广东酒业简讯

第 213 期

(2021 年 第 7 期)

广东省酒类行业协会秘书处编　　2021 年 8 月 9 日

【本期摘要】

☆ 7 月酒类商品电商价格统计表
☆ 2021 年 1-6 月中国啤酒进出口数据
☆ 2021 年 6 月份居民消费价格同比上涨 1.1% 环比下降 0.4%
☆ 今年上半年 31 省份居民收入与消费支出数据出炉
☆ 市场监管总局纵深推进“铁拳”行动，酒业重点是打击制售假冒名酒
☆ 白酒产销增速稳健，高端化是直接动力
☆ 热烈祝贺枫博酒业董事长张志高同志荣获“优秀共产党员”荣誉称号！
☆ 夜郎古全线提价，余方强：年度销售增长 500%
☆ 振兴佛山非遗文化产业，打造岭南酒文化标杆
☆ 中山市工商联合会莅临视察，大力支持永乐古窖品牌建设
☆ 石湾玉冰烧冠名的常德河街码头游船“亮灯启航”
☆ 梅州市五华商会总协调李卫东一行到访长乐烧酒业
☆ 全省乡村产业高质量发展推进会代表莅临顺昌源酒业调研考察！
☆ 未到先火？百年糊涂老酱香引发安徽经销商强关注！
☆ 龙泉名品集团荣获稻花香年度 “特别贡献奖”和“最佳忠诚奖”
☆ 淄博站 | 酱香赋能，香飘齐鲁，金沙古酒百城巡展第 45 站圆满成功
☆ 擦亮 200 年品牌标签，远航酒业“双剑”扛旗粤酒振兴
☆ 银宽酒业 2020 财年总结大会暨优秀员工表彰大会圆满召开
☆ 广东粤强酒业向河南慈善总会捐款 100 万元支援防汛救灾
☆ 免费换货，捐款 100 万元，小糊涂仙酒业在行动！
☆ 古越龙山胡志明荣获轻工“大国工匠”荣誉称号

本期目录

行 业 信 息 3

7 月酒类商品电商价格统计表 3

2021 年 1-6 月中国啤酒进出口数据 3

2021 年 6 月份居民消费价格同比上涨 1.1% 环比下降 0.4% 4

协会动态 6

7 月协会活动简讯 6

省酒协党支部组织“建党 100 周年”学习活动 8

热点关注 9

今年上半年 31 省份居民收入与消费支出数据出炉 9

市场监管总局纵深推进“铁拳”行动，酒业重点是打击制售假冒名酒 10

白酒产销增速稳健，高端化是直接动力 11

会员动态 12

热烈祝贺枫博酒业董事长张志高同志荣获“优秀共产党员”荣誉称号！ 12

夜郎古全线提价，余方强：年度销售增长 500% 13

振兴佛山非遗文化产业，打造岭南酒文化标杆 14

中山市工商联合会莅临视察，大力支持永乐古窖品牌建设 15

石湾玉冰烧冠名的常德河街码头游船“亮灯启航” 15

梅州市五华商会总协调李卫东一行到访长乐烧酒业 16

全省乡村产业高质量发展推进会代表莅临顺昌源酒业调研考察！ 16

未到先火？百年糊涂老酱香引发安徽经销商强关注！ 17

龙泉名品集团荣获稻花香年度 “特别贡献奖”和“最佳忠诚奖” 19

淄博站 | 酱香赋能，香飘齐鲁，金沙古酒百城巡展第 45 站圆满成功 20

擦亮 200 年品牌标签，远航酒业“双剑”扛旗粤酒振兴 20

银宽酒业 2020 财年总结大会暨优秀员工表彰大会圆满召开 21

广东粤强酒业向河南慈善总会捐款 100 万元支援防汛救灾 22

免费换货，捐款 100 万元，小糊涂仙酒业在行动！ 22

古越龙山胡志明荣获轻工“大国工匠”荣誉称号 22

新加入会员名单 23

行 业 信 息

7 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	1099	1199	1099	1199
500ML 52 度剑南春水晶剑	529	479	468	420
500ML 50 度古井贡酒年份原浆（古 5）	196	199	无	163
500ML 52 度泸州老窖特曲	358	398	328	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 XO 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 XO 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 1-6 月中国啤酒进出口数据

2021 年 6 月，中国进口啤酒 5.670 万千升，同比下降 23.5%；金额为 4.6158 亿元人民币，同比下降 24.6%。

2021 年 1-6 月，中国累计进口啤酒 26.483 万千升，同比下降 7.2%；金额为 22.3210 亿元人民币，同比下降 4.3%。

2021 年 6 月，中国出口啤酒 4.054 万千升，同比增长 20.4%；金额为 1.6601 亿元人民币，同比增长 8.0%。

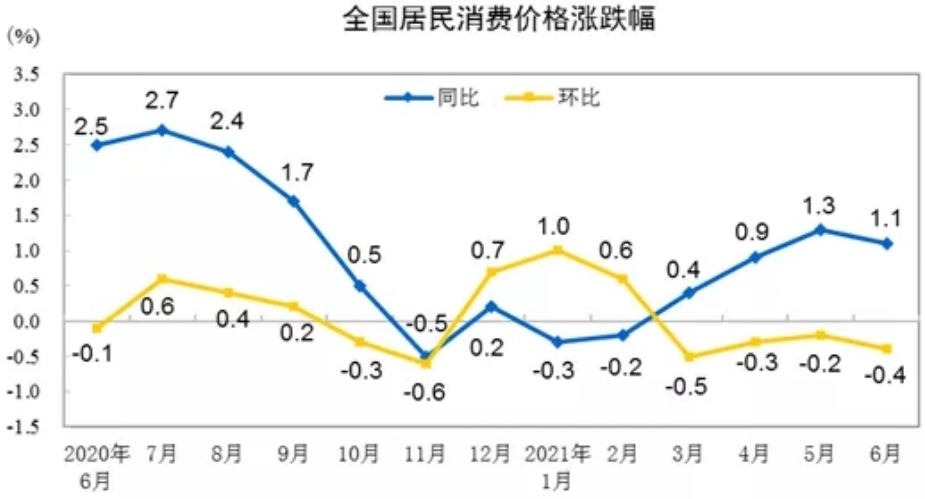
2021 年 1-6 月，中国累计出口啤酒 21.690 万千升，同比增长 22.0%；金额为 9.2589 亿元人民币，同比增长 23.0%。

来源：中国国际啤酒网

2021 年 6 月份居民消费价格同比上涨 1.1% 环比下降 0.4%

2021 年 6 月份，全国居民消费价格同比上涨 1.1%。其中，城市上涨 1.2%，农村上涨 0.7%；食品价格下降 1.7%，非食品价格上涨 1.7%；消费品价格上涨 1.1%，服务价格上涨 1.0%。上半年，全国居民消费价格比去年同期上涨 0.5%。

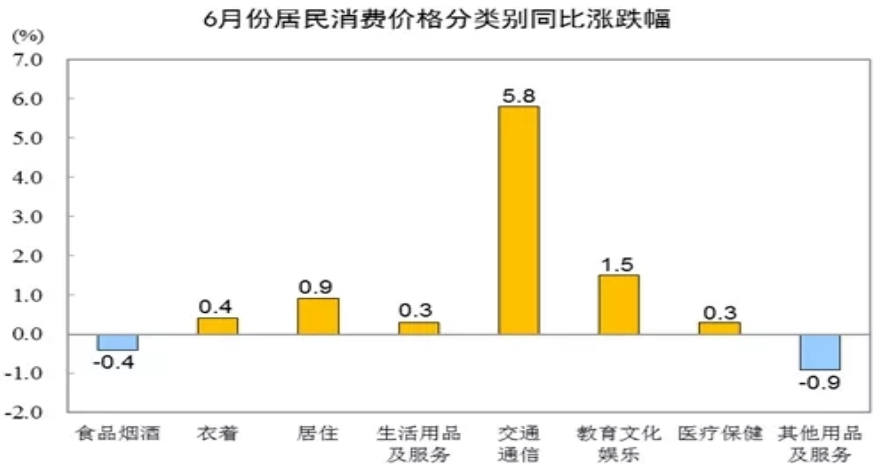
6 月份，全国居民消费价格环比下降 0.4%。其中，城市下降 0.4%，农村下降 0.5%；食品价格下降 2.2%，非食品价格持平；消费品价格下降 0.6%，服务价格下降 0.1%。



一、各类商品及服务价格同比变动情况

6 月份，食品烟酒类价格同比下降 0.4%，影响 CPI（居民消费价格指数）下降约 0.12 个百分点。食品中，畜肉类价格下降 19.5%，影响 CPI 下降约 0.81 个百分点，其中猪肉价格下降 36.5%，影响 CPI 下降约 0.80 个百分点；蛋类价格上涨 17.9%，影响 CPI 上涨约 0.10 个百分点；水产品价格上涨 14.2%，影响 CPI 上涨约 0.26 个百分点；鲜果价格上涨 3.1%，影响 CPI 上涨约 0.06 个百分点；粮食价格上涨 0.7%，影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点。

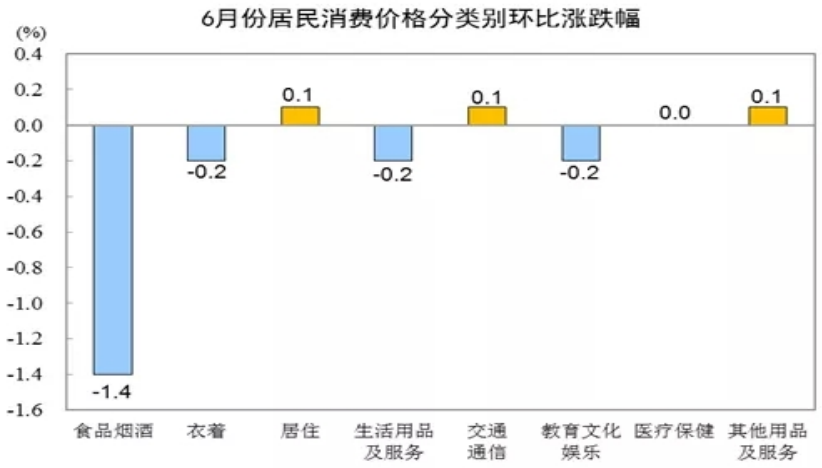
其他七大类价格同比六涨一降。其中，交通通信、教育文化娱乐、居住价格分别上涨 5.8%、1.5%和 0.9%，衣着、生活用品及服务、医疗保健价格分别上涨 0.4%、0.3%和 0.3%；其他用品及服务价格下降 0.9%。



二、各类商品及服务价格环比变动情况

6 月份，食品烟酒类价格环比下降 1.4%，影响 CPI 下降约 0.39 个百分点。食品中，畜肉类价格下降 7.6%，影响 CPI 下降约 0.27 个百分点，其中猪肉价格下降 13.6%，影响 CPI 下降约 0.22 个百分点；鲜果价格下降 4.5%，影响 CPI 下降约 0.08 个百分点；鲜菜价格下降 2.3%，影响 CPI 下降约 0.04 个百分点。

其他七大类价格环比三涨一平三降。其中，居住、交通通信、其他用品及服务价格均上涨 0.1%；医疗保健价格持平；衣着、生活用品及服务、教育文化娱乐价格均下降 0.2%。



2021年6月份居民消费价格主要数据

	环比涨跌幅（%）	同比涨跌幅（%）	上半年同比涨跌幅（%）
居民消费价格	-0.4	1.1	0.5
其中：城市	-0.4	1.2	0.6
农村	-0.5	0.7	0.4
其中：食品	-2.2	-1.7	-0.2
非食品	0.0	1.7	0.7
其中：消费品	-0.6	1.1	0.7
服务	-0.1	1.0	0.3
其中：不包括食品和能源	-0.1	0.9	0.4
按类别分			
一、食品烟酒	**-1.4**	**-0.4**	**0.4**
粮食	0.0	0.7	1.2
食用油	0.2	7.7	7.1
鲜菜	-2.3	0.1	3.2
畜肉类	-7.6	-19.5	-9.5
其中：猪肉	-13.6	-36.5	-19.3
牛肉	-0.3	4.8	4.1
羊肉	-1.8	7.3	8.1
水产品	0.1	14.2	8.9
蛋类	-0.6	17.9	7.4
奶类	0.1	2.2	2.0
鲜果	-4.5	3.1	2.6
卷烟	0.2	1.1	0.9
酒类	0.3	2.7	2.0
二、衣着	**-0.2**	**0.4**	**0.0**
服装	-0.2	0.5	0.1
鞋类	-0.4	-0.1	-0.3
三、居住	**0.1**	**0.9**	**0.2**
租赁房房租	0.2	0.7	0.0

水电燃料	-0.2	1.3	0.6
四、生活用品及服务	**-0.2**	**0.3**	**0.1**
家用器具	-0.3	1.0	0.2
家庭服务	0.1	2.6	2.4
五、交通通信	**0.1**	**5.8**	**1.9**
交通工具	-0.3	-0.8	-1.5
交通工具用燃料	2.0	23.6	8.2
交通工具使用和维修	0.0	1.3	1.5
通信工具	-0.2	6.2	5.8
通信服务	-0.1	-0.3	-0.3
邮递服务	0.0	0.0	-0.3
六、教育文化娱乐	**-0.2**	**1.5**	**0.9**
教育服务	0.1	1.9	1.8
旅　游	-2.0	-1.1	-4.3
七、医疗保健	**0.0**	**0.3**	**0.3**
中　药	0.2	1.5	1.5
西　药	0.0	-0.8	-1.5
医疗服务	0.0	0.7	0.7
八、其他用品及服务	**0.1**	**-0.9**	**-1.1**

来源：国家统计局

协会动态

7 月协会活动简讯

2021 年 7 月 2 日，会员单位：广州粤酩醇商贸有限公司董事长廖劲松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。

2021 年 7 月 5 日，会员单位：广州米多网络科技有限公司副总裁谢进凯、酒水事业部总经理邹克杰回到广东省酒协秘书处座谈交流，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 7 月 6 日上午，彭洪会长一行拜访常务副会长单位：广东顺德酒厂有限公司，受到总经理陈亮及公司员工的热烈欢迎。

2021 年 7 月 6 日，第七届广东省酒类行业白酒品酒师职业技能竞赛工作会议在广东顺德酒厂有限公司会议室召开，出席会议的有：彭洪会长、丘冬梅副秘书长，以及九江酒厂何松贵、郭梅君，石湾酒厂郭波、梁思宇，顺德酒厂萧永坚、杨达光、丘梓俊等。会议由白酒分会副会长张水祐主持。

2021 年 7 月 6 日，葡萄酒分会秘书长陈泳拜访理事单位：澳宝花品质生活馆，受到董事长刘杰和公司全体人员的热烈欢迎。

2021 年 7 月 8 日上午，副会长单位：广东龙泉名品贸易集团有限公司董事长温泽凯一行，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

2021 年 7 月 9 日，葡萄酒分会秘书长陈泳拜访会员单位：佛山市狼图贸易有限公司，受到总经理吴祺亮先生和公司全体人员的热烈欢迎。

2021 年 7 月 9 日上午，会员单位：广西丹泉酒业营销有限公司广州办事处销售区经理周俊杰、广东大区政企部经理许勇、广州办事处推广经理白冰朗一行回到秘书处座谈交流，受到彭洪会长及秘书处全体工作人员的热情接待。

2021 年 7 月 9 日下午，执行会长单位：广东粤强酒业有限公司王富强董事长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。

2021 年 7 月 9 日下午，葡萄酒分会秘书长陈泳拜访理事单位：佛山市腾澳文化传播策划有限公司，受到董事长何敏玲和公司员工的热情接待。

2021 年 7 月 9 日下午，葡萄酒分会秘书长陈泳拜访会员单位：中寰国际物流（广东）有限公司，受到总经理梁增权和公司员工的热情接待。

2021 年 7 月 12 日，副会长单位：韶关市乳和贸易有限公司董事长林明松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。

2021 年 7 月 12 日，洋河酒厂海粤大区总经理王黎明一行到访广东省酒类行业协会，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 7 月 13 日，理事单位：宁夏西鸽酒庄有限公司南方大区负责人吴东海回到秘书处座谈交流，受到协会秘书长陈兴武、葡萄酒分会秘书长陈泳及秘书处全体工作人员的热情接待。

2021 年 7 月 14 日，秘书长陈兴武拜访会员单位：万隆(广州)酒业有限公司，受到销售总监赵荣和公司员工的热情接待。

2021 年 7 月 16 日，“多元化经营模式的探索与分享”会员日主题活动在东莞举行。本次活动共有 80 多人参加。

2021 年 7 月 20-21 日，由 Castill-La Mancha 大区政府主办的年度最大的国际葡萄酒视像会议 WINE LIVE 2021，在广州柏悦酒店顺利召开！本次会议由 Castill-La Mancha 大区政府主办，广东省酒类行业协会葡萄酒分会协办。到会会员企业超过 80 家。

2021 年 7 月 22 日，会员单位：恒生酒业（广东）有限公司董事长张展豪回到秘书处座谈交流，受到陈兴武秘书长及秘书处全体工作人员的热情接待。

2021 年 7 月 23 日上午，由会长彭洪带队，共 30 多家会员企业參加红寺堡论坛 2021 年中国葡萄酒酒商大会，会上协会与红寺堡葡萄与葡萄酒协会签订了战略合作协议。

2021 年 7 月 25 日下午，由协会组织近 30 家会员企业前往理事单位：宁夏西鸽酒庄有限公司交流学习，受到酒庄首席酿酒师及酒庄副总经理廖祖宋和公司员工的热情接待。

2021 年 7 月 26 日，理事单位：烟台张裕葡萄酒有限公司广东总经理吴粤汕和广州区经理葛俊回到秘书处座谈交流，受到彭洪会长及秘书处全体工作人员的热情接待。

2021 年 7 月 29 日，会员单位：广东桑黄酒业有限公司董事长吴建华一行回到秘书处座谈交流，受到彭洪会长及秘书处全体工作人员的热情接待。

2021 年 7 月 28 日，第 26 届中国（广州）名酒展在广州广交会琶洲展馆举行开幕仪式。科通国际展览（广州）有限公司董事长贾燕平女士、广东省酒类行业协会会长彭洪先生、中国酒类流通协会常务副会长刘员先生、智利驻广州总领事 Rodolfo Montecinos Mac Adoo 先生、巴西驻广州副总理事 Glaucio Jose Nogueira Veloso 先生、九江酒厂董事长兼总经理关正生先生分别在开幕式致辞。

2021 年 7 月 28 日，由广东省酒类行业协会葡萄酒分会秘书长 陈泳 带队的 7 天 6 晚——宁夏贺兰山东麓葡萄酒产区研学行圆满结束！

2021 年 7 月 29 日，理事单位：贵州省仁怀市汉御坊酒业股份有限公司董事会秘书彭鸿狄、营销总监邓志诚，汉御坊国潮酒庄总经理孙健一行回到秘书处座谈交流，受到彭洪会长和协会秘书处全体人员的热情接待。

来源：广东省酒协秘书处

省酒协党支部组织“建党 100 周年”学习活动

2021 年 7 月 1 日上午，庆祝中国共产党成立 100 周年大会在北京天安门广场隆重举行。广东省酒类行业协会党支部组织全体党员和秘书处全体工作人员收听收看大会盛况，认真学习习近平总书记发表的重要讲话。

彭洪党支部书记表示，我们要紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，积极响应党中央号召，从百年党史中汲取智慧和力量，坚定信仰信念，勇担初心使命，切实把学习习近平总书记重要讲话精神转化为提升协会综合服务水平的强大动力，奋力谱写新时代酒类事业发展新篇章。

7 月 1 日下午，广东省酒类行业协会党支部组织全体党员和秘书处全体工作人员参观广州起义纪念馆，通过学习革命历史、弘扬光荣传统庆祝建党 100 周年。

广州起义纪念馆是为纪念 1927 年 12 月 11 日中国共产党领导的工农兵武装起义，以广州苏维埃政府——广州公社旧址为馆址建立的纪念性博物馆。在参观过程中，大家一边认真倾听讲解，一边仔细观看展陈内容，不时进行交流互动。

大家纷纷表示，在“七一”这个特殊日子参观具有重大历史意义的红色资源具有非常重要的意义，要把参观活动与开展党史学习教育、庆祝建党 100 周年紧密结合起来，从回顾党的奋斗历程中坚定理想信念，从弘扬光荣革命传统中强化责任担当，更好发挥协会平台作用，和广大会员一起，共同为推动“粤酒振兴”，促进广东酒业健康有序发展作贡献。

来源：广东省酒协秘书处

热点关注

今年上半年31省份居民收入与消费支出数据出炉

国家统计局近日更新了31个省份上半年居民人均可支配收入及人均消费支出数据。哪些地方能挣又会花？

先看全国的数据。国家统计局发布的数据显示，上半年，全国居民人均可支配收入17642元，比上年同期名义增长12.6%，扣除价格因素，实际增长12.0%，增幅较高，主要是受去年上半年低基数影响；比2019年上半年增长15.4%，两年平均增长7.4%，扣除价格因素，两年平均实际增长5.2%，略低于同期经济增速，居民收入增长与经济增长基本同步。

与全国居民人均可支配收入水平相比，今年上半年共有10个省份的居民人均可支配收入跑赢全国水平，分别为上海、北京、浙江、江苏、天津、广东、福建、山东、辽宁及重庆，东部地区继续领跑。其中，位列榜首的是上海市，上半年居民人均可支配收入达40357元，也是全国31个省区市中唯一一个超过4万元的地区。北京、浙江紧随其后，分别为38138元、30998元。江苏、天津、广东、福建4省份的上半年居民人均可支配收入均超过2万元。

居民人均可支配收入是衡量居民收入水平的主要指标，指居民可用于最终消费支出和储蓄的总和，即居民可用于自由支配的收入，既包括现金收入也包括实物收入。数据显示，今年上半年，全国居民人均工资性收入、经营净收入、财产净收入、转移净收入同比分别名义增长12.1%、17.5%、15.0%、9.0%。

如何看待今年上半年居民收入的增长情况？中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东认为，在经济基本面向好的趋势下，我国上半年居民收入延续恢复性增长态势，原因主要有以下方面：一是生产供应率先恢复，稳定了就业岗位，保障了居民工资性收入稳步增长；二是疫情防控较好，居民日常生活恢复加快，带动餐饮等经营性收入逐步增加；三是经济活跃度推动资产价格上涨，财富效应带动资产性收入有所增加；四是“六稳”“六保”政策落地，各级政府出台的减税降费等政策措施逐步见效，同时加强了收入分配的调节，使得居民收入呈现稳步均衡增长。

“上海、北京等10省份居民人均可支配收入跑赢全国水平，这是常年以来发展积累的结果。这些地区经济相对发达，随着经济复苏，较快促进市场和就业恢复，促进了居民收入的快速恢复增长，在收入水平上维持领先地位。”刘向东表示。

居民收入是影响消费的重要因素。国家统计局住户司司长方晓丹日前表示，在疫情防控形势总体稳定和居民收入持续恢复性增长的基础上，居民消费支出保持恢复性反弹，两年平均增速有所加快。数据显示，今年上半年，全国居民人均消费支出11471元，名义增长18.0%，扣除价格因素影响，实际增长17.4%。与2019年上半年相比，两年平均名义增长5.4%，扣除价格因素影响，两年平均实际增长3.2%，比一季度加快1.8个百分点，但低于2019年上半年实际增速2.0个百分点。

从消费类别看，我国居民消费支出包括食品烟酒、衣着、居住、生活用品及服务、交通通信、教育文化娱乐、医疗保健、其他用品及服务八大类。今年上半年，八大类消费支出两年平均名义增速全部实现正增长。其中，受上年同期基数较低影响，教育文化娱乐支出和其他用品及服务支出大幅反弹。

从各地居民消费支出情况来看，上海、北京、浙江同样位列前三，上半年居民人均消费支出分别为23644元、21564元、17909元。天津、广东、江苏、福建、重庆、湖北的居民人均消费支出也超过了全国人均水平。

“趋势上看，收入越高消费也就越高，上海、北京、浙江3省份的收入和消费相关走势，可以看出这种可支配收入与消费支出的正向关系，但也并非总是如此。因为可支配收入除了用于消费外，还可以用于储蓄，居民储蓄增加意味着居民收入未用于现期消费而用于将来消费的资金增加。比如，消费支出方面，上半年只有9个省份高于全国平均水平，而且山东、辽宁等居民收入居前的省份在消费支出上并不在前列。

这些情况，既说明各省份收入分配尚存在一定差距，也显示出我国消费的复苏仍相对滞后。”刘向东建议，下一步要进一步解决居民消费的后顾之忧，着力建立健全多层次社会保障体系，加快网络消费、绿色消费等新型消费发展，以满足人民日益增长的美好生活需要为出发点，提升优质产品和服务供给能力，逐步释放居民消费潜力。

展望未来，国家统计局新闻发言人刘爱华日前在国新办发布会上表示，目前中国经济整体上内生动力持续增强，市场主体活力也不断增强，下阶段收入增长仍然会得到比较好的支撑，从而对消费形成有力的支撑。

来源：中国经济网

市场监管总局纵深推进“铁拳”行动，酒业重点是打击制售假冒名酒

7 月 16 日，国家市场监督管理总局以“纵深推进‘铁拳’行动 严查民生领域违法行为”为主题举行 2021 年第三季度例行新闻发布会。

国家市场监管总局新闻发言人、新闻宣传司司长于军主持新闻发布会。市场监管总局执法稽查局局长燕军、价监竞争局副局长嵇小灵、广告监管司副司长刘辉、特种设备局一级巡视员高继轩出席发布会，对大家关心的问题作进一步解答。新华社、中央广播电视总台、光明日报、中国日报、工人日报等 10 多家媒体代表到会报道。目前的进展情况是：一、聚焦民生领域 8 类违法行为，涵盖食品安全、产品质量、虚假广告、违规收费、“山寨”食品、特种设备等领域。二、各地市场监管部门全力推进实施。三、案件查办展现警示震慑效应。四、案件曝光受到社会广泛关注。

在国家市场监督管理总局公布的“2021 民生领域案件查办“铁拳”行动典型案例（第三批）”中，“山寨”酒水饮料行为得到严厉打击，现将部分典型案件公布如下：

一、贵州省遵义市市场监管局查处遵义黔北果蔬投资经营有限责任公司未履行食用农产品批发市场主体责任案。（略）

二、四川省西昌市市场监管局查处西昌市奇阳商贸有限公司未经许可从事食品经营及经营未经检疫肉制品案。（略）

三、浙江省台州市玉环市市场监管局查处丽江得慈延年生物科技有限公司生产销售有毒有害食品案。（略）

四、四川省雅安市雨城区市场监管局查处何某某等五人违法生产“地条钢”案。（略）

五、山东省枣庄市山亭区市场监管局查处黄金宝贝儿童用品有限公司生产销售不符合国家标准的儿童推车案。（略）

六、市场监管总局在涉企收费交叉检查中查处中国工艺美术协会强制收费案。（略）

七、重庆市江津区市场监管局查处张某某未经许可从事气瓶充装案。（略）

八、天津市市场监管委查处李某销售假冒知名品牌白酒案 2021 年 5 月 20 日，天津市市场监管综合行政执法总队对李某销售假冒知名品牌白酒进行查处，现场查扣侵犯注册商标专用权白酒 286 瓶，货值 19 万余元。因李某行为涉嫌构成犯罪，案件已移送公安机关，当事人已被依法采取强制措施。 5 月 20 日当天，天津市市场监管综合行政执法总队根据举报线索，对位于城郊结合部的一烟酒店进行检查。执法人员发现店主李某神色慌张，用身体挡住店铺内房门，并制造各种借口逃避检查，李某反常举动引起执法人员怀疑。在口头警告无果的情况下，执法人员请辖区派出所民警赴现场协助检查。李某迫于压力打开房门，执法人员仔细勘察烟酒店房屋结构后，在房间衣柜后发现暗门，并有大量白酒堆放其中。经鉴定，暗门内存放白酒全部为假冒产品，涉及茅台、五粮液、剑南春、国窖、汾酒、洋河等知名品牌，共计 286 瓶，货值 19.77 万元。李某的行为违反了《中华人民共和国商标法》第五十七条规定，侵犯了上述品牌白酒注册商标专用权。因李某不能提供假冒白酒的进货票据，其隐匿销售行为明显具有主观故意，且情节严重，涉嫌构成犯

罪。执法人员立即向公安机关通报情况，协同开展深入调查，并依法将案件移送公安机关。制售假冒白酒不仅损害了品牌企业的形象，而且侵害了消费者权益，一直是市场监管部门打击重点。本案中，李某藏匿假冒白酒，暗中进行交易，隐蔽性较强。执法人员在发现异常情况后，请公安机关及时介入，协同开展调查并及时将案件移送公安机关，做到了行政执法与刑事司法的无缝衔接。

九、福建省福州市市场监管局查处仓山区明文食杂店销售侵犯商标专用权饮料案。（略）

十、广东省广州市越秀区市场监管局查处广州康纯医疗器械有限公司发布虚假广告案。（略）

反侵权假冒工作关乎到中国酒类产业的持续健康发展，更关乎到消费者的切身利益。成立反侵权假冒工作委员会是中国酒业协会服务酒类产业高质量发展的一项重要工作。

在今年 4 月底召开的第六届理事会第二次会议上，协会决定设立“反侵权假冒伪劣工作促进委员会”。7 月 7 日，中国酒业协会反侵权假冒工作委员会筹备会在京召开。中国酒业协会秘书长何勇强调，酒类反侵权假冒工作是一个系统工程，需要持续的进行酒类科普教育，提高消费者辨别酒品真伪的能力、提高酒类经营者辨假识假的能力，更要提高企业打假工作人员的能力。同时还要通过各种渠道为酒类侵权假冒工作提供各种法律依据支持，真正唱响保护企业、消费者权益和协同执法部门打击假冒侵权的“两步曲”。协会将发挥好桥梁与纽带的作用，真正把消费者、行业企业和监管执法部门联系在一起，形成一套科学有效的联合打击侵权假冒机制，为酒类产业健康发展保驾护航。

责编：蒿凤

来源：中国酒业协会

白酒产销增速稳健，高端化是直接动力

上半年，全国上下一盘棋，各地区各部门持续巩固统筹疫情防控和经济社会发展成果，国民经济运行持续稳定恢复，就业形势不断向好，基本民生得到有力保障，全国居民收入延续一季度以来恢复性增长态势，居民消费两年平均增速有所加快。

日前，国家统计局披露了 2021 年上半年居民收入和消费支出情况，上半年，全国居民人均可支配收入 17642 元，比上年同期名义增长 12.6%，扣除价格因素，实际增长 12.0%，增幅较高，主要是受去年上半年低基数影响；比 2019 年上半年增长 15.4%，两年平均增长 7.4%，扣除价格因素，两年平均实际增长 5.2%，略低于同期经济增速，居民收入增长与经济增长基本同步。

在疫情防控形势总体稳定和居民收入持续恢复性增长的基础上，居民消费支出保持恢复性反弹，两年平均增速有所加快。2021 年上半年，全国居民人均消费支出 11471 元，名义增长 18.0%，扣除价格因素影响，实际增长 17.4%。与 2019 年上半年相比，上半年居民人均消费支出两年平均名义增长 5.4%，比一季度加快 1.5 个百分点；扣除价格因素影响，两年平均实际增长 3.2%，比一季度加快 1.8 个百分点，但低于 2019 年上半年实际增速 2.0 个百分点。其中，城镇居民人均消费支出 14566 元，名义增长 16.7%，实际增长 16.0%；农村居民人均消费支出 7464 元，名义增长 20.2%，实际增长 19.7%。

从消费结构看，上半年八大类消费支出两年平均名义增速全部实现正增长。受上年同期基数较低影响，教育文化娱乐支出和其他用品及服务支出大幅反弹。上半年人均教育文化娱乐支出增长 68.5%，与 2019 年上半年相比两年平均增长 4.1%；人均其他用品及服务支出增长 33.0%，两年平均增长 1.4%，呈现显著的恢复性反弹态势。

其中，占据居前消费支出前三项的分别是：食品烟酒、衣着消费和居住消费。

具体来看，全国居民人均食品烟酒消费支出 3536 元，增长 14.2%，占人均消费支出的比重为 30.8%；人均衣着消费支出 742 元，增长 21.4%，占人均消费支出的比重为 6.5%；人均居住消费支出 2649 元，增长 7.5%，占人均消费支出的比重为 23.1%。

从产业端来看，根据国家统计局数据，2021 年 1-6 月，全国酿酒行业规模以上企业完成酿酒总产量

2834.24 万千升，同比增长 6.80%。其中白酒 385.05 万千升，同比增长 12.82%；啤酒 1889.07 万千升，同比增长 10.25%；葡萄酒 13.57 万千升，同比增长 1.24%。去年上半年，是市场受疫情影响最严重的时期。去年上半年多家白酒企业业绩增速下滑或者放缓，由此去年白酒企业积攒了更多的动能，今年或迎来爆发期。第二季度高端稳健、次高端弹性显现白酒第二季度基本面仍然强劲，高端稳健增长，次高端弹性继续显现，高端酒消费力依旧较强，商务宴席等消费持续恢复，淡季价格持续上涨。而从企业端来看，根据白酒半年度业绩预告可以预见，白酒行业上半年业绩增长喜人。近年来酒企也在不断推动产品高端化，使其成为酒企的业绩增长引擎，由此也推高了产品消费价格。在茅台、五粮液稳固占据白酒行业第一二的背景下，洋河、泸州老窖、汾酒、古井贡酒等头部企业间的竞争越发激烈。洋河在竞争中快速调整，迎来新的发展冲击阶段，紧随其后的泸州老窖近年稳中有升。汾酒和古井贡酒则在去年突破百亿，成为酒业百亿阵营的新势力。通过财报来看，去年，茅台旗下的茅台酒的营收占全部酒类营收 89%以上，同比增长 11.91%，茅台全年营收同比约 10%，五粮液系列产品占到全部营收的 84%左右，同比增长 13.92%，全年营收同比上涨 14.37%。上述数字不难看出，高端产品的营收增长幅度几乎与酒企全年营收持平。这也是近年来酒企着力推动高端化的直接动力。

业内相关人士表示，随着中国消费者的理性回归，以及中国高端白酒的社交、投资、收藏等属性的不断走强，高端白酒市场消费扩容的同时目标性越发聚焦，这就导致拥有名酒基因的高端代表产品进一步受到市场追捧，而茅台、五粮液等老名酒的为代表的高端白酒品牌是直接受益者，这也是中国整个酒类消费集中度提升的重要表现，在业绩上反映出高端白酒占比与增长率都逐渐提高。甚至可以说，一家酒企的高端产品，决定了未来核心竞争力。

居民消费是内循环的主要构成，白酒的刚需社交价值会在下半年进一步凸显，但这同时也说明，白酒的结构性升级非常明显，带来白酒支出的大幅增长，也存在着加重消费压力的可能。（数据来源国家统计局）

责编：蒿凤

来源：中国酒业协会

会员动态

热烈祝贺枫博酒业董事长张志高同志荣获“优秀共产党员”荣誉称号！

今天是中国共产党建党 100 周年华诞，这是一个值得纪念的日子。暮然回首，感慨万千，100 年的烽火历程，100 年的风风雨雨，100 年的辉煌业绩，在中国共产党的英明正确的指引下，才有我们今天这美好的生活，我们在感慨岁月的同时怀着一颗感恩的心，希望我们的祖国繁荣昌盛，人民安居乐业。在这普天同庆的日子里，广州枫博酒业有限公司董事长张志高也带领着他所创办的企业正迈步向前走上一个新的征程，为党的百岁华诞献上一份最好礼物。

7 月 1 日，广州枫博酒业有限公司董事长张志高受邀参加广州市白云区三元里街举办的庆祝中国共产党成立 100 周年主题活动，活动中表彰了一批优秀共产党员和先进基层党组织，其中，张志高同志被广州市白云区授予“优秀共产党员”荣誉称号。

广州枫博酒业有限公司董事长张志高表示：在中国共产党建党 100 周年这个特殊的日子里，能得到这份殊荣，自己深感荣幸，它印证了我们工作的进步和成绩，同时它更是一份激励，促使我们更加勤奋与努力，去更好地完成每一件事情。它是我们今后工作的鞭策和动力，将一直勉励我们，保持积极进取的优良

传统，维护优秀共产党员的先进性，不断激发自己的潜能，持续改进、不断学习和完善自己，今后我们将更加努力，充分发挥我们中国共产党员先锋模范作用和敢于担当的政治本色，努力成为一名更加优秀的中国共产党员。

来源：枫博酒业

夜郎古全线提价，余方强：年度销售增长500%

7月1日，贵州省仁怀市夜郎古酒业销售有限公司发布通知，基于原材料价格上涨、成本增加、品牌提升和市场发展的需要，经公司董事会研究决定，自2021年8月1日起，夜郎古品牌酒全系产品招商价上调10%-20%。

据悉，今年以来，夜郎古在华东、华中、华南、西北等市场已相继取得关键性突破。1-5月，夜郎古销售已超去年全年；截至6月19日，夜郎古相较去年已经实现了300%的增长。夜郎古酒业董事长余方强透露，夜郎古2021年全年销售增长幅度预计在500%左右。

为何夜郎古会选择在这个时间节点进行价格调整，销售额半年增长300%背后，夜郎古市场优势是什么，又凸显了什么价值？

涨价的本质是稀缺

酱酒品牌宣布涨价对于经销商而言往往喜忧参半，喜的是，手中已经拿到货，且手中的货物的价值正在提升；悲的是，观望时间过长，以至于遇到酱酒品牌涨价时心中更加犹豫。

然而剖析酱酒品牌涨价的逻辑，一方面是产业链上下游整体提价，另一方面则来自于品牌提升及市场发展需要。

目前多数酱酒企业都在布局产能扩张，贵州红缨子高粱种植与酒企扩张的速度并不匹配，甚至远滞后于酱酒的高速发展，高粱价格上涨已成定局（点击链接阅读原文）。

云酒头条《疯涨的包材》一文曾调研分析（点击链接阅读原文），作为酒类包材重要品种，2021年以来，酒瓶、酒盒、酒盖等价格均有不同程度上涨，上游玻璃和纸张价格屡创新高。

从仁怀酱酒产业链上下游价格变动来看，夜郎古此举，似有提前为原材料涨价带来的风险做准备的打算。

另一方面，随着夜郎古品牌价值提升，涨价是其市场发展需求的必然结果。

中国酱酒品牌影响力TOP100榜单中，夜郎古以515.04的品牌影响力位列第28名，且随着夜郎古启动战略升级、文化升级、产品升级、模式升级、推广升级以来，其在产品、销售、市场、品牌、人才等维度均取得了突飞猛进的发展，得到了业界的广泛关注和普遍认可，品牌影响力更是在持续上升，这也为产品价格提升打开了窗口和空间。

然而以上两点都只是表面现象，业内人士认为，夜郎古涨价的真正本质，是目前酱酒市场火热，酱酒供不应求，高品质酱酒更是稀缺，需要涨价以保障产品高品质发展。

指数型增长

夜郎古最受到行业关注的还是其发展速度。

中国酒类流通协会副会长、郑州国际糖酒会组委会主任熊玉亮曾表示，夜郎古酒业正以10倍的加速度在快速成长。

从夜郎古增长曲线看，不断陡峭、保持上扬，意味着夜郎古销售增长速度正呈现指数型上涨，且增速正在大幅度提高。

销售数据扩增的同时，销售人员、销售保障也必须同等速度进行跟进，才能保持其市场长期稳定的发展活力。

据悉，目前夜郎古的销售团队正在快速扩张，已经达到300人。随着销售力量的不断增强，其与客户

数量不断增长的情况匹配更充分，足以有效保障对于客户的市场服务能力，且夜郎古新增客户基本为当地具有较强实力和网络健全的主流商家，彼此能够形成优势互补，快速完成优势产品导入，在打开市场局面的同时，实现产品的快速放量。

然而，企业影响力增强，除了市场高增速发展外，品牌文化的传输也尤为重要，北京正一堂战略咨询机构总经理、上海正品堂酱酒咨询机构董事长邵伶俐表示，做品牌化发展是味觉革命的生意，酱酒品类的整体发展，是味觉革命和价格模式的叠加效果。但是品类的长远发展必须叠加品牌，否则口味经济难以持续，酱酒轻重奢的价格，品牌建设必然以文化、艺术、视觉注入为主。

夜郎古便是这一思路的典型代表，其大单品夜郎古·大金奖在传承 2000 年夜郎文化的基础上，经过 219 道纯手工酿造工序、106 次勾调测试、49 种瓶型设计参考方案、150 天瓶身工艺雕琢才得以问世。

据夜郎古方面透露，目前夜郎古千元战略大单品夜郎古·大金奖已经成为其产品矩阵的中坚力量，销售份额占比达 57%，可见其文化传播取得成效，且已经从文化效益开始转化为经济效益。

无论是销售数据指数上升，还是销售市场格局配置发展，亦或是企业文化转换为经济效益，夜郎古都正在成为酱酒行业发展中样板。

夜郎古的长期主义

古语云，不以一时成败论英雄，行业发展亦是如此，企业短期的增长并不能判断它的成功与否，企业的长期可持续发展能力才是衡量企业价值的标准，而长期可持续发展方面，夜郎古又在饰演什么样的角色？

对于酱酒企业而言，长期发展最直接的体现是其对于品质的把控及市场运营，其次则是其对于行业长期发展的定位及做法。

品质把控方面，最直接的体现便是夜郎古的标语——“大国工匠、艺术酱香”。

余方强认为，大国工匠是一种精神。酱酒行业是一个传统的行业，我们必须要坚守传统的工艺，用工匠精神才能坚守传统工艺，而想要把酱酒精细化做到极致，就要把它当成一个作品、当成一个艺术品来看待，足见其对品质的追求。

市场运营方面，夜郎古精准面向 KOL、KOC、大 B、大 C，以及团购决策者，以中国酱香艺术体验空间为核心，通过三驾马车对用户进行深度运营，四号工程对核心决策者进行分类管理，五部罗盘不断扩展消费圈层，实现快速发展。

行业长期发展方面，有业内人士认为，未来酱酒长期发展中，产区发展意义非凡，只有形成产区意识，共同维护产区形象，助力产区良性发展的企业，才能在未来的大竞争市场中占据一席之地。

有酱酒企业家更是直言，从当前的发展情况来看，中国白酒的产区化表达已是不可抗拒的发展趋势，这既是由产业发展的周期决定，也是这一古老传统行业的自身特色所决定的。

据了解，为助力产区良性发展，今年遵义市（仁怀市）酒业协会曾提出多项举措以及举办相应活动，如严厉打击串酒，维护产区良性发展；成立遵义市（仁怀市）酒业协会、包材物流分会，红缨子高粱质量管理专家委员会等机构，保证产区产业链供给完整；举办相应推介活动，在全国宣传产区形象。

而在其中，都能够见到夜郎古的影子，可见夜郎古很早便注意到产区发展的重要性，并积极投身产区良性发展助力活动之中。

来源：云酒头条

振兴佛山非遗文化产业，打造岭南酒文化标杆

2021 年 07 月 6 日上午 10 时，佛山市文化广电旅游体育局由应如军副局长一行人莅临顺德酒厂参观指导并开展座谈会，顺德酒厂陈亮总经理、市场总监李明宇代表酒厂对市局一行人表示热烈欢迎并带领其进入生产车间进行参观。

本次参观，向众人展示了顺德红米酒非遗酿造技艺的传承与发扬，既保留传统酿酒方法，也通过科技

创新，保证产品质量的同时极大提高效率，成为岭南酒文化的独特标杆。

一众人参观生产车间后，组织开展交流座谈会，探讨顺酒发展中的优势与问题，为顺酒未来发展提出宝贵建议。

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，在实现企业发展的同时，为社会进步、粤酒振兴贡献出最大的力量。

来源：顺德酒厂企业宣传

中山市工商联合会莅临视察，大力支持永乐古窖品牌建设

7 月 6 日下午，中山市工商业联合会党组成员、副主席颜台璐等一行莅临永乐古窖文化（广东）体验中心总部进行研讨交流，并举行座谈会。宜宾永乐古窖酒业股份有限公司董事长伍倩雯携手艺达国际传媒有限公司总经理吴秋莹出席此次会议，与众位新生代企业家们进行会晤，为振兴民族品牌，建设打造本土知名企业等一系列深度问题开展探讨。

永乐古窖辉煌历史引来新生代企业家一致赞赏

在会议上，宜宾永乐古窖酒业股份有限公司董事长伍倩雯女士对永乐古窖进行介绍："永乐古窖是一家并购重组型白酒企业，在四川宜宾规划以'明代糟坊酿酒遗址'为中心，扩大园区占地面积超一千多亩。永乐古窖致力为消费者建立一个集科研、生产、灌装、销售与服务为一体的正宗五粮浓香白酒综合性体验平台，全面拓展市场，建设永乐古窖历史博物馆、展示 600 年永乐古窖酿酒文化，传承酿酒工艺向世人展示历史底蕴。坚持'老窖池老工艺老酒体'与中国明代两大古窖双导向，全面提升酒类品质，突出文化创新，挖掘与酒有关的中华特色民俗，加快酒类申请非遗"双遗产"进程，促进中外文化交流，让永乐古窖成为弘扬中国传统文化，展示中华文化魅力的一个窗口。"

中山市工商业联合会党组成员、副主席颜台璐参观体验馆后对永乐古窖抱有十分的期待："国家目前一直大力发展民族品牌，为建设文化强国努力，大力推动永乐古窖品牌文化建设，把传统文化与酒文化相结合，以酒为纽带把中华文化弘扬发展，是我们现在需要努力的方向。永乐古窖的品牌建设对中山市与宜宾市乃至全国的文化发展都具有推动作用。"

他亦表示，呼吁新生代企业家们以永乐古窖的佳酿作为纽带让当代年轻人对中华传统文化有更深刻的了解及弘扬，对于永乐古窖酒文化事业的发展给予全力的支持。同时希望永乐古窖能够将本土民族品牌做好做优，加快脚步，为民族品牌文化发展锦上添花。

老酒老窖老工艺，打造民族大品牌

永乐古窖以非遗文化复兴促进国内民族品牌发展，未来将会携手多位知名企业接班人，共同促进本土文化繁荣，在祖国愈发壮大的同时更要成为民族品牌的文化输出者，向世界看齐。永乐古窖始于 1403 年，600 年的文化积淀让永乐古窖发展的脚步更加稳健，朝着目标坚定地迈进，将永乐古窖的传承故事一直续写，让永乐古窖 600 年的酒文化持续传播，未来更要继续前进，继续酿造高质量五粮浓香白酒，传播传统酒文化，建设成为宜宾五粮浓香白酒的代表，为打造宜宾正宗五粮浓香产区贡献力量，成为宜宾的第二张白酒名片！

来源：永乐古窖酒业

石湾玉冰烧冠名的常德河街码头游船"亮灯启航"

7 月 7 日晚，石湾玉冰烧河街码头游船冠名"亮灯启航"仪式在常德河街游船码头举行。石湾玉冰烧冠名该游船项目，标志着常德石湾酒厂在取得常德市场突破以后，结合常德旅游进一步拓宽市场、提升品牌的

战略迈入新的阶段。

常德市工信局党组书记、局长卢岳宣布“石湾玉冰烧游船”正式启航。临澧县委书记陈章杰，临澧县委、县政府及相关职能部门领导，石湾酒厂集团总裁、常德石湾酒厂董事长钟长贵等领导出席活动。

据了解，河街码头游船（穿紫河游船）穿梭于河街码头与白马湖公园间，是常德夜游项目的重点内容之一，是常德城市旅游的靓丽名片。石湾玉冰烧作为省级非物质文化遗产，在临澧风土的孕育下，也逐步成为常德酒文化的杰出代表。相关媒体报道指出，石湾玉冰烧作为首家冠名河街游船的品牌，二者“强强联手”，将以“工业+文旅”点亮“醉”美常德。

活动开始前，一场大雨在河街码头不期而遇，但就在距离活动原定 19:30 的开始时间前一分钟，大雨骤停，如此巧合的节奏似乎正寓意着——石湾玉冰烧得到常德天然环境的眷顾，也呼应着石湾酒遵循天然与天机的初心。对此，有现场嘉宾就有感而发，以“初夏小暑，风调雨顺；石湾美酒，香飘河街”的称赞表达对活动开展的祝贺，对常德石湾酒厂在良好的城市环境中超越发展表示期待。

“我们相信，有了石湾玉冰烧的美酒飘香，人们更能陶醉于常德这个美丽桃花源中，享受快意人生，共享幸福美好！”石湾酒厂集团总裁钟长贵表示，常德石湾酒厂还将进一步加强品牌建设，不断融入常德城市生活，并将通过开设品牌旗舰店，开展品鉴会、打造酒饮体验场等多种方式，全面提升品牌与城市内涵的互动。

此次冠名，“石湾玉冰烧”游船装扮一新，黄紫灯带勾勒船身，品牌灯牌点缀船头，观景窗上贴上 logo，走进船舱便播放酒文化宣传片，为广大游客提供更具文化性、趣味性和互动性的游玩体验。

活动最后，与会领导嘉宾登上石湾玉冰烧游船，观赏常德夜景，共同感受石湾玉冰烧品牌文化底蕴点缀下的城市生活。

来源：广东石湾酒厂集团

梅州市五华商会总协调李卫东一行到访长乐烧酒业

7 月 15 日，梅州市五华商会总协调李卫东、常务副会长李仁安、古国兴、张翠娇、陈锦松及副会长、理事、会员等 30 多人到广东长乐烧酒业走访联谊，商会常务副会长、长乐烧总经理魏锋热情接见并参加座谈会。

魏总向商会一行介绍了公司发展相关情况，双方就商会情况、长乐烧酒文化、产业整合发展等进行了深入交流。

梅州市五华商会自 2015 年成立以来，充分发挥商会的桥梁纽带作用，团结五华商亲，凝聚五华乡情，成为协调联系各方的重要平台，为五华、为梅州的经济社会发展作出了重要的贡献。

来源：广东长乐烧酒业

全省乡村产业高质量发展推进会代表莅临顺昌源酒业调研考察！

7 月 16 日上午，省农业农村厅组织全省乡村产业高质量发展推进会一行代表莅临广州市顺昌源酒业有限公司（以下简称：顺昌源酒业）调研考察荔枝果酒生产加工销售等情况。

顺昌源酒业董事长林士莹先生对一行代表的莅临表示了热烈的欢迎，并带领大家先后参观考察了我司的前处理车间、发酵车间，储酒车间和灌装车间。

在参观的过程中，顺昌源董事长林士莹先生就公司概况、全产业链发展、科技创新、助农惠农、未来发展等五个方面向大家进行了相关介绍。

一行代表还深入询问了荔枝果酒今年的产能、工艺技术、销售情况，以及生产工艺和储存等问题，顺

昌源酒业董事长林士莹先生就相关问题进行了详细解答。

厂区参观结束后，一行代表在我司的全息体验馆进行了深度的对话，大家纷纷对我司近年来高质量的发展给予了高度的肯定和赞扬。

同时，代表们还就关于企业整体定位、转型升级、可持续发展、荔枝产业研发创新、销售渠道等多个问题进行了交流和讨论。

并表示要利用地方优势，抓住荔枝产业发展机遇，持续做优产品、做强品牌，不断增强企业核心竞争力，以高端的品牌形象、扎实的酿酒工艺和过硬的产品品质带动农业产业振兴，做大做强。

此次全省乡村产业高质量发展推进会的一行代表莅临顺昌源酒业实地考察和调研，充分体现了省农业农村厅对我司发展的关心。

未来，我司将继续稳步前行、开拓创新，促进荔枝特色产业发展，让岭南味道远销世界各地，努力为广东经济发展贡献新的力量。

来源：顺昌源酒业

未到先火？百年糊涂老酱香引发安徽经销商强关注！

白酒行业常说，“东不入皖，西不入川”。

7 月 16 日，百年糊涂老酱香 2021 全国战略市场品牌推介会将在安徽合肥举行。这是继百年糊涂老酱香在山东站、河南站取得巨大成功后的又一核心大动作。

由于徽酒板块在中国白酒版图上的特殊性，百年糊涂老酱香此次进入安徽市场，又有着更为特殊的意义。

“白纸”安徽？

那么，百年糊涂老酱香为什么走进安徽？

首先，从经济上来看，安徽处于全国经济发展的战略要冲和国内几大经济板块的对接地带，最近几年增长较快，2021 年一季度 GDP 为 9529.1 亿元，排在全国前 10 名。

其次，从人口上来看，2021 年第七次人口普查，安徽常驻人口达到 6102.71 万人，排在全国第 9 位。安徽不仅人口多，人均饮酒量与饮酒频次也大。

第三，从白酒的市场容量来看，以流通端零售价计算，2020 年安徽整体市场容量在 350 亿左右，属于白酒消费大省。同时，安徽白酒市场还在持续扩容中，给酱酒一定的市场机会。

最后，从价格带来看，安徽本土企业主要集中在次高端及以下价格带竞争，高端、次高端以上价格带，安徽市场对外来酒的开放度与包容度较高，对于酱酒来说是机会。

近年来，在酱酒全国化的趋势下，安徽的酱酒市场也迎来了蓬勃发展的趋势。酱酒军团们从中高端契入，避开徽酒的渠道壁垒，市场份额越来越大，2020 年，部分酱酒品牌增速超过 200%。

有业内人士预测，随着酱酒主流企业的进驻，2021 年下半年，安徽酱酒市场将“量变”到“质变”转变，未来数年，酱酒将成为安徽白酒市场的新势力。

“安徽的酱酒市场，不像河南那么竞争激烈，不像山东那种本土酱酒企业多，安徽的酱酒市场就是一张白纸，只要你有能力，就可以画出一幅五彩斑斓的图画。这样优质的市场，对于百年糊涂老酱香来说是势在必得的。”百年糊涂老酱香事业部总经理叶挺分析说。

由此，这场推介会在安徽召开，其实也可以称之为百年糊涂老酱香在安徽市场的上市发布会，它是百年糊涂老酱香正式进军安徽酱酒市场的起点。

长三角的“试验田”？

纵然，安徽的酱酒市场，就像一张白纸可以自由发挥，但对于百年糊涂老酱香来说，拿下安徽的意义远不止于此。

众所周知，白酒与经济有着息息相关的关系，中国有三大经济带，“京津冀”、“长三角”、“珠三角”，拿下三个经济圈，就能拿下中国白酒市场65%的市场份额。

百年糊涂老酱香本身就是“珠三角”上的一颗明星，拿下“珠三角”很是简单，因此，拿下另外两个经济圈显然很重要。

对白酒市场而言，在强大经济势能的带动下，长三角无疑有着巨大的市场容量。它是我国经济发展最活跃、开放程度最高、创新能力最强的区域，以4%的国土面积创造中国1/4的经济总量。

长三角具备了良好的经济基础，而伴随着消费升级的换挡，百年糊涂老酱香也会以长三角为跳板而迈向更大的全国化市场空间。

众所周知，安徽是长三角经济圈的腹地，作为长三角的热门省份，自然备受关注。百年糊涂老酱香此举进军安徽，是为了进军上海、江苏、浙江长三角经济圈做准备。

值得一提的是，在长三角经济圈中，安徽不论从市场容量还是经济基础，都低于其他几个成员。安徽市场的酱酒运营难度，显然大于长三角其他几个市场，对于百年糊涂老酱香来说，安徽市场就是一块“试验田”，只要做好安徽市场，就有驰骋长三角经济圈的实力。

百年糊涂携老酱香战略新品来到安徽，无疑是其实施长三角一体化战略的重要一步。

五大硬核，未到先火！

安徽是白酒上市公司最多的省份之一，与四川并驾齐驱，自然本土企业的实力不容小觑。省内“四大上市公司”都有各自的市场路径，徽酒品牌渠道之战近乎神仙打架。

近年来，徽酒在结构上移、品牌升空、品质差异化方面也做了不少努力。百年糊涂老酱香要想在这样的市场里获得一席之地，除非有更大的品质特色、更高的品牌价值。

而选择进入安徽，敢于进入安徽，百年糊涂老酱香亦有其动力和实力——强势高端品牌的品质、品牌、文化自信的内在要求。

首先，从文化上来说，百年糊涂制造业思维，与安徽的科技创新可谓是相互呼应，百年糊涂老酱香与安徽，是文化对文化的双向选择。

其次，从品牌上来说，不同与其他酱酒品牌，百年糊涂老酱香突出“老酒”+“酱酒”的概念，这本身就是高品质与竞争力的表现。

随着安徽经济快速发展和居民收入持续提高，城市新中产和商务精英群体，对高品质酱酒的商务宴请、聚饮需求日益增大。百年糊涂老酱香则是对安徽消费者追求高品质消费的一种满足。

第三，从产能上来说，百年糊涂拥有优质酱香酒贮存近3万吨，且实现年产酱香型白酒万余吨的硬实力。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。

第四，从产品上来说，百年糊涂老酱香三大战略单品，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。

这三个价格带覆盖了次高端与高端的黄金价位，错开了与徽酒的直面竞争，也避免了徽酒的渠道封锁，给经销商更多的想象空间和发挥空间。

第五，从市场上来说，百年糊涂老酱香的进入，是对安徽白酒市场的一种激励，对经销商与渠道来说，更是一种财富分配的机会。

据了解，2021年，百年糊涂老酱香将会在安徽市场进一步加大营销力度和品牌推广力度，加强优商、扶商工作。拥有“全渠道赋能”的百年糊涂老酱香各个方面的优势突出。

好的酱酒品牌，错过就不会再来。安徽市场的酱酒热度，虽然低于河南和山东，但是市场讲究一个先来后到的顺序，谁先培育，谁会受益。鉴于其在山东、河南火爆的代理势头，有部分安徽经销商在得到消息后，已经提前对接百年糊涂老酱香厂家人员，正可谓是未到先火。

7月16日，百年糊涂老酱香将在合肥元一希尔顿酒店参加中国酱酒TOP20品牌财富峰会，依托于核心产区不可复制的酿造资源、千年传承的酿造技艺，再加上独特的产品标签、丰富的资源配置和可观的渠道价值，百年糊涂老酱香将给安徽市场带来更大的期待。

来源：微酒

龙泉名品集团荣获稻花香年度 “特别贡献奖”和“最佳忠诚奖”

2021 年 7 月 17 日，酒城龙泉，千商荟萃。龙凤山下红旗迎风招展，稻花香大礼堂万众沸腾“竞与进”，稻花香 2022 全国经销商年会隆重举行，总结回顾稻花香二次创业新征程的“初试”成绩创新擘画百亿新蓝图的竞进之路。

稻花香集团党委书记、终身名誉董事长蔡宏柱，稻花香集团董事长、稻花香酒业公司董事长、总经理蔡开云等领导出席，与来自全国各地的稻花香经销商、营销人员，主流媒体共同出席本次年会。龍泉名品集团受邀出席此次盛会，并荣获稻花香 2022 全国经销商年度最高级别奖项“特别贡献奖”和“最佳忠诚奖”。

稻花香历经 40 年仍保持蓬勃发展的态势，我认为其信心和底气来自于全体稻花香人身上百折不挠的韧劲，只争朝夕的干劲，勇于开拓的闯劲。

会上，肖书记代表区委区政府表态，将一如既往的全力支持稻花香做大做强做优，为稻花香进军百亿提供强力保障。

四十年风雨，铸就辉煌；四十年奋斗，永不言退。起航“十四五”，建功新时代；进军“100”亿，奋进矗征程。昼无为夜难寐，功不成誓不休；唯有竞争多壮志，敢叫市场换新天。让我们团结起来，向着百亿——前进！

蔡开云表示，稻花香酒业过去三年销售收入和利润的平均值，分别同比增长 5.94%和 16.47%，省内市场终端覆盖率达到 90%以上，省外核心市场达到 80%以上。

辉煌成绩的取得，既需要高屋建瓴地擘画，也需要脚踏实地苦干，更需要敢于在激烈的挑战中竞争，在强强博弈的局势中拼抢的人。

集团总经理曾洋宣读《湖北稻花香酒业股份有限公司关于表彰 2021 年度优秀经销商的通报》。

集团党委委员、稻花香酒业公司副总经理陈萍宣读《中共稻花香集团委员会关于罗贤强等同志职务任免请示的批复》。

罗贤强阐述 2022 营销规划,怀揣初心、赓续使命，让前进和发展的姿态不止步。作为稻花香二次创业的参与者，面对新目标，全体稻花香人始终秉承“为美好生活酿美酒”的企业使命，传承发扬“敢冒风险、自我加压、创造机遇、超常发展”的稻花香精神。

大会现场，全新履职上任的营销团队庄严誓师，“在稻花香新时代大发展的第一年，我们庄严宣誓，敢担当，有作为，坚定‘竞、争、拼、抢’奋斗意志，贯彻‘以消费者为中心’经营理念，敢打敢拼、奋勇争先，全力以赴，坚决完成任务”，铮铮誓言引得全场人员热血沸腾，豪情壮志赋能百亿新蓝图。

在此次经销商年会上，表彰了一批敢想敢干、勇立潮头的经销商们，他们或与稻花香几十年如一日携手并肩开拓市场，或紧跟公司“131”战略步伐打造了市场榜样标杆，或是创新作为、竞进新形势开辟了营销发展新路径，为稻花香的二次创业做出了突出的贡献。

在稻花香 2022 全国经销商颁奖典礼中，龍泉名品集团不负众望，一举获得两项殊荣！

龍泉名品集团董事长温泽凯先生和副总经理王丽端女士代表企业领取了荣誉奖杯，这是稻花香集团对龍泉名品集团的高度肯定！

龍泉名品集团紧紧跟随着稻花香集团战略发展的脚步开拓前行，奖项是认可，更是责任。感恩稻花香人与龍泉人的共同奋斗的深厚情谊和双方长期深入合作的支持与认可；感恩广大客户的信任和选择；创新引领,不忘初心，在祖国繁荣昌盛的大好时代，龍泉名品集团将继续紧紧跟随稻花香集团阔步前行，共同开拓更辉煌的事业。

龍泉名品集团将坚定秉承“良心、放心、 忠心、开心、信心、创心 、虚心、热心” 的八颗心服务理念，以及“与厂家双赢”、“与客户双赢”、“与龍泉人双赢”的三个双赢核心经营理念，坚定不移地贯彻执行稻花香集团的发展规划，实现跨越式的全面突破、全面提升、全面发展。迎战“十四五”、大战 2022，让我们以竞取胜、以竞致远，携手奋进百亿新征程，开创稻花香事业更美好的明天！

来源：龙泉名品集团

淄博站 | 酱香赋能，香飘齐鲁，金沙古酒百城巡展第45站圆满成功

2021年7月26日，金沙古酒百城经销商赋能巡展第45站于山东淄博顺利举行。山东齐韵酒道文化发展有限公司总经理刘淑峰、金沙古酒山东大区销售经理窦国峰以及山东淄博区域核心终端客户、业界同仁、行业精英400余人相聚齐鲁大地，共享美酒盛宴，共品古酒酱香。

山东齐韵酒道文化发展有限公司总经理刘淑峰在致辞中提到，齐韵酒道馆与金沙古酒的合作，正是基于金沙古酒厚重的品牌历史文化和先进的企业发展理念。未来将继续与金沙古酒同心协力，合作共赢，为广大的商户朋友们提供合力共赢平台，用最优质的服务和产品回馈广大商业伙伴和消费者。

并表示，希望双方以金沙古酒“柔派酱香”为纽带，更好地整合山东资源，以中华酒文化输出为主要目的和使命，全力打造山东地区“最”受欢迎的酱酒品牌，以金沙古酒酱香，共创共赢天下！

金沙古酒山东大区销售经理窦国峰就当前酱酒行业现状与现场来宾们进行了深入的分析及分享。同时提到，金沙古酒近2年的飞速发展，离不开各位合作伙伴的陪伴与支持。未来，金沙古酒将以四大赋能全新战略布局，携手淄博以及山东市场众多合作伙伴们制定特色的营销策略，带给齐鲁大地浓厚的酱酒文化体验。

产品推介环节，通过品质对比、产品布局、产品营销战略等全面解析，结合现场有趣的品鉴互动，让在场嘉宾们对金沙古酒的产品品质有了全方面的认识，加强双方合作共赢决心。

五湖故友逢，四海古酒醉。欢言得所憩，美酒聊共挥。晚宴环节，金沙古酒以酒会客八方好友，现场歌舞升腾，惊喜连连。欢声笑语中，众人留下了满载而归的美好回忆，为本次巡展淄博站落下圆满句号。

酱酒大风起，伙伴齐飞扬。金沙古酒将步履不停，持续奔跑！

下一站，精彩继续！

来源：金沙古酒酒业

擦亮200年品牌标签，远航酒业“双剑”扛旗粤酒振兴

文 | 千树

7月28-30日，广州国际名酒展落地广交会展馆。追逐着酒业最热门话题，广州国际名酒展除了广邀各地名酒参展，还邀请到了行业大咖、专家预判市场新变革，把脉行业新动向。

作为米制白酒龙头企业，远航酒业携旗下九江双蒸与领粤“双剑”出展，并喊出以己任振兴粤酒，引起行业强烈关注。

顺时应势，米制白酒不再“沉默”

当前，白酒行业已经从增量竞争转变为存量竞争，市场将从此前的分割战场转变为全局体系化竞赛，行业格局如何演变也成为本届名酒展热议的话题。

在浓香主导、酱香强势、清香复兴的大背景下，整个白酒行业正进行新的一轮升级。与浓香、酱香、清香有着同样的行业地位，米制白酒历史悠远，很多专家学者甚至公推其为中国白酒的起源酒。

在新一轮消费结构升级背景下，多元化、个性化意识的崛起和强化，使得消费者对白酒香型的消费需求也在逐渐发生变化，也让米制白酒这一低调的“王者”越来越受到现代消费者的青睐。

米制白酒的复兴，首先得是龙头品牌的价值回归。

始创于清朝道光初年，迄今已有200年历史，九江双蒸酒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，远航酒业也成为我国米制白酒生产、出口量位居前列的白酒企业之一，其连续4年蝉联华樽杯中国米制白酒品牌价值榜、广东白酒品牌价值榜第一名，品牌价值达134.56亿元。

“双剑”出鞘，远航扛旗粤酒振兴

名酒展上，广东远航酒业集团董事长关正生透露，远航酒业将扛旗粤酒，一是占位粤酒龙头地位；二是扩大在行业内的影响力，为粤酒走出广东、走向全国进行铺垫。

始于1821年，九江双蒸就伴随岭南人走南闯北。从扎根岭南，到走红全球，九江双蒸以200年的历史文化，独树一帜的双蒸工艺，奠定粤酒行业品质，树立粤酒文化品味。

曾经在很长一段时间里，九江双蒸酒是全国出口量最大的白酒。1980 年，九江酒厂年出口量为3500—4000 吨，产品销往港澳、东南亚一带，以及美国、英国、瑞士、澳大利亚、加拿大、德国等国家，以致九江双蒸被广东人称为“出口九”。

“从广东文化到岭南文化，再到改革开放文化等，这种敢为天下先的拼搏精神不仅融入企业，也融入产品，形成共鸣，提供消费者动力。”关正生表示，九江双蒸的产品对于岭南的消费者具有强烈的地域情结和感情上的共鸣，远航酒业将始终以广东文化扛旗者角色进行粤酒推广，并以此为己任。

值得注意的是，为更好地打响粤酒名片，在200周年之际，远航酒业推出全新的高端米制产品“领粤1821”。以“高端粤酒配粤菜更舒适”为全新价值主张，“领粤1821”与“九江双蒸”开始在业内高调亮剑，协同引领粤酒振兴。

相比于浓香、酱香与清香型白酒的百花齐放，米制白酒主要偏安于华南一隅。在多元、低度、个性、健康消费崛起的今天，主动喊出并肩负粤酒振兴、做大米制白酒的重任，“领粤 1821”与“九江双蒸”迎来发展新课题的同时，也打开了更大的发展空间。

来源：微酒

银宽酒业2020财年总结大会暨优秀员工表彰大会圆满召开

7月30日，银宽酒业2020财年总结大会暨优秀员工表彰大会如期举行，会场主场设置在银宽总部以及部门的32个分会场召开。受疫情影响，响应政府号召，本次大会依然采取线上线下“云会议”的形式召开。

会议现场氛围隆重，下午一点四十分许，大会主会场和32个分会场人员陆续到场签到，各分会场并激情洋溢地喊出口号：以人为本，以酒为业，不改初心，不负使命，只卖好酒，好好卖酒。

14:25分大会正式开始，会议由银宽公司存世留香连锁副总经理刘晓姝主持并宣布会场纪律及大会流程。

营销中心总经理谢建梭对营销中心全年的工作完成情况进行了回顾，对团队过去一年的工作给予高度肯定。并从团队体系、品牌拓展、渠道管理、市场检核等方面进行总结，同时也对2021新财年营销中心的工作开展从深化改革、供应链打造等方面进行了详细的规划和目标确立。

财务部总监舒花从公司财务角度，对2020财年各部门的费用完成进行总结，分别对过去一年中完成较佳和不理想的费用项目进行分析点评并对新财年的财务工作进行展望和作出要求。

企业管理部总监陶端永分别人事制度、市场督查、后勤保障等方面进行了详细总结，并对年度过程中出现的问题点进行分析点评，最后对新财年的重点事项进行了具体规划。

银宽酒业董事长谢宝发表公司年会致辞。致辞中，董事长对过去一年全体员工取得的成绩和付出表示感谢，同时也对即将受表彰的优秀同事及部门表示祝贺！未来公司的发展和改革转型，董事长提出围绕“转机制，变体制”进行公司上层架构的全面调整，以适应未来发展的需求；逐步完善和实现项目负责制的利益分享机制。并分别从六个方面进行详细规划和方向指引，同时也对2021新财年的工作做出具体要求，对银宽全体员工提出更高的工作标准和要求。新开局之年，全体银宽人一起携手并进，再创新的辉煌！

大会进入鼓舞人心的环节——2020 财年年度优秀员工颁奖：公司的发展离不开全体员工的共同努力和付出，更离不开优秀员工、优秀团队的模范带头作用，经过各部门和公司评层层评选，本年度共评选出优秀个人110人、优秀主管13人、优秀经理11人、优秀副总1人、特殊贡献奖1人、杰出贡献奖1人，优秀团队5个。

逆势有担当，未来共分享！新财年，新目标，期待银宽酒业的未来会更加辉煌！

来源：银宽酒业

广东粤强酒业向河南慈善总会捐款 100 万元支援防汛救灾

近日来，河南遭遇大范围极端强降雨，郑州等城市发生严重内涝，造成重大人员伤亡和财产损失，灾情深深牵动全国人民的心。国家多部门贯彻落实党中央、国务院的决策部署，组织专业力量，调集资金和物资，全力支援河南抢险救灾。一方有难，八方支援。洪灾无情，人间有爱。

面对突发灾情，广东粤强酒业向河南慈善总会捐款 100 万元。“防汛抗洪，驰援河南”，我们也伸出援手，奉献一份爱心，帮助河南人民战胜困难，尽快恢复生产生活秩序，重建美好家园。

河南是全国粮食生产大省，也是白酒消费大省和白酒生产大省。粤强酒业在河南有许多合作伙伴和客户朋友，他们长期以来给予我们很多帮助支持，今天他们遇到了困难，我们应当伸出援手帮助他们，风雨同舟，共度难关。在汶川、雅安地震等灾情中，我们也一直都在捐款捐物。粤强酒业已持续十五年来坚持做公益事业，救助孤寡老人、精准扶贫、捐资助学、救灾助困，我们捐款和捐助物资，承担企业的社会责任。

我们相信，在党中央国务院的坚强领导下，众志成城，携手防汛抗洪，一定能早日夺取防汛减灾的胜利！

来源：广东粤强酒业

免费换货，捐款 100 万元，小糊涂仙酒业在行动！

近日，一场突如其来的大雨席卷河南，并造成了大型洪涝灾害，大量临街商铺被淹，更让不少小糊涂仙酒业的合作伙伴损失惨重。

自灾情发生以来，小糊涂仙酒业时刻关注灾区动态，积极联系各方资源，筹备物资并联系物流车辆，安排专人将物资送往灾区。在了解到合作伙伴们因灾情原因造成大量物资损坏后，小糊涂仙酒业于 7 月 30 日派代表赴往一线，向河南的经销商、分销商、员工和家人致以诚挚慰问，并统计各合作伙伴的损失及影响情况，为其受损酒品提供无偿换货服务。

在“河南灾情”发生的第一时间，小糊涂仙酒业就已采取行动，通过向河南省郑州市红十字会捐款 100 万元人民币，为救灾物资采购、灾后重建等工作添一份力量。同时，发布《致河南合作伙伴们的一封信》，主动向合作伙伴承诺：在灾情中受损的产品库存，均可无偿换货，与广大合作伙伴携手攻克难关。

一方有难，八方支援。小糊涂仙酒业自成立以来，始终以酒为媒，坚持传播中华优秀传统文化，并积极推动企业为公益事业发声。在灾情面前，更是以实际行动践行大国企业担当。

我们相信，暴雨肆虐，敌不过众志成城；艰难险阻，挡不住万众一心。在赢得抗洪救灾的道路上，让我们携手同行！一起为河南加油！

来源：小糊涂仙酒业

古越龙山胡志明荣获轻工“大国工匠”荣誉称号

日前，由中国轻工业联合会、中国财贸轻纺烟草工会共同组织的轻工“大国工匠”评选活动出炉，全国轻工行业共有 60 位优秀匠人入选。浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司副总经理、绍兴女儿红酿酒有限公司董事长胡志明荣获轻工“大国工匠”称号。

这是继 2006 年胡志明被中国酒业协会授予全国黄酒行业首个“中国酿酒大师”称号后再获殊荣。这是黄酒集团的骄傲，更是整个绍兴黄酒行业的骄傲！

1981 年，18 岁的胡志明进入绍兴市酿酒总厂（即浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司前身），从此与黄酒结缘。历经 40 载，胡志明从一名普通技术人员，成长为浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司副总经理，绍兴女儿红酿酒有限公司董事长，中国酿酒大师，国家级资深黄酒评委，浙江省首席技师、浙江工匠、“绍兴黄酒酿制技艺”省级非遗代表性传承人。

黄酒，是中华国酿，绍兴，是黄酒故乡。绍兴酒独一无二的品质，既得益于江南绍兴的自然环境和优质原料，更是精湛的酿酒技艺所致：八月做酒药、九月做曲麦、十月做淋饭、立冬开酿（投料发酵），独特的复式发酵工艺、长达 90 余天的发酵时间、长时间的存贮……千百年来，绍兴酒酿制技艺通过一代又一代酿酒技师口授心传，不断创新、精益求精，日臻完善。

来源：古越龙山

新加入会员名单

理事单位：广东六六旺酒业有限公司

广东六六旺酒业有限公司，成立于 2021 年 1 月，注册资本 500 万人民币。主要是一家以出品酱香白酒及代理知名品牌酱酒为主的公司，与贵州茅台镇酱酒核心产区一家实力雄厚、品质稳定的大型酒厂深度战略合作，共同创立了自主品牌即“凯六六酱酒”，产品系列包含“六六福”、“六六顺”及“六六旺”，代理品牌有国台、钓鱼台等国内知名品牌。

以“凯旋而归，六六大顺”为精神内核，定位高端酱香型白酒。六六旺酒业出品之酱酒均产自中国酒都茅台镇酱香酒核心产区，具有得天独厚的自然地理条件，选用本地优质红缨子糯高粱、小麦、赤水河水为原料，严格遵循传统酱香酒古法酿造工艺生产。精工细作，岁月窖藏，历久弥香、血统纯正，品质卓越。

六六旺酒业品牌使命：引领人们健康饮酒，享受健康，享受自由，力求与消费者达成共鸣。品牌价值观：健康、快乐、成长、诚信、坚持、利他，公司的经营理念是：稳健经营，持续成长，量身订制，匠心臻品。

六六旺酒业已规划于 2021 年在广东东莞道滘镇设立华南酱酒批发基地，占地面积 8 亩，规划年产销 2 万吨酱酒的规模。项目核心：凯六六酱酒华南地区产、销、储一体的大型批发中心，除了基酒生产任务外的所有酱酒业务。六六旺酒业旨在提高营销水平和市场运作效率，在传统招商、圈层营销的基础上进一步锁定中高端消费人群，做实做深“传统酱香”课题，占位“传统酱香的引领者”!

地址：广东省东莞市厚街镇厚街大道东 13 号 109 室

电话：18038398223

理事单位：贵州京匠梦想酒文化传播有限公司

贵州京匠梦想酒文化传播有限公司，成立于 2017 年，属贵州彩石梦集团旗下的独立子公司，在全国范围内专营“京匠”品牌属酱香型白酒。公司位于省会城市贵阳市双龙港区太升国际，办公面积 2600 多平方米，员工近百人，拥有各类专业技术人才 18 人，销售团队 60 余人。公司成立以来，每年都能超额完成习酒公司下达的销售任务，连续两年荣获茅台集团习酒公司“优秀经销商”称号，并挤身贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司全国经销商销售排名前三。公司始终秉承“诚信”原则，恪守“质量是生命”铁律，

坚持“敬业、尚艺、专注、创新”为发展动力，在创新中发展，在发展中提升。

地址：贵州省贵州市光明区双龙航空港经济区机场路 9 号龙洞堡电子商务港一期项目 B 栋 1 单元 15 层 1 号

电话：08511-8392999

理事单位：广州臻品荟跨境供应链有限公司

本公司为广州臻品荟跨境供应链有限公司，成立于 2008 年，是一群酷爱葡萄酒及其文化，希望将它们作为一生事业的人们组成的工作团体。

本公司是一个以进口、销售国外葡萄酒为主、经营各种葡萄酒配套用具为辅的专业公司，本公司目前具备法国、西班牙、意大利、澳洲、南非、阿根廷、智利、德国、葡萄牙、奥地利、苏格兰、中国等多国的葡萄酒销售，选取的葡萄酒与酒庄直接对接，进口直供，合作商能拿到一手价格，相对酒类行业的葡萄酒性价比更高，本公司经过品酒师专业培训，挑选葡萄酒请选择我们，我们在浩如烟海的世界葡萄酒佳酿中，努力寻找与与甄选部分适合中国消费者的好产品来满足大家不同的需求。同时提供合适的配套用具，以便大家更好地品尝美酒。

自 2008 年成立以来，本公司一直严格遵守国家法律法规，坚持依法经营。坚持以诚信经营为本，积极参与放心酒工程。积极履行社会责任，致力成为社会期待存在的企业。竭尽全力为客户提供优质产品与真情服务，赢得顾客与社会的信赖.

本公司始终坚持贯彻科学发展、可持续发展的理念，加强推行先进的经营管理模式，确保本公司绩效不断有新提高，保持在当今激烈的市场竞争中的优势地位。一直保持着优秀的企业文化，坚持以人为本，并致力于打造优秀团队，坚持推行独立创新的先进理念，不断提高企业经营管理的绩效。

地址： 广东省广州市海珠区沥滘振兴大街 10 号自编 5 号楼

电话：020—38276567

理事单位：厦门酒行家进出口有限公司

厦门酒行家进出口有限公司，拥有强大的国际品牌供应商，资源丰富的供应链采购经验，与全国 1000 多家品牌代理经销商构建了长期战略合作关系，致力打造最受中国消费者的洋酒品牌。

亚太区独家代理庞雅 XO,全球首款雅文邑 XXO-----庞雅 XXO 雅文邑销量第一品牌−克雷德 CLes Des Ducs

酒行家荣誉：

法国授勋雅文邑最高荣誉火枪手

厦门市酒类销售行业协会副会长

中澳友好发展协会理事

厦门名酒流通协会常务理事

厦门市食品行业商会理事单位

分公司：

江苏酒行家供应链有限公司

厦门酒行家进出口有限公司龙岩分公司

泉州酒行家进出口有限公司

深圳玖行家进出口有限公司

地址：福建省厦门市湖里区保税区自贸时代广场 2 号 204A 单元

电话：0592-5517610

理事单位：佛山市金澳酒业有限公司

佛山市金澳酒业有限公司，创始于 2006 年，是一家专业代理进口葡萄酒的一级进口商，主要致力于法国、意大利、西班牙、智利和澳洲等众多知名酒庄的优质葡萄酒及其文化的推广。所售酒品皆原装原瓶进口，质量上乘，价格极具竞争优势。并且为了更好的进行葡萄酒文化推广，金澳酒业更与英国 WSET 合作提供初级、中级及高级品酒师培训课程，为葡萄酒行业人士及爱好者提供更好的葡萄酒学习平台。

本公司自成立以来，本着“质量第一，诚信为本”的经营宗旨，高起点，高标准，以专业化为原则走精品之路，积极拓展市场，不断提高服务质量，在同行中享有良好的声誉。我们拥有经验丰富的营销团队和完善的售后服务体系，欢迎全国各地的各级代理商来经销我们的产品。金澳酒业愿与各位同行携手奋进，为让消费者喝上更好的葡萄酒而不懈努力！

地址：佛山市禅城区发展大厦 13 层 E 室

电话：13326732263

理事单位：融汇仓储服务（北京）有限公司

融汇公司成立于 2013 年 12 月，下属融汇仓储服务（北京）有限公司、融汇仓储服务（广州）有限公司、融汇物流（广州）有限公司，注册资金总规模 1500 万元。现有员工 55 人，致力于为酒水及食品行业提供专业服务。主营业务包括国际国内物流运输、保税及清报关业务、恒温仓储及分拨业务、跨境电商及普通电商服务、会展服务、包装加工等六大类。与国内外数千家进口商、展商、培训教育机构、专业媒体、行业协会合作，在业内享有较高的知名度和美誉度。

融汇公司目前在北京、广州两地共计拥有 15 万㎡+的多温区仓库，服务主体为酒水及食品类企业，范围包括国内及海外食品加工、葡萄酒及烈酒生产企业、进口商、代理商、经销商、电商平台等。为精准服务葡萄酒行业提供零下 30 度零上 30 度的防冻害及耐高温包装解决方案，同时提供换贴标签、真空覆膜、蜡封、换箱包装等服务。系统对接 50 余家主流电商平台，为酒水电商打造的包装生产线，达到日均 20000 个包裹，批量作业达到 50000 个包裹的分拣包装能力。与国内 1000 多条物流专线，多家快递公司合作，可为客户提供一户多地、多仓联动的智慧物流服务。融汇公司至今已经累计服务客户数十万家，存储运输总量达数十万吨之多。

公司将运用现代化管理手段，在企业文化与团队建设、系统应用与生产流程、质量管控等方面不断探索和提升，致力于打造服务行业的先进型企业。

地址：北京朝阳区青年路西里 3 号院国美第一城 5 号楼 2 单元 B2 层

电话：010-85583858

理事单位：张裕公司广东营销中心

烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司，前身即张裕酿酒公司，由著名爱国侨领张弼士在 1892 年创立，是中国第一家工业化生产葡萄酒、白兰地的企业。经过一百多年的发展，张裕已经发展成为中国乃至亚洲最大的葡萄酒生产经营企业。1997 年和 2000 年张裕 B 股和 A 股先后成功发行上市，2002 年 7 月，张裕被中国工业经济联合会评为"最具国际竞争力向世界名牌进军的 16 家民族品牌之一"。

张裕广东营销中心是烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司下属分支机构，主要承担白兰地、葡萄酒等系列产品在广东省和海南省区域的销售、推广工作。中心自 2005 年成立以来，张裕白兰地、葡萄酒产品在广东区域的销售额实现了大幅增长，尤其是广东白兰地，对全国白兰地的发展起到了举足轻重的作用。

2019 年，由公司推出的高端白兰地产品——可雅白兰地正式在广东发布上市，以媲美国际高端白兰地的优异品质和符合中国消费者口感的独特风味，受到了广大消费者的喜爱和追捧，成为广东酒水市场上一支民族品牌的重要力量。公司高层领导十分重视广东市场，多次到广东市场进行调研，并参加了多场针对高端消费群体的大型品鉴会，为可雅白兰地在广东市场的发展提供了坚实后盾。目前，可雅白兰地已完成了在广东全省的布局，并在东莞、广州、佛山等城市获得重要突破，未来发展潜力无限。

地址：广州市海珠区滨江东路 835 号珠江广场水岸卫城 B 幢 2504 室

电话：020—34254346

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

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