）有限公司、东莞一格广告有限公司等精诚合作，共同努力，这里是粤酒文化传播的中流砥柱。

**风生水起**

智慧描绘的壮美画卷延续着千变万化的奥妙诠释，经意的酒文明之风鼓动起开拓进取的叶叶风帆。

**在水一方——中国酒文化传播；**

**水到渠成——粤酒文化传承发展；**

**行云流水——酒类会展、酒类营销、**

**酒类品牌策划、项目投资；**

**海纳百川**

壮阔辽远，蕴含了超越自然的深刻，兼容了凝聚、向心的无尽生命力，每一次友好的合作都是我们不尽的源泉：

2021 中国（广州）国际名酒展览会暨首届广东粤酒国际博览会，中华人民共和国商务部引导支持展会，中国华南区唯一国家级酒业展贸平台，中国最具营销力的酒业进出口贸易展。

**地址：**广州市番禺区环城西路 246 号西坊大院 T10 座 201

**电话：**020—85827863

## 理事单位：贵州山门岗黑金酒业销售有限公司

---

贵州省仁怀市茅台镇大唐酒业有限公司成立于1999年，总部位于茅台镇名酒工业园，规模化白酒生产、灌装基地面积达1200余亩，年产优质酱酒5000余吨，陈年老酒存量近30000吨，现已发展成为集白酒生产、存储、包装、营销、产品研发为一体的传统酱香型白酒酿造企业。山门岗酱酒产于高品质酱酒核心产区——茅台镇山门岗村，坚守传统酿造工艺、生产优质正宗酱酒、打造旗帜品牌。山门岗酱酒在酱酒品类不断扩容下应运而生，在努力中奋进，在实践中成长，逐渐成为经营酱酒的新选择！

**地址：**贵州省遵义市仁怀市茅台镇名酒工业园区（荣昌坝村山门岗村民组9号）

**电话：**400-8099873

---

撰稿、编辑、校对：会员综合部

地址：广东省广州市白云大道1033号（东方明珠花苑）明珠中街1号

电话：020-36172958

邮编：510000

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

E-mail: [gdjy@163.com](mailto:gdjy@163.com)

网址: <http://www.gdjytc.org.cn>

省酒协官方微信号：GDPAIA



广东酒协网站



广东酒协微信