

广东酒业简讯

第 216 期

(2021 年 第 10 期)

广东省酒类行业协会秘书处编

2021 年 11 月 9 日

【本期摘要】

- ☆ 10 月酒类商品电商价格统计表
- ☆ 前三季度酒行业总体“量利齐升”，能否成全年业绩风向标？
- ☆ 2021 年 1-9 月中国啤酒进出口数据
- ☆ 利美酒业走进大美新疆 探访醉美天塞酒庄
- ☆ 百年糊涂体验式专卖店在佛山盛大开业！
- ☆ 龍泉名品集团荣获“优秀顾问奖”，董事长温泽凯连任劲牌公司营销委员会委员！
- ☆ 多路客户密集组织“回厂游”活动
- ☆ 重阳下沙，谱写心悠然故事的新篇章
- ☆ 容大品牌价值向 80 亿元跃进 酱酒陈酿新品重磅首发
- ☆ 夜郎古荣膺“中国酱酒卓越企业”殊荣！
- ☆ “全民酒仓”品牌佛山授权仪式圆满成功！
- ☆ 习酒进名企 | 携手广兴湖酒业走进三棵树·大禹九鼎公司
- ☆ 单日新签门店破 2700 家！潭酒“组合拳”出击广东酱酒市场！
- ☆ 运动中感受乡村魅力，红荔带你走进“美丽上华”
- ☆ 全国主流媒体宜宾白酒产区行启动仪式圆满成功，伍倩雯董事长致辞
- ☆ 藏古纳今出席 2021 全球老酒节
- ☆ 全球瞩目，粤酒担当！九江双蒸 200 周年品牌盛典举行
- ☆ 执行会长王富强拜会湛江酒协会会长文华喜
- ☆ 陈太吉酒庄迎来多国领事馆官员体验佛山非遗，品味粤酒醇香
- ☆ 过江龙，为《乡见未晚》撑腰！

本期目录

行业信息.....	3
10月酒类商品电商价格统计表.....	3
前三季度酒行业总体“量利齐升”，能否成全年业绩风向标？.....	3
2021年1-9月中国啤酒进出口数据.....	5
协会动态.....	5
10月协会活动简讯.....	5
热点关注.....	7
“双碳”时代白酒产业发展方向的思考.....	7
二线酒企“谋位”战 谁将胜出？.....	9
会员动态.....	11
利美酒业走进大美新疆 探访醉美天塞酒庄.....	11
百年糊涂体验式专卖店在佛山盛大开业！.....	12
龍泉名品集团荣获“优秀顾问奖”，董事长温泽凯连任劲牌公司营销委员会委员！.....	12
多路客户密集组织“回厂游”活动.....	14
重阳下沙，谱写心悠然故事的新篇章.....	14
容大品牌价值向80亿元跃进 酱酒陈酿新品重磅首发.....	15
夜郎古荣膺“中国酱酒卓越企业”殊荣！.....	16
“全民酒仓”品牌佛山授权仪式圆满成功！.....	16
习酒进名企 携手广兴湖酒业走进三棵树·大禹九鼎公司.....	17
单日新签门店破2700家！潭酒“组合拳”出击广东酱酒市场！.....	18
运动中感受乡村魅力，红荔带你走进“美丽上华”.....	20
全国主流媒体宜宾白酒产区行启动仪式圆满成功，伍倩雯董事长致辞.....	21
藏古纳今出席2021全球老酒节.....	21
全球瞩目，粤酒担当！九江双蒸200周年品牌盛典举行.....	22
执行会长王富强拜会湛江酒协会会长文华喜.....	24
陈太吉酒庄迎来多国领事馆官员体验佛山非遗，品味粤酒醇香.....	24
过江龙，为《乡见未晚》撑腰！.....	24
新加入会员名单.....	25

行业信息

10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		1199	1109	1099	1169
500ML 52度剑南春水晶剑		474	469	468	448
500ML 50度古井贡酒年份原浆（古5）		165.75	185	无	163
500ML 52度泸州老窖特曲		368	373	328	349
480ML 52度天之蓝		394	379	450	379
500ML 53度红花郎十年陈酿		409	无	469	459
500ML 53度汾酒青花 20 年		539.6	508	无	428
500ML 43度石湾玉冰烧洞藏二十		598	无	无	无
480ml 40度九江十二坊		218	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		1618	无	1839	1639
700ML 轩尼诗 VSOP 干邑白兰地		464	无	547	430
700ML 蓝带马爹利干邑白兰地		1349	无	1336	1449
700ML 人头马 X0 特优香槟干邑白兰地		1418	无	1678	1498
700ML 人头马 VSOP 特优干邑白兰地		398	无	477	397
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）

前三季度酒行业总体“量利齐升”，能否成全年业绩风向标？

10月18日，国家统计局发布数据显示：1-9月份，社会消费品零售总额达318057亿元，同比增长16.4%。其中，1-9月烟酒类零售总额3430亿，同比增长25.8%；烟酒类9月份零售总额490亿，同比增长16%。

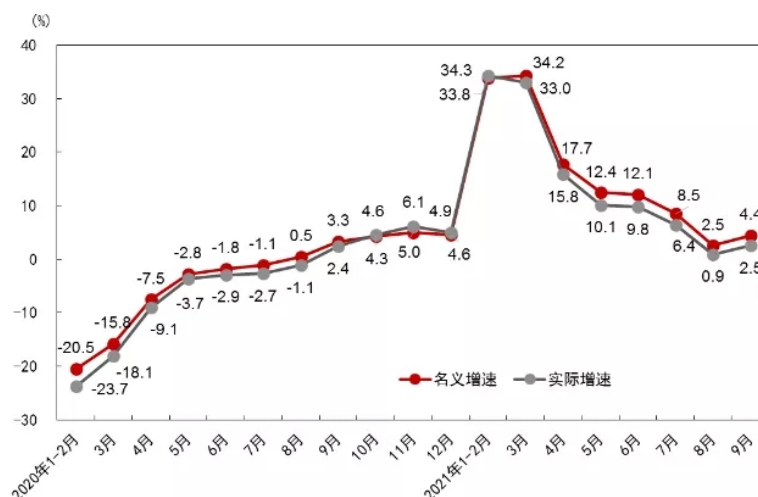


图 2020年以来各月社会消费品零售总额增速

从总体上看，酒类消费克服了今年几轮次的疫情影响，表现出较强的韧性，特别是在旅游、餐饮业持续低位运行，暑期旅游受疫情影响，未能恢复到正常状态的情况下，烟酒类零售消费的增长水平，可谓难得可贵。从时间上看，今年时间周期已经过半，全年仅余 2 个月左右，消费旺季的各种节目已经基本渡过，此时的行业业绩数据基本可以管窥大势，看出全年预期。从此前公布的行业数据可见：今年 1-9 月，全国规模以上企业酿酒总产量 4238.21 万千升，同比增长 3.30%。其中白酒产量 501.17 万千升，同比增长 6.51%；啤酒产量 2924.13 万千升，同比增长 4.11%；葡萄酒产量 18.67 万千升，同比下降 6.97%。笔者对比去年同期数据发现，除葡萄酒外，今年 1-9 月白酒、啤酒产量都从下降转为增长，这种产量增长态势，在近年来并不多见，尤其是白酒，虽然 3.3% 的增幅并不算大，但在近年来持续呈现“量减利增”的大背景下，这种双增长现象仍显难得。未来的四季度能否保持势头，仍有待观察。结合上半年酿酒行业销售收入 4691.2 亿元，同比增长 19.16%；行业产品利润总额 1084.2 亿元，同比增长 29.39% 左右的数据，可得出如下结论：今年前九个月，行业总体呈现出积极向好的增长态势。目前已经公布的酒类上市公司三季报的数据，也大多佐证了这一结论：

贵州茅台

前三季度实现营业收入 746.42 亿元，同比增长 11.05%；净利润 372.66 亿元，同比增长 10.17%。其中，三季度实现营业收入 255.55 亿元，同比增长 9.86%；净利润 126.12 亿元，同比增长 12.35%。笔者另外获悉，习酒公司截至 9 月 30 日，已完成营业收入 97.31 亿元。

酒鬼酒

前三季度营业收入为 26.4 亿元，同比增长 134.20%。归属于上市公司股东的净利润为 7.2 亿元，同比增长 117.69%。其中第三季度实现营收 9.26 亿元，同比增长 128.66%；净利润 2.1 亿元，同比增长 43.43%。

舍得酒业

前九个月实现营业收入 36.07 亿元，同比增长 104.54%；净利润 9.60 亿元，同比增长 233.1%。

青青稞酒

1-9 月实现营业收入 8.33 亿，同比增长 52.50%，净利润 8536.61 万，同比增长 232.74%。第三季度营业收入 2.54 亿，比上年同期增长 32.05%，净利润 1015.39 万元，同比增长 134.72%。

金徽酒

前三季度实现营业收入 13.41 亿元，同比增长 28.31%；净利润 2.43 亿元，同比增长 53.08%。三季度实现营业收入 3.70 亿元，同比增长 10.65%；净利润 0.56 亿元，同比增长 44.31%。

黄酒企业古越龙山

前三季度实现营收 10.98 亿元，同比增长 27.75%；净利润 1.28 亿元，同比增长 48.53%。三季度实现营

收 3.34 亿元，同比增长 19.16%；净利润 0.39 亿元，同比增长 110.39%。

啤酒企业珠江啤酒

前三季度实现营业收入 37.18 亿元，同比增长 6.02%；净利润 5.95 亿元，同比增长 17.69%。其中当季实现营业收入 15 亿元，同比增长 0.02%；净利润 2.84 亿元，同比增长 9.54%。

酒类销售平台华致酒行

前三季度实现营业收入 59.71 亿元，同比增长 62.25%；净利润 5.8 亿元，同比增长 81.33%。其中三季度当季实现营业收入 20.17 亿元，同比增长 53.08%；净利润 2.14 亿元，同比增长 100.54%。

来源：中国酒业杂志

2021 年 1-9 月中国啤酒进出口数据

2021 年 9 月，中国进口啤酒 4.342 万千升，同比下降 4.8%；金额为 4.0387 亿元人民币，同比持平。

2021 年 1-9 月，中国累计进口啤酒 40.191 万千升，同比下降 14.2%；金额为 34.4195 亿元人民币，同比下降 9.9%。

2021 年 9 月，中国出口啤酒 3.564 万千升，同比下降 0.7%；金额为 1.5013 亿元人民币，同比下降 9.3%。

2021 年 1-9 月，中国累计出口啤酒 32.166 万千升，同比增长 13.5%；金额为 13.6923 亿元人民币，同比增长 10.8%。

来源：中国国际啤酒网

协会动态

10 月协会活动简讯

2021 年 10 月 8 日下午，会员单位：安徽口子窖营销有限公司副总经理张百举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 10 月 8-9 日，由协会主办的 2021 白酒品酒技能训练班在广州金城宾馆举行，共有 100 多人参加。

2021 年 10 月 10 日上午，中国酒类流通协会秘书长秦书尧一行到广东酒协调研。下午，彭洪会长陪同秦书尧秘书长到嘉度美酒汇等酒企调研。

2021 年 10 月 10 日下午，葡萄酒分会秘书长陈泳拜访会员单位：颐雅（广州）贸易有限公司，受到总经理宋芷欣和公司员工的热情接待。

2021 年 10 月 12 日，“葡萄酒市场新风口出现，传统酒商如何应对”会员日主题活动在广州举行。本次活动共有 40 多人参加。

2021 年 10 月 12 日，“老平坝酒·企业家交流会”在广州成功举办，彭洪会长，泸州千年酒业董事长、贵州省平坝酒厂有限责任公司老平坝事业部董事长李德军及董事长夫人张蓉波，老平坝事业部营销总监易小刚等共 20 多位企业家出席交流会。

2021 年 10 月 13 日下午，理事单位：广东明珠珍珠红酒业有限公司黄昱翀总经理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 10 月 19 日，“老平坝酒·企业家交流会”（佛山站）在佛山南海假日酒店举办，泸州千年酒业董事长、贵州省平坝酒厂有限责任公司老平坝事业部董事长李德军，老平坝事业部营销总监易小刚，佛山市酒协夏凤池副秘书长等共 20 多位企业家出席交流会。交流会由秘书长陈兴武主持。

2021 年 10 月 19 日下午，副会长单位：广东开云酒业有限公司总经理谢志荣携协会秘书处工作人员，走访了理事单位：佛山市蓝蒂奇迹酒业有限公司、佛山市金澳酒业有限公司。

2021 年 10 月 19 日下午，葡萄酒分会秘书长陈泳，副会长单位：广州十六区酒业有限公司总经理彭静，拜访理事单位：佛山市腾澳文化传播策划有限公司，受到总经理何茗君和公司员工的热情接待。

2021 年 10 月 21 日，葡萄酒分会秘书长陈泳拜访副会长单位：广东笑傲江湖酒业有限公司（全民酒仓）常平店，受到香校祺董事长及公司员工的热情接待。

2021 年 10 月 22 日，2021 白酒品酒技能训练班（第二期）在秘书处会议室举行，本次训练班主要以白酒品评基础知识和品评技巧，以及各香型白酒的风味特点，品评基本方法等，共有 20 多人参加。

2021 年 10 月 22 日，理事单位：梅州市佳和酒道会馆总经理陈荣芳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 10 月 25 日，彭洪会长拜访理事单位：贵州宋代官窖酒业销售有限公司，受到贵州酒中酒集团董事长曹本强的热情接待。

2021 年 10 月 28 日，“老平坝酒·企业家交流会”（东莞站）在东莞宏远酒店成功举办，泸州千年酒业董事长、贵州省平坝酒厂有限责任公司老平坝事业部董事长李德军及董事长夫人张蓉波，广东省酒协秘书长陈兴武，东莞市酒协秘书长蔡建发，老平坝事业部营销总监易小刚等共 20 多位企业家出席交流会。

2021 年 10 月 28-29 日，2021 广东省酒类行业“九江双蒸杯”白酒品酒师职业技能竞赛（决赛）在广州举行。共有 80 多人参加本次大赛，最终决赛成绩经裁判组组长白卫东及 5 位裁判员严格打分，经过大赛组委会的最后评定，梁杰宏等十位同志获得本次大赛前十名。

来源：广东省酒协秘书处

“双碳”时代白酒产业发展方向的思考

2020年9月22日习近平总书记在第七十五届联合国大会一般性辩论上宣布双碳目标：“中国将提高国家自主贡献力度，采取更加有力的政策和措施，二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和”，并在2021年9月21日第七十六届大会上重申这一目标。

国家重要发展战略：“碳达峰”、“碳中和”“双碳”目标的宣布彰显了中国积极应对气候变化、走绿色低碳发展道路、推动全人类共同发展的坚定决心。这向全世界展示了应对气候变化的中国雄心和担当，使我国从应对气候变化的积极参与者、努力贡献者，逐步成为关键引领者。

“双碳”目标的提出提升了我国“可持续发展”战略高度，明晰了绿色发展的要求，将“低碳”、“零碳”发展确定为我国未来数十年内社会经济发展的主基调之一。作为世界上最大的能源生产国和消费国，自中国明确提出“双碳”目标以来，中国关于“双碳”目标的“时间表”与“路线图”就一直备受海内外观察人士关注。我国具备实现碳达峰、碳中和目标的良好基础，但也面临巨大挑战，如何仅用30年时间实现“碳达峰”到“碳中和”是国内各行各业需要深入探讨、共同努力的目标。

碳排放权交易市场建设是实现“碳达峰”、“碳中和”的重要政策工具。利用市场机制控制和减少温室气体排放、推动绿色低碳发展的一项重大制度创新。2011年，中国在北京、天津、上海、重庆、湖北、广东、深圳等七个省份开展了碳排放权交易试点，至今中国碳交易市场初见雏形，交易市场活跃，截止至2020年10月，我国试点省市碳市场累计成交量超过4亿吨，累计成交额超过90亿元，有效推动了试点省市应对气候变化和控制温室气体排放工作。

“十四五”期间将实现从试点先行到建立全国统一市场，实现从单一市场，单一行业突破，把多行业纳入，实现从启动交易到持续平稳运行。碳交易市场中，碳排放强度高于行业平均水平的企业，需要额外购买碳排放权（实际产能受到碳交易市场影响），导致成本的增加，若交易不成功，或者碳排价值高于生产价值，企业被迫停产或者降低产量，出现“有力使不出”的情况。未来十年，绿色低碳循环发展是中国经济转型发展的根本方向，白酒企业节能减排迫在眉睫。国家统计局数据公布数据显示，2020年我国白酒产量741万千升（65VOL），参考部分地方白酒单位产品综合能耗标准中原酒生产限定值，我国2020年白酒行业消耗标煤88.92-163亿千克，换算CO₂排放量108-199亿吨。

传统固态发酵资源消耗量大，污染物排放量大，资源利用率较低。白酒酿造过程中主要的能耗环节包括：蒸酒、运输、润粮、包装等；主要耗能设备包括：粉碎机、行车、水泵、风机、酒甑、清洗和包装机等；排放的污染物主要包括酒糟、黄水、锅底水。企业传统低效的生产方式，粗犷的管理，落后的工艺设备会导致各个酿造环节中的大量能耗，生产要素的低效利用，进而导致白酒企业大量碳和废弃物排放，直接影响酿酒产区生态环境。

对白酒行业清洁生产提出更高要求清洁生产是促进酿酒行业碳减排的有效途径。清洁生产是一种绿色、低碳、资源循环的生产方式，将环境可持续发展应用于原材料采购，生产线、产品包装、物流和服务中，对各个生产环节进行全过程管理，技术升级。从源头到废弃物处置全过程降低资源消耗，降低污染物排放，实现减量化、资源化和再利用，进而减低企业碳排放，实现低碳发展。

“不断采取改进设计、使用清洁的能源和原料、采用先进的工艺技术与设备、改善管理、综合利用等措施，从源头削减污染，提高资源利用效率，减少或者避免生产、服务和产品使用过程中污染物的产生和排放，以减轻或者消除对人类健康和环境的危害。”——《中华人民共和国清洁生产促进法》

生态环境部于2007年发布由中国环境科学研究院、中国酒业协会等多家单位编制的《清洁生产标准 白酒制造业》（HJ/T402-2007）。标准规定了白酒制造业清洁生产的一般要求。将白酒清洁生产指标分为六类，即生产工艺与装备要求（生产设备的完好率）、资源能源利用指标（原辅材料的原则、电耗、取水量、综合

能耗等)、污染物产生指标(末端处理前)(废水产生量、COD 和 BOD 产生量、固态酒糟产生量)、废物回收利用指标(废水、酒糟的资源化处理方式)、产品指标(运输、包装、产品发展方向)和环境管理要求,其中前三类指标为定量指标,对生产环节中设备、废弃物排放做了具体量化要求,控制污染物排放量;后三类指标为定性指标,对白酒企业废弃物资源利用、生产管理提出了指导性标准。该指标为白酒制造企业开展清洁生产提供技术支持和导向。

《清洁生产标准 白酒制造业》将白酒企业清洁生产等级分为三级,一级代表国内清洁生产领先水平,二级代表国内清洁生产先进水平,三级代表国内清洁生产基本水平。其中白酒企业综合能耗(标煤)每生产 1kL 白酒(65VOL)一级标准比三级标准减少标煤 800kg,减少 CO₂ 排放量约 1000t(减少 40.91%),同时取水量减少 28.57%,酒糟量减少 33.3%。

思考与建议近期,中共中央、国务院印发了《国家标准化发展纲要》,提出要建立健全碳达峰、碳中和标准。加快节能标准更新升级,抓紧修订一批能耗限额、产品设备能效强制性国家标准,提升重点产品能耗限额要求,扩大能耗限额标准覆盖范围,完善能源核算、检测认证、评估、审计等配套标准。加快完善地区、行业、企业、产品等碳排放核查核算标准。制定重点行业和产品温室气体排放标准,完善低碳产品标准标识制度。建立健全清洁生产标准,不断完善资源循环利用、产品绿色设计、绿色包装和绿色供应链、产业废弃物综合利用等标准。酒行业可根据纲要指示,建立和完善清洁生产标准体系,低碳产区标准,低碳企业认证,建立低碳产品标识制度等,引导行业践行“双碳”目标。

工信部在 2021 年 7 月工业和信息化发展情况发布会上提出:加快推进工业节能低碳改造提升。组织实施节能低碳改造工程,推进流程工业系统节能低碳改造,优化技术工艺,提高整体能效。实施电机系统、变压器、工业锅炉(炉窑)等高耗能通用设备改造,淘汰落后设备,推广高效节能设备。制定重点企业能源高效低碳利用行动方案。

白酒企业需要开展能耗统计,淘汰高能耗设备,优化工艺环节,在生产过程中降低能源消耗。加快工业节水改造提升。加快淘汰落后、低效高用水设备,在润粮、麦曲制作、曲房控湿、罐装洗瓶等环节推广应用高效节水设备。同时推进节水治污技术改造,通过工业用水重复利用、工艺系统节水、工业给水、废水深度处理回用、废水梯级利用、非常规水资源利用等多种途径,降低单位产品用水量。制定白酒企业水资源高效利用行动方案,为企业做出指导性建议。提升清洁生产水平,实现全过程减排。源头减排:发展当地农业,就近采购原料,原料运输(高粱、小麦)采用清洁能源汽车,车辆遮盖运输减少扬尘。

过程碳减排:加强大曲发酵仓管理,科学控制发酵大曲数量,发酵时间,实时监测发酵仓内温度、水分。在确保仓内保温保湿的前提条件下,合理铺设稻草,避免稻草出现发霉,腐烂情况,减少稻草使用量;曲块粉碎装置供电、行车供电、蒸酒采用清洁能源。降低生产过程中的碳排;加强设备检修,确保行车等重要设备的良好运行状态,减少设备运行中的能耗、采用全自动化酿酒生产设备,配套治污设备,高效减少酿酒过程污染和能耗问题。

管理碳减排:包装车间控制用电,减少不必要设备配的运行。践行清洁生产,树立企业清洁生产理念,长期培养员工低碳生产文化,将生产过程中节能,降碳,减污的操作细节和注意事项落实到位。

末端碳减排:加强废弃物资源处理,加强酒糟等有机质的循环利用,采用先进资源化处理技术提高酒糟,废水的副产物价值。开发酿酒废弃物资源化技术符合国家发展要求,实现企业清洁生产和循环经济模式,同时高值化综合利用的产品有较高的经济价值,在减少有机质固废带来的环境问题的同时,有利企业经济发展。建设绿色酿酒产业园区,大力发展循环经济。

深化循环经济产业园区建设,以能源资源高效、清洁、低碳、循环利用项目为载体,强化产业循环链接、补链延链,提升循环经济规模。紧密围绕当地的自然条件、行业优势和区位优势,进行生态工业示范园区的设计和运行;通过园区内各单元间的副产物和废物交换、能量和废水的梯级利用以及基础设施的共享,实现资源利用的最大化和废物排放的最小化;加快现代化管理手段、政策手段以及新技术(如信息共享、节水、能源利用、再循环和再使用、环境监测和可持续交通技术)的采用,保证园区的稳定和持续发展;完善园区环境基础设施的建设、运行,企业、园区和整个社区的环境状况得到持续改进。白酒行业更要倡导产品绿色设计、绿色包装和绿色供应链,倡导绿色消费,杜绝过度包装,要积极推进白酒企业清洁

生产、加快白酒企业技术改造，促进资源循环高价值利用。白酒行业要建设绿色低碳酿酒产区，践行绿色生产，实现白酒行业“双碳”目标。

来源：《中国酒业协会·深度》

二线酒企“谋位”战 谁将胜出？

相比一线名酒企业的稳健，二线白酒企业表现出了惊人的高增率。那么，在“内卷”加剧的当下，这些企业会在“十四五”期间表现出怎样的发展态势？

二线名酒企业整体向上

相比 2020 年上半年因为疫情而导致的萎靡，今年上半年酒企的业绩可谓亮眼，绝大多数企业尤其是二线明星企业都实现了较高的增长。

据统计，19 家上市白酒企业的整体营收与净利规模，相比去年同期均增长了 20%以上。除了茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、汾酒之外，其他诸如古井贡酒、今世缘、舍得、酒鬼酒等，也都表现出了较高的成长性。

以营收增幅来看，规模体量较小的一些明星企业位居前列，比如酒鬼酒、舍得、水井坊，其增长率均在 120%以上；而在净利润同比增幅方面，包括山西汾酒、酒鬼酒、舍得、水井坊一共 4 家企业超过了 100%，其中，酒鬼酒达 176.55%，水井坊达到 266.01%，舍得高达 347.94%。

无论是以营收指标还是以净利指标来看，增幅最高的都集中于二线明星酒企身上。这种高增长，一方面是由于二线酒企体量相对较小，其成长性相较一线企业更为明显；另一方面则来自于这其针对市场的大幅投入。

“茅台、五粮液的体量都非常大，在底盘较大、市场网络已经较为健全的情况下，其增幅自然较为稳健，但是二线明星企业的市场占有率较小，他们还存在很多空白市场，这些空白市场带来的增长在短期内非常明显。”酒业营销专家、九度咨询董事长马斐这样分析。

从年报数据来看，诸多二线企业都加大了市场营销费用，这方面的增速甚至于高于其营收增速。

今世缘、酒鬼酒今年上半年的营收规模分别为 38 亿元和 17 亿元，其销售费用则分别达到了 3.94 亿元和 3.74 亿元。

分解来看，这样的投入，一方面是针对空白市场开发的费用，另一方面则是针对专题活动费用以及广告费用，例如酒鬼酒上半年的广告宣传费为 1.3 亿元。与此同时，这些酒企针对电视栏目、网络栏目的冠名费用也在增加，这在一定程度上提升了相关品牌的影响力。

有业内人士据此推测，今年下半年乃至明年，在一线企业保持稳健、三四线企业持续分化乃至萎缩的状态下，二线明星企业将继续保持高增长态势。

跑得最快的明星分

化加剧，二线酒企之间也同样如此，一些企业表现出惊人的增长率。

以酒鬼酒、舍得为代表，其在背靠资本的同时，也因为自身的特性而成长为二线明星，有望向准一线乃至于一线进发。以营收体量而言，舍得与酒鬼酒两家在二线企业之中同样位于中游，但是以成长性来看，则无疑位于上游。

酒鬼酒上半年营收为 17.14 亿元，同比增长 137.31%；净利润 5.1 亿元，同比增长 176.55%。一季度时，酒鬼酒实现了营收同比增 190.36%、净利同比增 178.85%的成绩，可谓保持着连续的高增长势头。

2021 半年报显示，酒鬼酒经销商数量达到 1055 家，比年初增加 292 家。从全年目标来看，公司计划实现省外地级城市客户覆盖率达到 100%、省内县级城市客户覆盖率达到 100%，特别偏远地级城市覆盖率不低于 90%。

报告期内，酒鬼酒高端和次高端品类销售均实现大幅增长，高端产品内参酒实现销售收入 5.2 亿元，同

比增长 86.13%，占总体营收比重的 30.33%；次高端酒鬼系列销售收入为 9.8 亿元，同比增长 170.51%，占总体营收比重的 57.18%。

酒鬼酒近 4 年一直保持着双位数的增长，在营收增幅近 10 亿元、净利增幅超 3 亿元(2017-2020 年)的同时，排名向前推进 4 位。

舍得酒业方面，上半年实现营业收入 23.91 亿元，较上年增长 133.09%；实现净利润 7.35 亿元，同比增长 347.94%。

舍得虽多有波折，但是在去年复星系入主的情况下，舍得以“老酒战略+双品牌战略”双轮驱动，目前也已经走上了快车道。

按照业内的看法，酒鬼酒凭借“馥郁香型”成功出圈，而舍得酒方面则以“老酒战略”独步天下，两者在高端酒层面进步较快，带动了整体业绩的增长。

此外，背后资本力量带来的助力也不容忽视。自 2015 年中粮集团成为酒鬼酒实际控制者后，酒鬼酒就走上了发展快车道。舍得酒方面，在复星入主后，也同样企稳并在全国化布局方面有了进一步行动。

这说明，独特的品牌特性与资本力量，将成为主导二线名酒成长的主要力量。

保位之战持续？

实际上，二线明星企业之中还有两个特殊的存在：一个是已经跨越百亿、却在准一线阵营中徘徊的古井贡，另一个则是位居二线企业前列的今世缘。对他们而言，保位之战或将在“十四五”期间持续。

2021 半年报显示，古井贡在报告期内实现营收约 70.07 亿元，同比增长 26.96%；归属于上市公司股东的净利润约 13.79 亿元，同比增长 34.53%。

这样的成绩，尚属中规中矩。实际上，若以年营收百亿为门槛的话，古井贡早在 2019 年即已跨入一线行列。但是从排位上来看，古井贡却在 2018 年被山西汾酒以及顺鑫农业超越。

2020 年，6 家百亿酒企中，古井贡酒是唯一营收、净利润、扣非净利润均下滑的企业。与此同时，后来居上的汾酒扩大了其营收与净利优势，形成了对古井贡酒的彻底超越。

为什么进入了百亿俱乐部，其排位却下降？或与本土企业的挤压、自身高端产品未能突破有关。安徽本省之中，口子窖、迎驾贡酒、金种子酒这三家上市酒企发展速度很快，在一定程度上挤压了古井贡在本省的市场空间。

在产品层面，古井贡以年份原浆系列为主，今年上半年，古井贡酒的年份原浆系列、古井贡酒系列、黄鹤楼系列营收分别为 50.7 亿元、8.06 亿元、5.81 亿元，与上年相比分别同比增长 15.49%、14.09%、319.60%。但是年份原浆系列之中，古 20、古 26 体量较小，对品牌整体影响力同样偏小。

今世缘堪称是二线酒企佼佼者，一直稳居上市白酒企业营收排行榜的前十位。2020 年，今世缘营收约为 51.19 亿元，在百亿之外的阵营中属于首位。

2021 年上半年，今世缘实现营业收入 38.51 亿元，增长 32.2%；归属于上市公司股东的净利润为 13.34 亿元，同比增长 30.92%。

虽然这样的成绩也属优秀，但是仅为排名前列的古井贡的一半左右。对于今世缘来说，想要突破百亿尚有难度，与前列差距较大，排位较后的舍得、酒鬼酒等又表现出强烈的进逼态势，在一定程度上来说，其二线首列的位置并不稳固。

来源：华夏酒报

利美酒业走进大美新疆 探访醉美天塞酒庄

对于每个热爱旅行的人来说，举世闻名的丝绸之路总是那么的令人心驰神往。无奈距离遥远，加上这两年的疫情总是反反复复，每每提起兴趣计划到一半就会被各种各样的原因所打断而不得已搁置。

2021年9月末，正值金秋，正是收获的季节，广州市利美贸易有限公司总经理苏丽梅女士一行经过数小时长途飞行后终于抵达向往已久的美丽新疆，深入大漠，前往探访位于天山北麓著名葡萄酒产区的天塞酒庄。

天塞酒庄（Tiansai Vineyards）位于中国新疆巴州焉耆七个星镇，成立于2010年，是一座集葡萄种植、葡萄酒酿造、主题旅游观光、葡萄酒文化推广等功能于一体的现代化高端体验式酒庄。“天塞”之名，起源于100多年前德国蔡司公司制造的一款经典镜头tessar，酒庄以之命名，意在致敬经典与百年传承，因坐落在新疆天山脚下，“天塞”一词也寓意着“天山脚下，塞外庄园”。

天塞酒庄所在的焉耆盆地北倚天山，南濒博斯腾湖，是古代西域三十六国的焉耆国所在地。该处三面环山、一面临湖，靠博斯腾湖调节微气候，受海洋的影响极小。酒庄所处地带为温带大陆性干旱气候，年均降雨量70mm，风沙大，年均日照时数约3,000小时，葡萄成熟期的日均日照时数为8-9小时。丰富的太阳辐射资源，有利于葡萄的健康生长以及高质量果实的形成。葡萄园内的土壤极度贫瘠，沙质土比例高，具有良好的通风性和排水性。园内种植着赤霞珠（Cabernet Sauvignon）、梅洛（Merlot）、品丽珠（Cabernet Franc）、西拉（Syrah）和霞多丽（Chardonnay）等葡萄品种。

跟随酒庄向导小姑娘的脚步，从大厅里那幅巨大的葡萄丰收油画开始，顺着游览参观线路，我们学习到了葡萄酒文化的渊源以及发展历程，深入了解到天塞酒庄主要葡萄品种以及种植酿造工艺的演变以及天塞全系列获奖酒品以及拿奖拿到手软的荣耀产品。

天塞酒庄不仅盛产美酒，景色更是秀美，伴随着浓郁的果香和酒香，身临其境的感受着葡萄酒的文化，更让大家久久无法忘怀。

漫步于天塞酒庄的葡萄种植园，呼吸着清新的空气，眼前是累累果实和一望无际的翠绿，耳中是清脆的鸟鸣和微风吹过葡萄叶的沙沙声。观赏身边的秀丽风景，眺望远处的霍拉山，不禁让人由衷的感慨，生活就应该这样生机盎然，这样宁静惬意。

品鉴天塞酒庄全系列获奖酒品是本次酒庄之旅的重头戏，由酒庄专业的侍酒师提供侍酒服务，细品一杯天塞佳酿，体验300余枚国内外大奖的荣耀产品，感受天塞的专业与实力。

一株葡萄如何摇身一变成为一杯葡萄酒，天塞酒庄如何成为“中国酿酒葡萄种植示范基地”，短短几年天塞酒庄及其产品是如何囊括300余枚国际国内评选大奖，怎样才能更好地体验到葡萄采摘的乐趣，大家都对酒庄的种种充满了好奇，天塞酒庄的专业人士为我们耐心地一一详细讲解，逐个揭秘。

在品鉴学习完毕之后，天塞酒庄庄主陈立忠女士亲自为大家颁发非凡大师班的结业证书。

此次新疆之旅除了参观天塞酒庄之外还带领大家游览了中国第二大草原——巴音布鲁克大草原，以及亚洲最大天鹅自然保护区——天鹅湖。

虽然路程遥远，每日行车时间都长达八九个小时，但是能够深入体验到了辽阔而壮丽的新疆自然风光还是非常值得的。在此要特别感谢天塞酒庄庄主陈立忠女士以及酒庄全体工作人员盛情的招待，让我们在深入了解酒庄的同时，领略到新疆迷人的自然风光以及各种美味的当地美食。

大美新疆，醉美天塞。让我们共同期待下一次的再会！

来源：利美酒业

百年糊涂体验式专卖店在佛山盛大开业！

10月10日10时整，位于佛山市顺德区均安镇的百年糊涂均安专卖店迎雨开业。在吉祥欢庆的舞狮表演中，现场多位来宾共同见证了糊涂酒业佛山市内首家专卖店入驻顺德均安的盛大时刻，共同恭贺百年糊涂均安专卖店开业大吉、财运亨通。

糊涂酒业总经理罗德润先生和懂得酒业梁总以及多位经销商嘉宾莅临现场祝贺。罗总表示：随着白酒市场精细化发展，专卖店的布局建设是糊涂酒业重要的品牌战略，有助于提升企业品牌文化建设，是百年糊涂品牌扎根当地市场的形象窗口，糊涂酒业也将利用公司品牌优势以及市场资源优势，携手合作伙伴全心全意做好服务，让客户、合作伙伴、行业生态实现多维度的共赢。

百年糊涂均安专卖店店内陈列着百年糊涂多款核心产品，如最近新上市的百年糊涂老酱香酱号系列，该款让人期待已久的酱香酒是糊涂酒业在“酱酒热”的大势环境下把握机遇，不断夯实产品体系，为品牌赋能的又一有力举措。现场产品陈列除了百年糊涂老酱香酱号系列，亦有糊涂老酱香鉴藏系列：鉴藏一星和鉴藏三星以及百年糊涂众多款经典产品供顾客品尝购买。

百年糊涂均安专卖店采用现代简约设计，以深棕色木柜衬托出酱酒产品的岁月感。通过精心设计的装修风格和核心产品陈列，均安店充分展示了百年糊涂企业文化，让顾客能更深入地了解品牌历史文化与企业精神。

在中国文化的历史长河中，酒不仅仅是一种食物，更是一种文化象征。“酒道”，是酿酒和饮酒的内在内涵和文化蕴味的外延，是酿酒、饮酒、论酒的知识总集。为了弘扬“酒道”，让消费者品味到真正岁月老酱香味道，百年糊涂首家老酒体验馆——百年糊涂酒道馆已于9月6日在禅城德徕酒店盛大开业！

酒道馆采用古风古韵的中式现代简约设计，简约之时又不失独具风致和格调。陈设方面，采用大自然的装饰材料，木头展柜和家具在暖色灯光下，释放出浓厚自然气息，诉说着这里是可以惬意品酒论酒的地方，让人有进入感受其中的欲望。

进入百年糊涂酒道馆，不仅能品酒，更能品文化！在这里有多面展柜陈列百年糊涂的酱香酒产品，有酱香型白酒七个轮次基酒的展示和品尝，不但让你直观体验七轮取酒七种口感，更能加深对酱香型白酒“12987”古法工艺的认识和了解，并身临其境感受百年糊涂酱香文化的独特魅力！同时这里设有一个能容纳12人的会客厅，欢迎各位爱酒人士举行小型品鉴会或沙龙活动，邀请三五知己，以酒会友、以酒论道、以酒联情，在浓郁酱香中以酒会友论酱道！

2021年，是糊涂酒业在全国实现快速发展、全面布局的重要一年，此次糊涂酒业体验式专卖店入驻佛山，则是在战略发展举措上至关重要的一步。糊涂酒业衷心期待能让爱酒之人被百年糊涂均安专卖店和百年糊涂酒道馆深厚的百年糊涂酒文化气息而打动，期待广大消费者能进一步了解百年糊涂酱香文化，品味真正岁月老酱的味道，知道什么才是真正老酱酒，期待广大消费者与糊涂酒业一起为百年糊涂谱写更加辉煌灿烂的新篇章！

来源：百年糊涂酒

龍泉名品集团荣获“优秀顾问奖”，董事长温泽凯连任劲牌公司营销委员会委员！

10月11日上午，劲牌公司第二十三届经销商恳谈会，在红色的英雄城市南昌隆重召开。762名来自全国各地的经销商代表齐聚一堂，共同为劲牌的发展凝心聚力。

龍泉名品集团董事长温泽凯、副总经理王丽端受邀出席盛会。龍泉名品集团荣获劲牌公司第二十三届经销商恳谈会“优秀顾问奖”称号，董事长温泽凯连任劲牌公司2021-2022届营销委员会委员。

拥抱变革 开创新局

“蓝海是我们开辟的，我们不去拓宽，想要驶离是很荒谬的。保健酒是劲牌安身立命之本，保健酒承载着中华文明，做到了与其他酒种的好而不同，满足了人类对于健康生活无止境的追求，我们必须承担这份社会责任，这份使命，坚持保健酒的控股地位不动摇。”

10月11日，在劲牌第二十三届经销商恳谈会上，公司董事长、总裁吴少勋铿锵有力的声音回荡在会场的每一个角落，不仅表明了公司的态度，也坚定了经销商合作伙伴的信心。2021年，是中国共产党成立的一百年，是十四五的开局之年，也是劲牌发展的第68年。68年来，公司始终坚持以消费者为中心，坚守品质初心，大胆创新，产品品质不断提档升级，为公司的持续健康发展注入了不竭动力。作为中国保健酒的第一品牌，中国劲酒的中国红不仅覆盖了大江南北，还渗透到海外。好而不同的毛铺品牌，更是打造出一条属于劲牌自己的路，赋予了产品健康的内涵。勇于挑战的劲牌人，一直走在时代的前沿，不断驰骋在蓝海。

红色的基因始终在劲牌人的血液里流动，在国外疫情仍未得到有效控制，国内疫情在部分省市又再次蔓延的情况下，我们排除万难，众志成城，在红色的英雄城市南昌，召开了隆重又盛大的经销商恳谈会，762名经销商伙伴齐聚一堂，共同为劲牌的发展凝心聚力。

市场部总经理覃文钊主持了会议，销售部总经理田立刚致欢迎词。公司董事长、总裁吴少勋与全体经销商面对面进行了沟通交流。2019年底，劲牌开始大刀阔斧的营销转型，时隔两年，吴总再次强调了营销转型的重要意义，要求厂商之间同心协力找到营的工作着力点和突破口，积极学习同业、跨界的优秀经验，以身作则、躬身入局，拥抱变革、开创新局，为实现劲牌事业的健康可持续发展做出自己的贡献。

随后，副总裁李晖以“拥抱变革 开创新局”为主题，对行业发展及消费趋势、上年度关键数据回顾、下阶段需解决核心问题、新年度营销目标与实现路径等内容做了年度工作报告；还对营销管理升级、经销商履职能力提升、非饱和销售管理、营销数字化赋能等执行保障类工作方面作出了具体要求。希望全体经销商与劲牌携手同行，将营销变革进行到底。

“信念如果有颜色，一定是中国红！”金秋十月，蕴含着丰收的喜悦和灿烂的光芒，六十余年来，一代又一代的劲牌人和合作伙伴风雨同舟、筚路蓝缕、征战蓝海，抒写了一段可歌可泣的华美乐章，憧憬着星辰大海和未来。百年企业、百年品牌、百年市场的愿景是彼此共同的心愿，在南昌这片红色的土地上化为赤诚的烈焰在血液中蔓延。

荣耀龍泉 共创共赢

风雨同舟，携手共进，拥抱变革，开创新局！龍泉名品集团营销队伍聚力新征程，在劲牌公司第二十三届经销商恳谈会，荣获“优秀顾问奖”，董事长温泽凯连任劲牌公司2021~2022届营销委员会委员！

劲牌公司董事长、总裁吴少勋为优秀顾问奖获奖者颁发奖牌，龍泉名品集团董事长温泽凯代表企业领取了荣誉奖牌。这是劲牌公司对龍泉名品集团的高度肯定，也是对龍泉人秉承传统、致力于引导健康酒消费的高度肯定！

风雨同舟20载，在发展的道路上满载着感动与收获；相知相守20载，龍泉与劲牌公司已经共同奠定了百年品牌、百年合作、百年感情的坚实关系！劲牌公司与龍泉已经建立了“以心交心，亲如家人”的关系，这种最难能可贵的情感已经根植于劲牌人与龍泉人心中。龍泉将坚定不移地紧跟劲牌公司的发展战略，努力弘扬劲牌公司“树正气 有担当 可持续”的文化、使命，建立一辈子的合作情谊，凝心聚力，共创更辉煌的时代。

龍泉名品集团始终秉持“八颗心”的服务理念“良心、放心、忠心、开心、信心、创心、虚心、热心”，“和品牌方双赢、和客户双赢、和龍泉人双赢”三个双赢的核心经营理念。全面升级集团管理、技术与服务能力，致力于成为全国酒类品牌运营商的优秀企业品牌，全方位优质地服务于品牌，服务于客户，携手一心，同富创赢。

来源：龍泉名品集团

多路客户密集组织“回厂游”活动

10月11日，687品牌系列产品在流水线上紧张包装。687品牌创始人邹开东先生率团奔赴茅台镇，亲临九八七酒业集团酿酒基地，观摩生产现场。同步到达的还有电视片拍摄小组，此行不仅领略了繁忙的现代化灌装线，还拍摄了系列精彩视频，为687品牌以后的宣传提供丰富的素材。邹开东表示，687品牌在特授权经营一年多来，市场基础逐渐稳定，未来一年，687团队要铆足劲，计划销售目标完成两个亿。

10月13日，国京酒股份公司线下分销体系率团开展回厂游活动。掌门人、传奇女企业家赖佩玲女士亲自出席。这是自国京酒第一批产品上市获得热烈反响后的、国京酒组织的规模较大的回厂游活动，来宾是国京酒分布在全国各地的营销人员及部分关键分销商，总人数达450人。国京酒是九八七酒业合作开发的系列产品中最具竞争力的品牌，据国京酒股份透露，国京系列酱酒未来两年的销售目标将突破5-10个亿。

10月19日，东莞一批企业家14人组团将赴贵州茅台镇，深度参观九八七酒业酿酒基地，体验12987酱香型白酒酿造工艺。该批客人由九八七酒业营销中心负责人何强全程陪同。

10月20日，新当选东莞市谢岗工商联（商会）领导班子将带领一波本地企业家参加九八七酒厂“回厂游”活动，谢岗工商联（商会）领导是首次组织企业界人士参观九八七酒厂。之前，双方有密切的合作，互相信任，基础很好。九八七酒业董事长助理翟衬弟将陪同参观。

10月22日，武汉共进荟酒业将组织武汉一批企业家抵达酒都茅台。共进荟是“共进酱酒”的总运营商，是九八七酒业配合打造的五大核心合作品牌之一。产品定位为中高端市场，首批产品在湖北上市后获得好评。本次也是共进荟首次组织主要客户“回厂游”。共进荟负责人表示，共进酱酒主要立足湖北，抓住机会，结合湖北人对酱酒的认知稳步推进，力争将共进打造成湖北人家喻户晓的酱酒品牌。

10、11月都是出行游览贵州最好的时候，对爱酒之人而言，茅台镇当属首选。秋高气爽，层林尽染。属于大娄山系的茅台镇神秘古朴，赤水河的水淡蓝晶莹，整体包裹着浓郁的酱香气氛。疫情的雾霾逐渐散去，来茅台的人越来越多，一杯浊酒，洗尽过去的疲惫，慰藉躁动的情怀。来吧，朋友，我们在贵州等你，我们在茅台镇等你。

供稿：企划部

责编：陈键培

审核：阿狸

来源：陈酱九八七酒业

重阳下沙，谱写心悠然故事的新篇章

10月12日，位于贵州省习水县的心悠然酒厂，隆重开展了2021年心悠然重阳下沙仪式。贵州省习水县小糊涂仙酒业有限公司杨建军总经理带领心悠然酒厂的工人，共同参加下沙仪式，宣告中国高端柔顺酱香-心悠然酒的新一轮酿造周期正式开启。

一切关于酱香型白酒的故事，都从重阳下沙开始。

在酿酒领域，“沙”特指赤水河两岸的红缨子糯红高粱，颗粒形状及颜色与赤水河河沙的颜色十分相似，当地人都称其为“沙”。

从一颗粮食到一滴酒液，须经1年生产周期，端午制曲，重阳下沙，2次投粮，9次蒸煮，8次发酵，7次取酒，共30道工序、165个生产环节。这1年的酿酒生产，以赤水河的颜色变化为时间表。

端午时，赤水河变成赤红色，意味着雨季来临，气温升高，微生物进入了活跃的繁殖期，少女们开始人工踩曲；重阳时，赤水河恢复清澈，人们便用赤水河水、红缨子高粱为原料下沙。

酿造一瓶好酒，靠传承、匠心，也靠严格的酿造工艺。

下沙流程包括润粮、上甑、蒸粮、开甑、摊晾，每一道工序都需要细致的把控，繁复的工艺造就了世

界上最长的酿造周期。

原酒生产 1 年后，须以陶坛贮存 3 年，勾调成品后再存放至少 1 年，一瓶正宗酱香酒出厂至少需要 5 年、1800 个日夜。

心悠然以不厌繁复的精细工艺，为爱酒者酝酿优质酱酒，酒液历久弥珍，醇厚舒适，映衬着时光侵染。

作为中华酿酒文明的传承者，中国高端柔顺酱香心悠然酒融赤水河谷世界酱酒核心产区的绝佳酿酒环境，集赤水河水、朱砂土壤、糯红高粱之精粹，承千年古法工艺。

心悠然在本次重阳祭水暨封坛大典上，将再现赤水河畔酿酒匠人祈福的场景，为参加活动的嘉宾们展现传统酱香酿造工艺和魅力。

“心悠然重阳祭水暨封坛大典”活动将于 10 月 14 日正式启动。心悠然邀您共同揽胜贵州，赏天地奇景；与军事专家房兵教授，寻忆长征精神；在醇化生香的天然道场，共品赤水佳酿心悠然酒，见证心悠然开启新一年度的品质酿造新篇章。

来源：小糊涂仙酒业

容大品牌价值向 80 亿元跃进 酱酒陈酿新品重磅首发

2021 年 10 月 13 日，茅台镇四大酱酒传奇品牌容大酱酒“容·潮无止境新品发布会”在北京格兰云天国际大酒店举行，除了会上重磅推出容大酱酒陈酿外，还宣布了另一重大品牌消息，容大酱酒牵手一线男星“收视男神”李乃文先生，以首席品鉴官的身份深度参与，意义将非同凡响。

白酒从增量市场转向存量市场，容大酱酒使用 6+15+20 独特配方

从白酒年度产量及其增速数据看，白酒产量的历史峰值年份在 2016 年，达到 1358.4 万千升，从这一年起白酒年度产量逐年下滑。其中，2017 年和 2018 年产量分别同比下滑了 11.8% 和 27.28%，下滑幅度超过两位数。2020 年，白酒年度产量环比下滑 5.75%，降至个位数，年度产量达到 740.7 万千升。相比 2016 年的历史最高值，产量下降了 45.47%，目前白酒的年度产量数值回落至 2009 年（70.69 万千升）至 2010 年（89.08 万千升）间的水平。从白酒产量数据看，白酒自 2016 年以后，从增量市场进入到存量市场。

白酒的整体产量在减少，但现在人们对饮酒的需求并没有实质性下滑，酒企的营收和净利润继续保持正增长。而人们饮酒习惯也悄然发生改变，从过去追求白酒的饮用量过渡到追求好品质美酒。2019 年以来，市场对酱香型白酒关注度持续升温，酱香型白酒——石缸发酵，工艺复杂，一年只有一个生产周期，其口感风味具有酱香、细腻、醇厚、回味长久等特点。

在现场进行了一个非常有趣的“盲品游戏”，到场来宾每人面前有 4 杯不同品牌的四款酱酒，其价位也是从 6、7 百元到 1000 多元不等，而在接下来的盲品中，置身其中的 3 号杯，也是容大此次推出的新品“容大酱酒陈酿”以其细而不腻、香而不艳、柔而不短的独特口味给所有人留下深刻印象，超越千元价位的口感，性价比惊人。

此次发布的新品容大酱酒陈酿之所以如此“与众不同”，除了沿袭容大酱酒 12987 的传统坤沙酱酒酿造工艺外，还首次使用了 6+15+20 的独特配方，即以 6 年老酒做基酒，辅以 15 年陈酒提味、20 年老酒增香，使得整款酒给人好入喉，醒酒快，不上头的愉悦舒适饮酒体验。

品牌价值逼近 80 亿元

在会上，容大酱酒总经理赵予龙也介绍了容大一路走来的心路历程，2019 年酱酒市场热到发烫，那时的茅台镇“不缺酒只缺床”，这样一拥而上人满为患的市场现状，反而让整个容大酱酒团队冷静下来，果然，不久之后的酱酒市场出现了品质良莠不齐，盲目生产和市场接纳度低的品牌触礁惨况。

2020 年，当酱酒市场逐渐回归理性，日趋成熟之后，容大团队看到时机成熟，选择全力出击。2020 年 12 月 9 日造型独特色彩亮眼的容大酱酒第一次亮相便吸引了市场的目光，上市不久便签下了与国内 7 大酒类连锁品牌的深度合作，被一众千万粉丝的明星、大 V 在直播推荐，被许多业内人士惊呼“奇迹”。

容大酱酒自上市以来一直话题不断，从糖酒会上独揽 6 项大奖，到品牌价值 78.52 亿元，从神仙颜值被潘长江等一众明星直播推荐到上市 9 个月成为茅台镇四大酱酒传奇品牌.....，凭借种种亮眼表现容大迅速在群雄环伺角逐激烈的酱酒行业脱颖而出，无论消费市场还是资本市场，容大都被视为炙手可热的一线新兴品牌，被不少业内人士评价为 2021 年“无可争议的酱酒黑马”。

拥有千年酒窖却上市不到一年的容大酱酒，以其得天独厚的“全垒打”优势已经在酱酒市场一众新兴品牌中崭露头角。每个酒企，都有一个响亮的宣传口号。本次容大酱酒“容·潮无止境新品发布会”上，“家大业大喝容大”的口号在现场多次被来宾们高声喊起，其吉祥的寓意，烧脑的押韵，令广大朋友很容易铭记。容大酱酒以酱香白酒黑马姿态，给我们展现了酱香型白酒新活力。

来源：糖酒快讯

夜郎古荣膺“中国酱酒卓越企业”殊荣！

10 月 15 日，2021 中国酱酒产业圆桌会议在天津津卫大酒店召开，贵州夜郎古酒业销售有限公司总经理王东出席会议，并做了题为“争做茅台镇酱酒核心产区的伟大贡献者”的主题发言，“从产业到产区，从品类到品牌，从匠心到艺术，夜郎古酒争做茅台镇酱酒核心产区的伟大贡献者！”

本次圆桌会议由中国酒类流通协会及云酒传媒主办，白酒泰斗季克良、中国酒类流通协会会长王新国、贵州各大酱酒产区及山东等北方酱酒产区政府领导、领军企业出席会议，共同探讨产区工艺标准、文化传承、品牌建设等核心议题。贵州夜郎古酒业作为仁怀产区代表出席会议，并荣获“中国酱酒卓越企业”殊荣。

作为仁怀产区的优秀代表，与会专家纷纷对夜郎古予以了高度认可。

身处茅台镇核心产区的夜郎古酒业，得到了产区优渥的环境滋养，在原料供应、产业政策、工艺传承等领域具备天然优势，在多年的企业发展过程中，夜郎古坚守传统工艺，重视环境保护，是产区品牌的优秀典范。

随着产区优势的进一步扩大，夜郎古也呈现出厚积薄发的强大势头。王东总经理在主题发言中向与会专家和领导展示了夜郎古未来的产业规划，将通过工艺、品质、文化的进一步整合，迅速进入中国酱酒第二阵营，进一步传播产区文化，提升产区形象，在仁怀市酱酒核心产区建设的过程中，做一个伟大贡献者。

会议最后，中国酒业协会执行理事长王琦为夜郎古酒业颁发“中国酱酒卓越企业”，由王东总经理作为企业代表领奖。王东总经理表示，“夜郎古作为仁怀市核心酱酒产区加速发展的主力军之一，也愿成为产区繁荣推进的助推者和贡献者，这是夜郎古应背负的责任，也是夜郎古人永恒不变的情怀！”

来源：夜郎古酒

“全民酒仓”品牌佛山授权仪式圆满成功！

秋风送爽，天朗气清。

10 月 16 日，来自佛山地区的商业团队莅临全民酒仓东莞常平店，与广东笑傲江湖酒业有限公司进行了“全民酒仓”品牌授权仪式。

在经济深度融合发展的当今时代，我们必须因势而谋、应势而动、主动出击，形成优势突出、结构合理、创新驱动一体的发展新格局。

经过前期多次的商议与考量，全民酒仓与佛山团队一致达成了对“全民酒仓”品牌文化以及商业模式的认同，肯定了双方合作无限广阔的发展前景。

签约仪式上，广东笑傲江湖酒业有限公司董事长香校祺先生、广东笑傲江湖酒业有限公司董事邓思敏先生、广东笑傲江湖酒业有限公司董事兼拓展总监陆克彬先生与佛山商业团队郑重签署了“全民酒仓”品牌授

权合作协议，正式授予品牌使用权，达成战略合作关系。

全民酒仓将在佛山地区打造以“把世界好酒以成本价分享给每一个人，让每一个人都拥有自己的千万酒仓”为使命的连锁酒仓，与有志之士凝聚力量，发挥“酒文化、酒效应、酒经济”三合一的商业优势，用优秀的品质赢得市场，用满足广大消费者的服务赢得未来。

期待今后双方能依托各自的优势，整合资源，做到有广度、有深度、有高度的服务，为佛山地区的消费者提供更优质的酒水产品和服务。

来源：全民酒仓

习酒进名企 | 携手广兴湖酒业走进三棵树·大禹九鼎公司

三棵树·大禹九鼎——集研发、生产、销售、施工、技术服务于一体的大型防水系统集团化公司，现为三棵树集团旗下专业防水子公司。

公司于 1995 年进入建筑防水行业，是国内最早的一批老牌专业防水系统服务商，享有国家高新技术企业，中国建筑防水科技先锋企业，国家防水防腐保温专业承包壹级资质企业，广东省自粘改性和高分子防水卷材工程技术研究中心等多项荣誉，先后承接了高铁、地铁、高速公路、机场、场馆、综合管廊等国家重点工程的材料供应和施工，被誉为“市政工程防水翘楚”；同时也是中国房地产开发企业 500 强首选供应商 TOP5，中国房地产供应商竞争力十强，碧桂园、融创、新城控股、金科、华夏幸福、奥园等龙头地产集团优秀合作供应商。

大禹九鼎总部位于广州，拥有广东广州、广东清远、湖北孝感、四川邛崃、安徽明光、河南濮阳六大生产研发基地，主要生产改性沥青防水卷材、高分子防水卷材、环保涂料等防水产品，产品远销东南亚、澳洲、欧洲、非洲等多个国家和地区，成就了数万个防水经典工程。为提升服务效率，在国内主要省会城市分别设立销售分公司和办事处，服务网络更是遍布全国并惠及海外。

2021 年 10 月 20 日上午，贵州习酒携手广兴湖酒业开展“习酒进名企”系列活动——走进大禹九鼎新材料科技有限公司（以下简称“大禹九鼎公司”）。

大禹九鼎公司代表带领大家参观了三棵树广州中心的展示厅、样板走廊及办公区域等，切实体会到三棵树独具特色的“道法自然”生态文化，“以用户为中心、与合作伙伴共赢、与奋斗者共享”的核心价值观，以及在各环节工作上将“绿色”践行到底的理念。

交流会上，大禹九鼎公司副总经理胡筱诚先生对贵州习酒销售有限责任公司粤北区总经理凌鹏先生以及合作伙伴广兴湖酒业董事长潘利光先生一行的到来，表示热烈欢迎！

紧接着双方进行了简单的介绍，通过双方企业宣传视频，让在座各位对大禹九鼎公司以及贵州习酒公司有了一定的了解。

大禹九鼎公司副总经理胡筱诚先生表示：习酒公司隶属国内白酒龙头茅台集团旗下的极具成长性品牌，坚守品质、生态环保理念、契合公司发展理念，希望今后开展更多交流，取长补短，寻求更多合作空间。

贵州习酒销售有限责任公司粤北区总经理凌鹏先生表示：非常荣幸有机会到贵企交流学习，并详细介绍习酒的发展沿革、企业文化、生产经营、社会公益以及“十四五”规划等情况。

广兴湖酒业董事长潘利光先生表示：为了让消费者对习酒有更深入的了解，知道习酒品质好，品牌强，今天的交流是一个很好的开始。

通过此次习酒进名企拜访交流，相信此次企业之间的深度交流，必能分享更多的收获。

来源：广州广兴湖酒业

单日新签门店破 2700 家！潭酒“组合拳”出击广东酱酒市场！

广东是中国酒类消费大省，是各大酒类的兵家必争之地，更是酒类消费的风向标和桥头堡。2020 年广东酱酒市场体量超过 120 个亿，在市场占比来看，广东酱酒占了白酒消费总量的 50%，占酒类消费的 23%，具有强大的市场潜力和拓展空间。

10 月 23 日下午，潭酒“广东上市发布会”在广州市奥园喜来登酒店三楼大宴会厅隆重举行，这是继天津秋季糖酒会之后，潭酒深度全国化布局的第二站，也是潭酒首次以主线产品全面出击酱香型白酒重度市场——广东。

发布会上，广东省酒类行业协会会长彭洪莅临现场并致辞。

彭洪指出，广东省作为全国经济强省，近两年创下了多个全国第一：经济总量第一，人口数量第一，消费能力第一，餐饮消费能力第一，商务环境第一。潭酒选择在这个时候入局广东酱酒市场，可以说是最好的时机。目前广东市场，酱酒很热，但是归根到底还是品牌的热，未来五年，市场的竞争一定会越来越激烈，酱酒的品牌集中度一定会越来越高，优秀的酱酒品牌才能不停往上走。

彭洪认为，酒类经销商想要经营好一款酱酒，选品很关键，为此，他概括出了三点选品建议供经销商们参考：第一，要选择产能大的酒企，这是一个酒企硬实力的象征；第二，要选择库存大的酒企，库存对酱酒而言至关重要；第三，要选择经营理念不断创新的酒企，这决定了企业能否让自己持续符合市场发展要求。从这三点看，潭酒可以说是经销商们非常不错的选择。

彭洪表示：潭酒作为四川省第二大酱酒品牌，采取互联网思维优化和创新了自己的经营模式，同时关注经销商、烟酒店、消费者的诉求和体验，不断完善服务体系，在全国众多酒企中，显得难能可贵。潭酒只要坚守这一品牌战略主张，未来还有无限可能。纵观整个白酒行业，白酒规模企业从 3000 多家到去年的 1000 多家再到今年的 950 多家，生产企业数量缩减了但是消费额度却提升了，这说明目前全国酱酒市场前景依然乐观，市场依旧庞大，酒类消费额的不断提升，与我们人民日益提高的生活水平和消费需求是相匹配的。作为经销商，如果之前错过了那些酱酒知名二线品牌和知名区域品牌的选品，那么这一次的潭酒，就更加不容错过了。

仙潭酒业集团副总经理、仙潭酒业销售有限公司总经理李锐深为到场嘉宾作了《潭酒如何用真年份+互联网让商家简单卖潭酒，长期赚厚利》的主题演讲。

李锐深指出“真年份”和“互联网”作为潭酒决战全国的两大核心武器，是潭酒实现快速增长的关键所在，回顾潭酒的发展历程，能取得亮眼的成绩主要是做好了以下五件事：

第一，立足根基，发挥中国酱香原酒大王优势

潭酒位于中国酱香酒核心产区——赤水河畔，在体量上，仙潭酒厂是中国最大的酱香原酒供应酒厂，也曾是上百家知名酒厂的酱香原酒供应商，这其中就包括大家耳熟能详的茅台酒；产能上，潭酒是中食协认定的酱香产能全国前三甲，目前产能已超过 2 万吨，预计在 2023 年突破产能 4 万吨。

在品质上，潭酒拥有符合上百家知名酒厂以及广大消费者要求的超一流酿造、勾调工艺。80 年代，潭酒曾与茅台共建 500 吨酱酒车间，定向生产茅台基酒，这段历史让潭酒积累了大量名酒厂的优秀生产经验，并最终形成了潭酒独有的一流酿造工艺和高品质勾调。可以说，潭酒是名酒背后的名酒。

第二，差异化产品——立足真年份，完善行业标准

2014 年，潭酒开创性地提出了酱酒“真年份”，以此重新定义年份酒，同时制定了“真年份”行业标准：将潭酒的酿造年份和罐装年份进行双标注，年份界定全透明；采用 100% 同年份原酒勾调，确保年份真实；坚持同一批次年份酒，源自同一千吨级储酒罐，一次性罐装。也是这一年，潭酒开始着手打造极具企业 IP 价值的“潭酒真年份调酒节”，每届调酒节上都会推出一款年份酒产品。截至目前，这场潭酒独有的品牌活动已经成功举办了 8 届。

在逐步完善真年份酱酒行业标准的基础上，2019 年，潭酒与中国顶尖咨询公司华与华达成合作，真年份升级为品牌战略。同时，潭酒推出 6 款真年份家族产品，创造性使用潭酒真年份 IP 紫龙鱼标来展示每一

瓶潭酒的真实年份构成。

至此，由“单一真年份酒”和“混合真年份酒”组成的潭酒真年份产品体系正式构建完成。这一年，潭酒不仅得到了广大消费者的认可，还成为了第一批获得中酒协真年份认证的酱酒。

第三，严格价格把控——维护商家、消费者各方利益

潭酒认为，商家要想长期稳定赚钱，厂家酒必须要控得了价格。为此，潭酒通过互联网赋能渠道，采取“透明价格一张表，标多少卖多少”策略，保证价格透明不虚标；且所有线下购买均通过扫码支付完成，有效避免了传统白酒销售过程中窜货、乱价等市场问题。可以说，潭酒真正实现了产品标价即卖价，全国统一价。

第四，渠道赋能——用互联网把白酒重做一遍

潭酒真年份家族产品采取“一物一码”策略，从外包装的“中转箱码”、“手提箱码”、“盒码”和瓶身的“盖外码”、“盖内码”，五码共同赋能渠道，最终实现产品签约发货、直配倒返，从供应链到支付返利收益结算全链路的线上实时运作。

在潭酒的运营策略下，潭酒的商家也由传统经销商升级为互联网新一代白酒经销商，0 打款、0 压货、0 配送、低市场库存，经销商只需负责落地厂家政策，协同厂家推广，即可跟随厂家一同发展壮大，共享企业发展带来的红利。

第五，找准用户——实现互联网精准营销

潭酒认为，互联网精准营销不仅仅是提供经销商营销费用，而是要帮助商家实现包含品鉴、消费、复购、会员等一系列消费流程的全链路中台精准运营，最终提升潭酒线下门店的转化率、客单价和复购率，达成厂商长期互利共赢的合作关系。

截至目前，潭酒通过互联网运营策略，已经累计签约真年份商家 1103 家，签约终端烟酒店 15210 家，通过自有渠道线上可直接触达消费者人数超过 122 万人。到 2021 年底，潭酒要完成“真年份家族”商家签约 3000 家，终端烟酒店签约 30000 家，企微实名认证品鉴用户 50 万，烟酒店老板企微好友 100 万，通过潭酒自有资源，线上可直接触达消费者人数要超过 200 万。

李锐深总结道，以上五个方面，正是潭酒凭借“真年份”和“互联网”两大内功向全国酱酒市场输出的一系列“组合拳”，也是潭酒实现快速发展的奥秘所在。他表示，广东酱酒市场结构完整，市场化程度高，在全国范围内兴起的“酱酒热”中扮演着重要引领者的角色，此次潭酒“落户”广州，是仙潭酒业集团全国化布局的重要一步，希望能带给广东酱酒市场一些新的改变和启发，也希望潭酒炫丽的“紫色”符号能快速亮遍珠三角地区。

发布会现场，潭酒智慧零售中心总经理方晓圆为现场嘉宾做了“潭酒如何利用互联网让商家简单卖酒，长期赚厚利”的案例分享，通过案例具体分析潭酒如何利用消费者活动帮助商家裂变引流。

方晓圆提出，销售是一个漏斗，上面大下面小，从最顶层到最底层，依次为普通消费者、意向消费者、实际消费者和复购消费者，潭酒从最顶层开始做，通过内容触达普通消费者，以此促进烟酒店意向消费者的提升。

以潭酒最近的“酱香潭酒全国化 全国门店送潭酒”免品活动为例，能够实现活动效果的最大化，主要基于以下四点：

第一，通过提供免费的宣传物料，辅助潭酒线下店门店宣传，促进动销提升。全国范围内只要签约了潭酒红潭或是潭金酱的烟酒店老板，就可以拿潭酒免费提供的潭酒红潭和潭金酱产品去送给消费者，本次活动总投入 6 亿元，持续时间 3 个月，预计提供百万瓶潭酒给经销商宣传使用，目前已累计发放超过 90000 瓶。

第二，通过活动规则引导消费者自主宣传，实现品牌的裂变引流。潭酒免品活动规定每位参加活动的消费者可以领 3 瓶潭酒，第一瓶是消费者预约成功即可领取，第二瓶则需要通过消费者将活动分享给身边的朋友，朋友领取到酒以后，消费者才可以进行第二瓶酒的领取预约。这就让原本烟酒店老板一个人宣传的局面，上升到十个人甚至一百个人为潭酒宣传的局面，宣传效果是成几何倍增长的。从目前活动数据来看，活动上线 10 天，全国有 20 万消费者加了烟酒店老板企微，这相当与在抖音通过两个周期 20 天花费 200

万可以达成的一个宣传效果。

第三，以烟酒店老板的好友基数为基础，通过提供源源不断的内容素材，持续为品牌宣传助力。潭酒预计截至 12 月 31 日，全国将有 100 万消费者主动添加烟酒店老板为好友，这使得潭酒未来的每一次品牌宣传，通过自有渠道就能直接触达到 100 万以上的精准用户。

第四，通过烟酒店老板品牌宣传奖励机制，提高经销商对下游门店的管理效率。潭酒将通过技术开发，实现对烟酒店老板的宣传动作“全掌握”，即每一次自上而下的品牌宣传，集团提供内容素材，烟酒店老板进行传播落地，具体谁有效落地，谁滥竽充数，通过大数据系统实现推广落地效果“可视化”。烟酒店老板通过对集团提供宣传内容的有效落地宣传，不仅可以宣传品牌，宣传门店，还能实时得到“现金红包”奖励。

方晓圆认为，以上四点构成了中国酒行业最精准的广告传播模式，广告其实就是购买指令，购买理由，当消费者长期高频看到潭酒的消费指令和消费理由，转化率自然就会提高，当这个时候集团再推出购酒活动时，效果自然会出乎意料的好。

方晓圆表示：“当前潭酒正处于全国化进程关键时期，我们除了布局广州这个全国特大型酱酒市场外，在全国其他地方也在加大推广力度。值得欣慰的是，许多经销商了解了我们的经营理念和策略后，都会义无反顾地加入到“潭酒大家庭”中来，目前潭酒全国单日新签门店已经突破 2700 家的记录。”

“说到底，企业、经销商和终端烟酒店，我们的核心利益是一致的。”方晓圆总结道，“互联网时代，流量拥有巨大的价值，潭酒让店老板、让经销商挣更多的钱，就是把最大、最精准的流量直接送到店老板手里。当然这只是潭酒用互联网把白酒重做一遍的冰山一角，未来潭酒会出更多的经销商、烟酒店利好政策，也会推出更多像‘酱香潭酒全国化 全国门店送潭酒’这样优质的活动。只有共同发展，才能铸就辉煌！”

来源：酒业家

运动中感受乡村魅力，红荔带你走进“美丽上华”

10 月 24 日上午，红荔红米酒冠名的 2021 顺德轻体育进基层系列活动（第二季）第六站在乐从镇上华村举行。本次活动以“美丽上华”环村行暨轻体育运动集市为主题，从运动、文化、旅游等多方面展现上华村城乡品质提升的内涵和乡村振兴阶段性成果。

近 400 人齐聚乐从上华村党群文化广场，随着启步鸣笛响起，身穿荧光绿的参加者怀着激动兴奋的心情迈开步伐，开启一段轻松愉快的“美丽上华”环村之旅。

环村行路线全长约 3.5 公里，贯穿会星门炮楼、四季小园、陈氏宗祠、兴隆炮楼、振龙庙等多个富有地方特色的地标，每位参加者可以在各特色地标扫码打卡区中了解到上华村的历史人文、乡土特色和乡村振兴建设成果。

为更好地推广全民健身，增加活动的趣味性，活动将轻体育运动集市融合到徒步路线中。现场了解到，参加者可以亲子协作完成“陆上划船、壕沟飞跃、碟中碟、砸药球、农夫行走”等五个线下体能摊位，通过扫码打卡领取活动纪念品。

除了“美丽上华”环村行和轻体育运动集市，活动现场还设置了红荔“向非遗致敬”等丰富有趣的互动摊位，让现场每位参加者都享受到了一个轻松愉悦的乡村周末。

为延续运动热情，推广全民健身，向广大市民推广更多的顺德美丽乡村，红荔红米酒特约“发现顺德，美丽乡村”系列活动还将在其它镇街陆续开展。希望市民保持关注，并积极参与其中，一起体验顺德轻体育的无限精彩！

来源：顺德酒厂企业宣传

全国主流媒体宜宾白酒产区行启动仪式圆满成功，伍倩雯董事长致辞

2021年10月25日，由宜宾市工业军民融合局举办，四川经济日报社承办，宜宾产区优质白酒企业协办的“酒都宜宾 浓香天下——全国主流媒体走进长江‘零公里’最优酿酒生态圈采风活动”在宜宾正式启动。宜宾市人民政府副秘书长惠德宏、宜宾市工业和军民融合局（市酒促局）副局长李强、五粮液股份公司监事会主席蒋文春、翠屏区经信科技局副局长杨辉、南溪区经商科技局副局长杨成钢、叙州区经商科技局副局长宋涛、长宁县经商科技局总工程师代荣鹏、宜宾永乐古窖酒业股份有限公司董事长伍倩雯等领导嘉宾出席本次活动启动仪式。

市人民政府副秘书长惠德宏表示“作为四川最为重要的白酒产区，宜宾拥有‘好山好水好粮好工匠’，传承千年的五粮浓香酿酒工艺、优质的白酒和优势的产能、以及享誉世界的白酒品牌都是宜宾作为优质白酒产区的核心竞争力。此次邀请中央、省、市媒体和酒行业媒体走进宜宾白酒产区，就是希望通过记者的实地采风，以专业、敏锐的观察，全方位、多层次、高质量的宣传报道宜宾白酒产区，讲好长江‘零公里’最优酿酒生态圈故事，提升宜宾产区竞争力、影响力、品牌力，促进宜宾白酒产业高质量发展，为四川打造白酒世界级产业集群贡献宜宾力量。”

宜宾市工业军民融合局副局长、市酒促局副局长李强在仪式上详细介绍了宜宾白酒产区的发展情况，同时在发言中表示宜宾在招商引资层面“招大引强”成效明显，并着重对永乐古窖重组宜宾红楼梦酒业优质资产的情况给予了高度肯定。李局长表示“十四五”时期，宜宾白酒产业发展将全面贯彻落实国家以及省委省政府加快构建“5+1”现代产业体系、“壮大世界级优质白酒产业集群”等重大战略决策部署。全面落实以打造“世界优质浓香白酒主产区”为定位，以“产业集聚、质量品牌、创新驱动”为发展战略，以“核心指标倍增、企业梯次优化、品牌价值彰显”为发展目标，以“推进五粮液集团公司做强做优做大、四川酒茶集团公司加快跨越发展、白酒产业功能区建设发展、中小微白酒企业梯次发展、产业链优化升级、产业金融服务水平提升、产业融合创新发展、塑造产区新形象”为任务的“1338”总体发展部署，全力打造宜宾长江“零公里”最优酿酒生态圈。

宜宾永乐古窖酒业股份有限公司董事长伍倩雯在启动仪式上作为招商引资的优秀代表发表致辞。“永乐古窖的三大优势，在于拥有 600 多年的传承酿造历史，始终坚持老工艺、老窖池、老酒体的‘三老’品质，以及正在推进建设的酒旅融合非遗文化产业园，我们将着力讲好这些故事，持续为宜宾长江‘零公里’最优酿酒生态圈的口碑‘出圈’贡献力量。”同时伍倩雯表示“实现宜宾白酒产业高质量发展，构建长江‘零公里’世界最优酿酒生态圈，打造宜宾世界浓香白酒核心产区，是全体宜宾白酒企业的重任。未来永乐古窖会持续发挥好招商引资企业优势，利用永乐古窖优势资源，讲好宜宾酒文化故事，酿好宜宾多粮浓香老酒，构建集软文化与硬品质于一体的硬核实力，以 600 年传承底蕴积极助力宜宾白酒产业高质量发展！”

启动仪式后来自中央、省、市媒体及白酒行业媒体代表将一同走进宜宾产区代表企业，近距离感受和体验宜宾产区的历史、生态、文化以及工匠精神，感受长江“零公里”最优酿酒生态圈的独特优势和魅力，代表们也将走进拥有 600 年传承的永乐古窖酒业，感受永乐古窖深厚的历史文化底蕴。

来源：永乐古窖酒业

藏古纳今出席 2021 全球老酒节

“2021 阿里拍卖全球老酒节”，10 月 26-27 日在杭州国际博览中心隆重举行，1 万平方米老酒展厅、六大主题活动、融合行业生态。

本次老酒节称得上全国乃至全球最大规模的老酒收藏展销会之一，将开创老酒展销品牌的新纪元。

老酒节集老酒展、老酒论坛、老酒拍卖为一体，为期两天的时间里，呈现出六大各具特色的主题活动，“趣味十足”的展会、“大碗云集”的峰会、“重器压轴”的拍卖、“新老结合”的老酒集市合作商共创会等。

老酒集市展销会将是史上最值得来逛一逛的的酒类展销会，来自全国各省市的老酒收藏家们将会把近一个世纪的老酒搬到现场进行展销，活动现场将会化身成为中国最大的酒类历史博物馆。

而在 2021 中国酒类收藏投资峰会暨名企+名酒交流会上，更是汇集了全国最有影响力的品牌、藏家大咖、金融机构、亿万富豪们，重点聚焦在千亿老酒市场的收藏、投资，大家干货满满、总结经验、判断趋势、寻找机会。

“新老结合”的老酒集市合作商共创会上，有众多品牌方领导出席，习酒、茅台红酒、泸州老窖、郎酒、洋河、舍得、董酒、等等，老酒圈子里的大腕新贵，齐聚一堂。藏古纳今有幸受邀出席，并在共创会上荣获阿里授予的【生态合作伙伴奖】

在 2021 全球老酒节.拍卖之夜上，1957 年老茅台，经历了 64 年的岁月沉淀，最终以 156 万的价格成交！当年这瓶茅台 1.79 元出厂价，2.97 元零售价。茅台之上，唯有老酒，酒的价值就是时间的价值。

近年来老酒市场消费升级增幅趋势明显，高端名（老）酒已然形成风口。数据显示，2018 年国内的老酒市场规模已达 500 亿元，2020 年更是达到了 800 亿，在 2021 年这个数字有望突破千亿元。

在去年，胡润研究院发布的《2020 中国老酒白皮书》中就提到对老酒市场的展望，消费能力的提升、健康意识的增强，促使人们对高品质白酒的消费需求与日俱增，“喝少点，喝好点”逐渐成为一种消费共识。

中国白酒消费理念更是经历了从 没酒喝→有酒喝→喝好酒→喝名酒的过程，再到现阶段所诉求的“喝老酒”。老酒也从收藏圈逐步地走向了大众。

2021 阿里拍卖全球老酒节的举办，也是代表着老酒市场将会迎来更加规范的发展阶段。

在行业协会持续发挥统筹引领作用，以及市场监管部门跟进强化市场监管措施的支撑下，老酒市场未来会朝着“标准化、专业化”方向发展。

藏古纳今也会秉持着一如既往的初心，收下这沉甸甸的奖项，未来继续用心做老酒，传承好中国酒文化，为中国老酒市场的推动添砖加瓦！

来源：藏古纳今老酒博物馆

全球瞩目，粤酒担当！九江双蒸 200 周年品牌盛典举行

10 月 27 日，九江双蒸 200 周年品牌盛典在佛山市九江镇举行，以“200 年粤酒担当”主题呈现，省级特色小镇创建项目——南国酒镇规划正式公布。

这场盛典异彩纷呈，扛旗粤酒新发展论坛、1821 酒庄金秋封坛大典、200 周年品牌盛典三大活动吸引了业内外嘉宾、明星和群众到场，彰显出粤港澳大湾区的独特魅力。

业界瞩目，嘉宾共话粤酒新发展

当天上午，扛旗粤酒新发展论坛举行，中国白酒泰斗梁邦昌，广东省酒类行业协会创会会长朱思旭，广东省酒类行业协会会长彭洪，泸州老窖股份有限公司副总经理酒体设计总工程师张宿义，华南理工大学生物工程学院副院长吴振强，华南农业大学食品学院院长钟青萍，山东社会科学院历史所研究员王赛时，华南农业大学食品学院教授廖振林，广州酒类行业协会创会会长钟秉雄，广东粤强酒业有限公司董事长王富强，广州光华酒业总经理华为，羊城食品有限公司总经理陈鹏，象屿酒业副总经理梁茂秦，深圳华邑国际酒业副总经理詹益播，广州嘉度美酒汇副总经理陈子聪，华策营销策划管理有限公司董事长李童，谏策咨询董事长朱福慧等行业嘉宾出席。

在主题演讲《实现米制酒轻负担的健康价值》、《米研达深透，纯满做极致》中，业界嘉宾指出，当前，多元的饮食文化、消费方式正在加速融合，白酒消费文化迎来结构性改变，能够传递“情怀文化”与“个性表达”，度数较低、成分相对单一，对身体负担较轻的米制粤酒有望更受市场认可，但米香白酒企存在“各自为政”的问题，制约了以米制酒为代表的粤酒市场地位的确立。

为此，九江酒厂打出了“扛旗粤酒，做大米香”的口号，成为米香白酒的里程碑式发声。圆桌对话《扛旗

粤酒新发展》环节上，多位嘉宾表示，在粤港澳大湾区成为国家战略的当下，推动粤酒振兴正逢其时，米制酒的品质价值即将迎来焕发，粤酒的未来将更令市场瞩目。

金秋封坛，1821 酒庄迎来首开大典

27 日下午，高峰论坛圆满落幕，一场封坛大典在广东省特色小镇南国酒镇 1821 广场举行。在中国白酒泰斗梁邦昌、广东省酒类行业协会会长朱思旭、广东省酒类行业协会会长彭洪等行业嘉宾的见证下，一坛坛“50 度领粤 1821 陈年原酒”，以特制陶坛封藏，被送入恒温恒湿的“1821 酒庄”，静待时光的陈酿。

香醇绵柔的原米香老酒，是九江双蒸连接历史、当下和未来的纽带。本次金秋封坛大典，既合乎九江双蒸天人共酿、自然和谐的品质之道，也深得酒美情真、香传悠远的文化传承。

随着一坛坛“50 度领粤 1821 酒年份原酒”顺利入库，九江双蒸 1821 酒庄也正式开庄。据悉，1821 酒庄占地约 100 亩，依托传承了千年酿酒历史的粤酒核心产区，打造以粤酒文化为中心的交流场所：在这里，消费者可以领略百年薪火相传的酿酒工艺和生产作坊，体验酿造过程，还可感受米制酒所传递的“情怀文化”与“个性表达”。

“南国酒镇”特色小镇项目启动，助推大湾区城市建设

在粤港澳大湾区建设如火如荼推进之际，九江镇以九江双蒸 200 周年品牌盛典为契机，发布南国酒镇规划。项目立足九江双蒸酒 200 年的历史积淀、成长土壤和产业基础，致力打造成为“产业+文旅+生态”融合发展的特色小镇，构筑儒林湾的文旅核心增长极，促进九江-西樵联动发展，打造“城乡融合创新示范区”。

作为城市升级重点项目，“南国酒镇”以酒产业为基础、以酒文化为脉络，对于联结产业经济、打造酒业文化圈、提升城市品质发挥着重要作用，致力打造成粤港澳大湾区背景下传统文化魅力的展现平台。

城、产、文、人融合，打造生态文旅水乡。“南国酒镇”特色小镇总面积 3.25 平方公里，自创建以来，各项工作成效斐然。其中，九江国风园作为重点子项目，以朱九江纪念公园、朱九江墓（龟岗）及与之相连的鱼塘、3 大旧蚕房、十余栋古建筑民房为载体，正全速打造集历史文化展示、研学游学、休闲游憩、餐饮住宿于一体的综合性文旅产业园，在盘活九江文旅资源、打造精品旅游路线、提升城市整体形象等方面发挥着重要作用。

九江镇党委副书记、镇长罗淮东发表南国酒镇特色小镇规划致辞。当天公布的项目规划，创新性提出“图层次开发”的城乡融合九江解决方案。通过生态先行、文旅突破、产业维新三个图层路径，打造出西江岸上的一幅美丽图卷。万里碧道以唯美花海为特色，点缀微醺时光、酒旗帆等艺术节点；九江酒厂定位国家工业旅游示范基地，提供观、品、学、体、购等文化体验；花花渔场以闻名全国的九江鱼花为主题，融合亲子无动力游乐设施；南国酒墟临水而立，华灯璀璨中舞狮、大头佛、音乐节上演；水上森林满载龙舟文化，乘坐彩色渔船，徜徉墨绿森林；儒林湾 1 号融合 5G 智慧医疗，打造优质宜居的样板生活区；各片区特色鲜明，富有内涵，共同构成九江文旅新地标。

当天，作为南国酒镇特色小镇的示范项目 1821 广场《忆吧乐活街》的一期工程正式亮灯并投入使用。这是南国酒镇”特色小镇首推的体验场景，是佛山首部集装箱式多维体验吧台，是“十四五”期间广东省佛山市实施全域旅游发展战略的重点创新项目。

从经济的湾区、产业的湾区，到文化的湾区、人文的湾区，一座世界级湾区的建设非一日之功。这是时代的进程，也是世界的进程。“南国酒镇”或许不是湾区布局的制高点，却必然是湾区崛起的发力之地。

【撰文】王谦
九江酒厂供图
来源：南方+

执行会长王富强拜会湛江酒协会会长文华喜

10月29日，执行会长王富强代表广东省酒类行业会拜会湛江市酒类行业协会，受到文华喜会长及全体工作人员的热烈欢迎！执行会长王富强向文华喜会长介绍了广东酒协在服务会员，维护行业有序健康发展等工作的具体做法。同时，对广东酒类市场的发展提出了见解。对湛江市酒协在文会长的带领下，做出的成绩给予充分的肯定，也感谢湛江市酒类行业协会一直以来对广东酒协工作的支持！文华喜会长向执行会长王富强介绍了湛江市的酒类市场情况和未来发展趋势，对于省酒协在服务会员、服务行业的做法经验给予赞赏，希望省酒协多给湛江酒协支持和帮助！

双方就未来在各个领域的合作进行广泛的交流，达成共识，相信省市酒协加强合作，一定能够推动广东酒业的发展！

来源：广东省酒协秘书处

陈太吉酒庄迎来多国领事馆官员体验佛山非遗，品味粤酒醇香

由佛山市文广旅体局和佛山市外事局共同主办的第二届“遇见·非遗”佛山非物质文化遗产体验交流活动昨天启动，为期3天。多国领事馆官员及其家属走进石湾酒厂集团（陈太吉酒庄）体验省级非遗项目石湾玉冰烧酒酿制技艺的独特魅力，并参观岭南酒文化博物馆一起感受岭南酒文化，品味粤酒风韵。

非遗酒韵飘香，文化体验共赏

广东石湾酒厂集团董事长、陈太吉酒庄庄主范绍辉陪同来访的外国友人参观博物馆，并向他们介绍陈太吉酒庄历史文化，分享“美酒让生活更欢乐”的理念。

参观岭南酒文化博物馆，了解石湾玉冰烧非遗技艺的历史传承。

深入体验传统酿造工艺

陈太吉酒庄作为国家3A级景区，为本次活动的佛山剪纸、木版年画等非遗体验提供极具文化韵味的活动环境，使得本次“遇见·非遗”活动更具文化体验感，充分展现佛山非遗魅力。

来源：广东石湾酒厂集团

过江龙，为《乡见未晚》撑腰！

“河源首部院线电影”，故事曲折动人。近日，电影《乡见未晚》剧组再次回到河源做了一次剧情的补拍，而这一次补拍依然得到众多河源力量支持，其中一股力量就是“过江龙酒业”。“早相见，晚相见，灵魂相近的人早晚都会相见，最好的乡见，都未晚。”

近日，电影《乡见未晚》剧组再次回到河源做了一次剧情的补拍，这也是导演李艺文为了让电影达到更好的效果，再一次不懈的努力。而这一次补拍依然得到众多河源力量支持，其中一股力量就是“过江龙酒业”。

“最好的乡见，都未晚”——这是《乡见未晚》的主题，也是这部电影的心路，一路总有想不到困难，也总有不断的美好“乡见”。

过江龙董事长何伟国先生，在充分了解到“河源首部院线电影”饱含家乡情怀，讲述河源故事，及导演在这部电影中百折不挠的历程之后，决定用“过江龙”力量为这部电影助力，为家乡助力，为河源的文化和宣传助力。并向每一个拥有家乡情怀、时代担当和艺术追求的中国电影人表示致敬。

因为这次补拍“过江龙酒业”与《乡见未晚》终于得以“乡见”，这一次是难得可贵的相互赋能，过江龙酒

业为“河源首部院线电影”撑腰！

《乡见未晚》讲述的是一个在城市中失意的女性，回到曾经与其格格不入的家乡，通过与父亲的相处，重新找回自我的故事。导演李艺文曾连续三年担任中国纪录片电影节选片人，拍摄过多部影视作品和众多优秀广告作品，并曾与章子怡、唐朝乐队有过深度合作。而这一次，他将镜头对准乡村，对准自己的家乡河源。希望透过这部电影，表达出内心对故乡的情感，唤起观众心中深藏的“乡愁”。

“早相见，晚相见，灵魂相近的人早晚都会相见，最好的乡见，都未晚。”《乡见未晚》这部电影就是在前行中不断产生美好的相见，相互的温暖，相互的成就，这就是文化的价值。已完成拍摄的《乡见未晚》不久之后也将启动全国的宣发，更多的美好“乡见”必然发生，我们也期待更多合作的佳话流传，携手这部全国院线电影，让“河源”及“河源造”走向全国。

来源：过江龙酒友会

新加入会员名单

安徽口子酒营销有限公司 地址：安徽省淮北市相山南路9号 电话：0651-6899669	广州国翔报关有限公司 地址：广州市花都区花东镇空港大道9号A4栋东门三层 电话：020-87799989
酒时刻（广州）电子商务有限公司 地址：广州市海珠区昌岗中路昌岗南街50号首层自编 电话：4008601138	嘉度国际贸易（广州）有限公司 地址：广州市白云区槿花街1号127铺 电话：020-88501989
广东裕和酒业有限公司 地址：深圳市福田区福田路海岸环庆大厦1201 电话：13530146706	珠海市横琴新区诚客贸易有限公司 地址：珠海市横琴新区宝华路6号105室-5827 电话：0756-8823966
广州嘉临酒业有限公司 地址：广东省广州市天河区天河直街166号123房 电话：020-38625492	广州市黄埔区星河庄烟酒行 地址：广州市黄埔区丰乐中路35号101铺 电话：19537146961

理事单位：广州卡西亚葡萄酒有限公司

广州卡西亚葡萄酒有限公司隶属香港兴阳集团，坐落于繁华的国际大都市-广州，主营意大利托斯卡纳出口排名 No.1 大葡萄酒生产商 CASTELLANI (卡氏)家族知名品牌 VIA CASSIA (卡西亚.云歌)和 SUNBELLA (阳光贝拉) 葡萄酒，酒款涵盖意大利葡萄酒所有等级。除意大利外还有新增智利西格尔酒庄，能满足各个消费群体的差异化需求。

作为葡萄酒进口商，卡西亚葡萄酒有限公司具有得天独厚的优势---葡萄酒进口价格的绝对优势。因为集团的第一大业务板块---皮料业务，在意大利皮料进口商中采购能力一直名列前茅，厚实的经济实力和良

好的信誉为集团赢得了口碑，所以在葡萄酒的采购上，我们是酒庄直采，避免了中间商差价；具备了价格谈判的实力；还享有优先取货的权利。

集团一直秉承货真价实，诚实守信，互惠互利的原则，所以卡西亚葡萄酒有限公司在面对消费者时，确保每一瓶酒都是原瓶进口；在面对合作伙伴时，始终心系伙伴的利益；在面对员工时，时刻谨记肩膀上的责任，并心怀感恩之心，感谢员工流淌的每一滴汗水。

葡萄酒市场是不断发展变化的，但我们初衷不改：让消费者用亲民的价格喝到地地道道的意大利原瓶进口好酒，为此我们会不断考察新的酒庄，不断品鉴新的葡萄酒，力求快速地为消费者推荐更多高品质的、适合消费者口味习惯的葡萄酒。同时，我们向合作伙伴郑重承诺：分享市场信息、营销经验和利润，早日实现共赢的局面！

电话：020-39193626

地址：广州市番禺区番禺大道 346 号万利商业 D 栋 809 室

理事单位：广州胖财神电子商务有限公司

广州胖财神电子商务有限公司成立于 2021 年，专注于白酒类产品线上运营与销售。公司员工 200 余人，办公面积 3000 平方米，公司自有直播间有 30 个，其中包括 1 个大型专场直播间，6 个中型直播间，23 个小型直播间。公司储备了 30 名全职主播和超过 100 人的兼职主播团队，自有虚拟主播 1 名正在制作中，有超过 50 名的头部达人和明星资源，能结合品牌做大型主题专场的直播活动，助力品牌方产品美誉度和知名度的提升。

公司预计 2022 年自有直播间单间平均销售额做到 200 万以上，所有直播间全年总销售额 7.2 亿人民币，非自有渠道销售额 6 亿人民币。目前代理品牌包括华茅，舍得，沱牌，习酒烧坊，茅台醇，甲班，天赐帝陀，谷粮韵，茅仙酒，贵州老窖，茅典酿，海峡两岸等；合作品牌包括飞天茅台、五粮液、赖茅、郎酒、茅台王子酒等；销售渠道包括抖音、快手等直播电商或短视频渠道，大客户直销等。

电话：15889962657

地址：广州市海珠区新滘西路 88 号海珠同创汇西八街 44 号 301

理事单位：广东省敏于行供应链管理有限公司

广东省敏于行供应链管理有限公司，由王敏女士创办，公司位于华南中心广州天河区，专注于大消费领域，顺应人民对美好物质文化需要的发展方向，承接广大中产家庭消费升级需求，以酱香型白酒品牌运营为核心业务，涵盖茶叶、粮油等众多健康原产消费品。经过多年发展，目前公司已在全国构建起完善的分销渠道网络，合作代理分销商 100 多家，连锁门店上百家，市场零售总额过亿元。

公司主营人民岁月、肆拾玖坊系列酱酒产品，人民岁月品牌系人民日报旗下人民创意操刀设计，独家授权，产品源自贵州茅台镇 7.5 平方公里核心产区，精选陈年大曲坤沙酱酒，面向精品政商务、商协会消费，旨在打造一款人民敢喝、能喝、爱喝的优质酱酒。作为华南运营中心指定授权运营商，致力于将人民岁月酒打造成政商消费首选品牌。

公司经营理念：讷于言而敏于行，出自论语里仁篇，一如公司创始人王敏女士多年商海生涯的风格，王敏女士秉着成人达己的利他思想，自 1996 年创业以来，在 IT 领域成为行业翘楚，曾是广东地区最大联想数码产品分销商，2015 年，公司转型大消费品领域，在董事长王敏女士敢作敢为的带领下，公司团队以雷厉风行的作风迅速打开局面并取得了优异的市场表现。

我们认为，一切商业的本质都是用户获利，商品不仅要具备使用价值属性，更要满足用户的精神价值、社会价值、文化价值。因此，敏于行公司以用户体验为中心，强化价值认同与情感融通，变产品销售为用

户聚合，围绕“场景+文化”，打造用户沉浸式的酒文化体验，重构人、货、场关系，促进了社会消费升级。同时，强化白酒的社交属性，通过跨界合作，让酱酒新零售成为更多行业的高黏性、高回报、高成长的伴侣业务，成为众多产业互联的桥梁，促进社会经济繁荣。

电话：13602706599

地址：广东省广州市天河区石牌西路 8 号 501

理事单位：广州市骑牌生物科技有限公司

企业简介：2018 年，广州市骑牌生物科技有限公司正式成立，专注于天然植物及植萃 SOD（Super Oxide Dismutase 超氧化物歧化酶）的功能研究和应用开发，与中科院广州分院入驻企业 SOD 研发应用中心，合作开发萃取植物精华 SOD（超氧化物歧化酶）系列科技产品开创独特的生物分子切割科技，精准控制萃取植物精华 SOD 的活性，达到清除过量自由基，“修护”细胞之目的，并提出“酶好生活，从凹凸开始”的理念。

公司以“医食同源”为宗旨，严格按照医药标准，通过无菌化生产，打造细胞营养架构，推出安全、可靠、有效、健康的产品。引领大众建立有效预防疾病的观念，为身体带来安全和充分的营养，重塑健康体魄，恢复肌体平衡，让健康与美丽同行。

公司于 2019 年与贵州茅台健康产业有限公司联手，打造出“怀匠凹人凸”系列高端健康白酒。公司紧紧抓住酱酒与大健康的风口，斥巨资研发出 SOD 酱香型白酒，采用高科技生物技术将 SOD 活性酶与白酒配伍，把传统饮酒文化引向健康饮酒的新时代。

电话：020-26223688

地址：广东省广州市增城区新城大道 400 号增城低碳总部新城创业中心 12 号楼 1907

理事单位：贵州东海韵商贸有限公司

公司由一群京东、阿里等互联网企业员工最早发起成立、于 2018 年注册成立贵州任酱酒业有限公司（独立商标），主营品牌开发和电商自营，2019 年成立贵州鼎好酒业有限公司，2021 年 1 月注册成立贵州东海韵商贸有限公司和贵州茅五福酒有限公司（独立商标），目前运营公司以上四家，任酱、毛五福主要做品牌开发，鼎好承接所有电商项目，东海韵承担贸易。

截至今日已经发展为集品牌开发、贸易、电商、零售、渠道招商等为一体的综合型公司。

目前运营五大系列十几个品牌上百款产品，并成为多彩贵州酒集团、怀庄酒业集团等大型集团公司的重要产品和运营合作伙伴。

电话：15338512942

地址：贵州省贵阳市南明区小车河街道办事处五里冲项目 J 区第 1 栋（1）1 单元 10 层 24 号房

理事单位：广州千熙酒业有限公司

千熙酒业集团位于贵州省茅台镇风光秀丽的赤水河畔，处于酱酒 7.5 平方公里核心产区，是一家集酱酒生产、酒类销售、老酒储存及酱酒文化推广为一体的复合型集团，储存年份酱香老酒万余吨。

千熙酒业自成立之初就专注于酱香白酒酿造工艺，以厚积薄发的实干精神深耕酱香市场，传承酱酒酿造工艺，也得到了业内的认可，目前已成为中国酒业协会会员单位、贵州省仁怀市酒业协会理事单位。

千熙酒业自成立之际就以产品品质为首要核心，凭借酱香突出的魅力荣获“仁怀市慈善总会第一届副会长单位”、“《品牌中国》节目重点推荐品牌”、“青岛市微尘公益基金爱心单位”、“深圳市文化创意行业协会

会优秀合作伙伴”、“第七届全球深商大会支持单位”、“2021 年旧金山世界烈酒大赛金奖”、“中国酒业年度产品力大奖—中国酒业年度新品”、“中国酒业年度产品力大奖—中国酒业年度最佳包装设计”、“遵义产区第五届红高粱奖新锐企业”、“遵义产区第五届红高粱奖优秀酿酒师”、“2019 年度最具市场影响力品牌”、“2019 年诚信金榜典范单位”、2020 第 14 届全国食品博览会暨酒业博览会“泉鼎奖特金奖”、2021 年度《酱酒品牌 TOP100》（千熙酒业）、2021 年度《酱酒单品 TOP100》（千熙经典酒）、2021 年度 45 名 45 岁以下酒业精英”等众多荣誉。

另外，千熙系列酱酒作为千熙酒业集团的匠心之作，以高超的品质获得了广大消费者的喜爱和众多社会团体的认可和赞誉，是“第二届跨国公司领导人青岛峰会”、“郎朗和他的朋友们音乐会”、“中国志愿军研究会成立大会”、“第八届国际戏剧学院奖”等团体活动的指定用酒，每项荣誉都是对千熙系列酱酒实力的见证、品质的认可，都是千熙酒业勇往直前的不竭动力。

贵州千熙酒，酱酒新贵，酱香新力量。千熙酒业，传承千年酱酒文化，茅台镇酱香型白酒传统酿造工艺的传承者，守初心，集匠心，只做正宗坤沙酒。

电话：13925160060

地址：广州市天河区黄埔大道西 365 号 1409 室 S39

理事单位：韶关市洞藏酒文化旅游开发有限公司

韶关市洞藏酒文化旅游开发有限公司由东莞市七习实业投资有限公司自筹资金成立于 2019 年，公司主要以：文化旅游项目开发；酒店、餐饮管理；酒类批发及零售等为经营的现代化公司。

公司于韶关市西联镇芙蓉村开发长达 2.3 公里原生自然山洞，其山洞及周边主要以旅游观光、餐饮服务、白酒储藏等一体化服务，打造成为极具本土特色的自然人文旅游胜地。公司旗下拥有“泽将”白酒品牌，以打造让消费者“喝得起、喝放心、能收藏、能升值”的优质白酒。

公司本着“优质服务、客户满意”的经营宗旨，致力于洞藏酒旅游资源、旅游设施开发和建设；以推动公司酒销售发展，引领公司品牌做大做强，让环境优势与服务深度融合，创国内知名品牌为经营理念，在社会中树立起良好的企业形象。

电话：13760136345

地址：广东省韶关市武江区西联镇芙蓉村原 608 人防工事及口部管理房

理事单位：深圳大鲸食品科技有限公司

深圳大鲸食品科技有限公司是一家专注于高端酒水和食品研发、生产、销售、投资为一体的高科技、创新型实业公司。

自有“亦洲”高端酒水品牌，在贵阳市清镇红枫湖设有占地 90 余亩的利口酒专业酿造基地，并在毕节市织金县大岩山建设有近万平米洞藏基地。拥有利口酒行业最完善的果园、稻米、制曲、酿造研发、灌装生产、洞藏等产业链配套及行业先进的生产技术。

目前拥有发明专利、著作权、商标权等各类知识产权 28 项。亦洲利口酒除与传统渠道的酒庄、餐饮会所、夜场等建立了广泛的合作关系，还与希尔登游艇会、奔驰车友会、丰田中国公司、玛莎拉蒂、中外新闻社、华为、腾讯、迈瑞等社会组织及标杆企业建立了深度合作模式，日益成为新中产和时尚人群的社交符号产品。

2020 年 10 月成为国家外事接待及政务宴会用酒（国宴酒）之一，并成为冰岛、斯洛伐克、贝宁、马耳他、乌拉圭、坦桑尼亚、突尼斯、新加坡、孟加拉、印尼、新加坡等 15 个驻华使领馆接待及礼品用酒。

2022 年 5 月、8 月又分别荣获日本东京、美国全球产品外观及酒体最高设计银奖和最高人文艺术奖。

旗下大鲸联合投资发展有限公司专注于低度酒水的运营管理。公司本着“求实、求新、求发展”的宗旨，将“全球利口酒最佳供应商；东方生活美学与自在生活方式的酿造者”作为发展愿景，努力通过实现“提供高端酒水，营造欢快氛围”的企业使命，持续不断地为客户、员工及所有利益相关者创造价值。

电话：4001059599

地址：深圳市南山区美年国际广场 3 栋 12 楼

理事单位：深圳恒盈基实业有限公司

上海贵酒（上交所股票代码：600696）总部位于上海浦东陆家嘴，业务涵盖白酒投资并购、生产制造、销售以及创新科技等多领域的综合性产业模式，是一家多元化的集团性公司。

凭借上海贵酒良好的品牌影响力、雄厚的实力和优质的服务，旗下产品“君道贵酿”享誉国内外市场，在 2019 比利时布鲁塞尔国际烈酒大奖赛上，斩获大金奖，成绩骄人。同时上海贵酒还荣获中国品牌节“金谱奖”、“2020 中国酒业年度最佳营销案例”等社会殊荣和重磅大奖。

深圳恒盈基实业有限公司系上海贵酒在_广东_地区战略合作伙伴，是一家创新型白酒销售企业，主营产品系上海贵酒的君道贵酿系列。

公司将“高品质”发展作为立司的使命与责任，聚焦高品质白酒市场，目前营销网络布局全省。公司引入现代化的运营管理体系以及创新性营销方式，联动上下游，大力推动产业升级和商业模式创新，打造线上、线下营销闭环。公司立足于自身业务优势，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。

加入酒协后，公司将助力白酒行业创新发展，为行业开辟新的市场，注入新的活力、贡献新的价值。

电话：13510701654

地址：深圳市龙华区龙华街道景龙社区人民路与八一路交汇处壹成环智中心 2 座 8 层 B03-04

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

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