

广东酒业简讯

第 194 期

(2019 年 第 10 期)

广东省酒类行业协会秘书处编

2019 年 11 月 14 日

【本期摘要】

- ☆ 10 月酒类商品电商价格统计表
- ☆ 2019 年 1-9 月我国葡萄酒进口情况统计
- ☆ 2019 年 1-9 月全国白酒产量统计分析
- ☆ 2019 年 1-9 月中国啤酒进出口数据
- ☆ 税改新政来了，调整如何影响酒业？
- ☆ 阳春市委书记陈平带队走访石湾酒厂集团阳春基地
- ☆ 粤酒新体验 | 温泉三花酒
- ☆ 天赐帝沱独家冠名澳门“最大规模的挥毫课” 近 2700 人共创吉尼斯世界纪录！
- ☆ 热烈祝贺湖北粤强樽品酒业有限公司隆重开业
- ☆ 范绍辉董事长出席“新中国成立 70 周年品牌峰会”
- ☆ 亮相第七届中国成都国际非遗节，永乐古窖以实际行动助力非遗传承
- ☆ “原酒大王”亮相上海国际酒博会，喜迎八方宾客
- ☆ “开云渤隆队”征战 2019 中国多酒种盲品精英（城市）挑战赛
- ☆ 以名企广汽为师 立世界潮头之先——富润酒业集团“第八期富润学习日”活动在广汽集团举行
- ☆ 广东广兴湖酒业&富邑集团，战略合作伙伴签约仪式圆满举行！
- ☆ 集团公司董事长王伯航到广州市进行仁帅酒市场开发工作调研
- ☆ “爱·责任——朝朝向上百亿品牌庆祝酒会”
- ☆ 暨新品年份苦荞酒水蕴坊发布会圆满举办

本期目录

行业信息.....	3
10月酒类商品电商价格统计表.....	3
2019年1-9月我国葡萄酒进口情况统计.....	3
2019年1-9月全国白酒产量统计分析.....	4
2019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.....	6
今年“十一”白酒成交同比增长12倍.....	6
前8月多个白酒大省产量下降 四川增长.....	8
全年下跌已成定局，进口葡萄酒利空出尽，明年或将触底反弹？.....	9
政策法规.....	11
税改新政来了，调整如何影响酒业？.....	11
会员动态.....	12
阳春市委书记陈平带队走访石湾酒厂集团阳春基地.....	12
粤酒新体验 温泉三花酒.....	12
天赐帝沱独家冠名澳门“最大规模的挥毫课” 近2700人共创吉尼斯世界纪录！.....	13
热烈祝贺湖北粤强樽品酒业有限公司隆重开业.....	14
范绍辉董事长出席“新中国成立70周年品牌峰会”.....	15
亮相第七届中国成都国际非遗节，永乐古窖以实际行动助力非遗传承.....	16
“原酒大王”亮相上海国际酒博会，喜迎八方宾客.....	17
“开云渤隆队”征战2019中国多酒种盲品精英（城市）挑战赛.....	18
以名企广汽为师 立世界潮头之先——富润酒业集团“第八期富润学习日”活动在广汽集团举行..	18
广东广兴湖酒业&富邑集团，战略合作伙伴签约仪式圆满举行！.....	19
集团公司董事长王伯航到广州市进行仁帅酒市场开发工作调研.....	20
“爱·责任——朝朝向上百亿品牌庆祝酒会”.....	20
暨新品年份苦荞酒水蕴坊发布会圆满举办.....	20

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	无	无	无	1499
500ML 52 度五粮液普五	1269	909	1362.7	1150
500ML 52 度泸州老窖国窖 1573	999	999	919	949
500ML 52 度剑南春水晶剑	423	423	453.4	423
500ML 50 度古井贡酒年份原浆（古 5）	156.75	159	无	158
500ML 52 度泸州老窖特曲	318	318	299.6	318
480ML 52 度天之蓝	386	389	389	389
500ML 53 度红花郎十年陈酿	369	无	448.9	349
500ML 53 度汾酒青花 20 年	458	458	无	408
700ML 轩尼诗 XO 干邑白兰地	1588	无	1599	1409
700ML 轩尼诗 VSOP 干邑白兰地	410	无	494.4	389
700ML 蓝带马爹利干邑白兰地	1358	无	1469.9	1215
700ML 人头马 XO 特优香槟干邑白兰地	1332	无	1468	1330
700ML 人头马 VSOP 特优干邑白兰地	439	无	419	379

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）

2019 年 1-9 月我国葡萄酒进口情况统计

2019 年 9 月我国葡萄酒进口量为 51229 千升，同比下降 16.4%，进口金额为 182080 万元，同比下降 16.8%；1-9 月进口量为 501360 千升，累计下降 11.5%，进口金额为 1789546 万元，累计下降 7.6%。

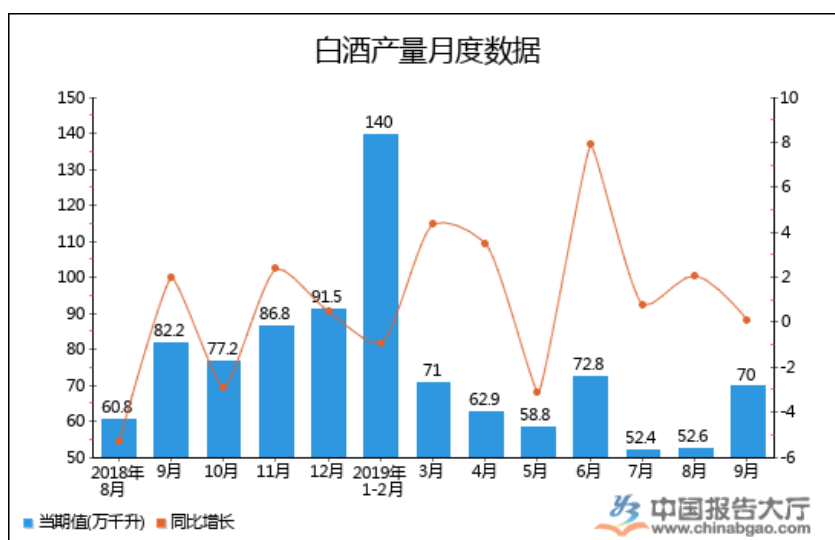
来源：中国报告网

2019 年 1-9 月全国白酒产量统计分析

根据中国报告大厅对 2019 年 1-9 月全国白酒产量进行监测统计显示：2019 年 9 月全国白酒（折 65 度，商品量）产量 70 万千升，同比增长 0.1%，2019 年 1-9 月全国白酒产量为 574.8 万千升，累计下降 1.8%。

2019年1-9月全国白酒产量分月数据

时间	当期值(万千升)	累计值(万千升)	同比增长(%)	累计增长(%)
2019年2月	0	140	0	-0.9
2019年3月	71	205.9	4.4	0.2
2019年4月	62.9	268	3.5	1.1
2019年5月	58.8	325.8	-3.1	0.4
2019年6月	72.8	397.6	7.9	2.2
2019年7月	52.4	456.1	0.8	1.1
2019年8月	52.6	508.3	2.1	1.3
2019年9月	70	574.8	0.1	-1.8



附表：

2019 年 1-02 月全国白酒（折 65 度，商品量）产量累计值为 140 万千升，累计下降 0.9%。

2019 年 3 月全国白酒（折 65 度，商品量）产量为 71 万千升，累计值为 205.9 万千升，同比增长 4.4%，累计增长 0.2%。

2019 年 4 月全国白酒（折 65 度，商品量）产量为 62.9 万千升，累计值为 268 万千升，同比增长 3.5%，累计增长 1.1%。

2019 年 5 月全国白酒（折 65 度，商品量）产量为 58.8 万千升，累计值为 325.8 万千升，同比下降 3.1%，累计增长 0.4%。

2019 年 6 月全国白酒（折 65 度，商品量）产量为 72.8 万千升，累计值为 397.6 万千升，同比增长 7.9%，累计增长 2.2%。

2019 年 7 月全国白酒（折 65 度，商品量）产量为 52.4 万千升，累计值为 456.1 万千升，同比增长 0.8%，累计增长 1.1%。

2019 年 8 月全国白酒（折 65 度，商品量）产量为 52.6 万千升，累计值为 508.3 万千升，同比增长 2.1%，累计增长 1.3%。

2019 年 9 月全国白酒（折 65 度，商品量）产量为 70 万千升，累计值为 574.8 万千升，同比增长 0.1%，累计下降 1.8%。

以上就是 2019 年 1-9 月全国白酒产量统计，数据来源于国家统计局及中国报告大厅数据中心整理发布，仅供参考。

来源：中国报告大厅

2019 年 1-9 月中国啤酒进出口数据

2019 年 9 月，中国进口啤酒 5.7336 万千升，同比下降 19.4 %；金额为 4.7515 亿元（人民币，下同），同比下降 15.6%。

2019 年 1-9 月，中国累计进口啤酒 57.5588 万千升，同比下降 12.7%；金额为 43.8440 亿元，同比下降 6.3%。

2019 年 9 月，中国出口啤酒 4.051 万千升，同比增长 17.5%；金额为 1.7408 亿元（人民币，下同），同比增长 12.0%。

2019 年 1-9 月，中国累计出口啤酒 30.743 万千升，同比增长 7.2%；金额为 12.8109 亿元，同比增长 3.5%。

来源：中国国际啤酒网

协会动态

10 月协会活动简讯

2019 年 10 月 7 日，第三届中国酱香酒节暨 2019 茅台镇重阳祭水大典，在仁怀市茅台镇 1915 广场隆重举行。秘书长陈兴武应邀出席活动。

2019 年 10 月 10 日，TOEwine 深圳国际葡萄酒与烈酒博览会在深圳会展中心 4 号馆正式拉开帷幕！协会组织会员前往深圳参加博览会。

2019 年 10 月 11 日，会员日主题活动“走进行业标杆—俊涛名烟名酒连锁”成功举行。本期会员日共有 40 多名会员企业代表参加。

2019 年 10 月 12 日，温泉牌三花酒柔雅香型专家品鉴会暨封坛酒库揭幕仪式在从化太平镇鹰金钱产业园隆重举行。会长彭洪、副秘书长丘冬梅、白酒专家张水祐等出席了本次活动。

2019 年 10 月 13 日上午，香港酒类行业协会何耀康会长到访广东省酒协，受到彭洪会长及协会秘书处全体人员的热烈欢迎。双方就粤港两地的商务交流、经贸合作等方面进行了广泛的交流，并达成共识，为下一步工作的推进奠定了基础。

2019 年 10 月 17 日，会员单位：梅州市客家天地酒业有限公司总经理黄淑辉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欢迎。

2019 年 10 月 18 日，由南方出版传媒股份有限公司主办、葡萄酒杂志承办的中国葡萄酒产业高峰论坛在广州举行，会长彭洪出席并致辞。

2019 年 10 月 22 日，综合部部长白雪拜访 副会长单位：广州品真味文化发展有限公司，受到周鹏总经理及公司员工的热情接待。

2019 年 10 月 23 日，广东广兴湖酒业与富邑集团战略合作伙伴签约仪式晚在广州瑰丽酒店三楼宴会厅举行。会长彭洪受邀出席。

2019 年 10 月 24 日，葡萄酒分会陈泳秘书长在上海拜访会员单位：搬酒（上海）商务电子有限公司，受到戴航董事长及公司员工的热情接待。

2019 年 10 月 26 日，由广东朝朝向上酒业有限公司主办的“爱·责任——朝朝向上百亿品牌庆祝酒会”在广东星达集团兆华园中国厅隆重举行。会长彭洪、秘书长陈兴武受邀出席本次活动。

2019 年 10 月 28 日，会长彭洪一行拜访 理事单位：宜宾永乐古窖酒业股份有限公司，受到董事长 伍倩雯，华南区域销售总监 揭良海及公司员工的热情接待。

来源：广东省酒协秘书处

热点关注

今年“十一”白酒成交同比增长 12 倍

悄悄地，国庆长假走了。未等假期结束，十月一黄金周的全民消费数据也已纷纷出炉。

据文化和旅游部数据显示，在国庆期间，全国共接待国内游客 7.82 亿人次，同比增长 7.81%；实现国内旅游收入 6497.1 亿元，同比增长 8.47%，再创历史新高，消费成为经济增长引擎。同时商务部监测，10 月 1 日至 7 日，全国零售和餐饮企业实现销售额 1.52 万亿元，比去年同期增长 8.5%。其中老字号餐饮、特色网红餐厅人气火爆，黄金周前 6 天，餐饮类消费金额同比增长 40.3%。

支付宝消费报告显示，在国庆节前三天，实体店的人均消费频次增 45%，美食、出行、零售三大行业

堪称拉动内需的“三驾马车”。

中信证券 8 日发布研报点评 2019 年国庆假期消费数据称，国庆消费数据总体平稳，餐饮增长稳健、免税增长亮丽，出境、景区增长乏力。在经济增速放缓背景下，餐饮产业链、免税、化妆品、体育、养殖景气上行明确，白酒、食品等必选消费稳健。

今年的国庆节，“购物、餐饮等传统消费亮点纷呈，特色旅游、文化等新兴消费蓬勃发展，夜间经济大放异彩。”

酒水销量倍增，受众差别明显

10 月 3 日，苏宁发布了《2019 国庆出行消费报告》，根据线上消费数据整理，在国庆期间，大批年轻人选择了居家过节，床上折叠电脑桌销量同比增长 142%，收纳盒同比增长 106%。中年人才是国庆出行的消费主力，数据显示，在国庆期间零食类销售同比增长 140%，购买者以 30-40 年龄段最多，占比 20%；酒水销售更是大幅上升，酒水类销量同比增长 174%，购买者以 30-40 年龄段最多，占比 18%。

苏宁 2019 国庆大数据显示，10 月 1 日至 7 日，国产品牌销量同比增长 16.2%，是进口品牌销量增长的 4 倍。35 岁以下群体成为国产品牌的主要消费人群，占比 50.8%，一二线城市占比 66.2%。

在酒水消费上，10 月 1-7 日，白酒、黄酒、啤酒销量同比增长 96%、158%和 124%。北京、南昌、上海的男性群体对茅台情有独钟，年龄集中在 36-40 岁，南京人更偏爱洋河，其中男性占比 73.6%，主要消费群体为 90 后，南昌则为五粮液销量最佳城市。在整个大快消市场中，茅台已同黄金一样成为消费热点。

线上销售火热，电商控价茅台

10 月 6 日，阿里巴巴发布的《2019“十一”黄金周消费数据报告》数据显示，今年的消费主要围绕爱国主题，“银发经济”和亲子经济为代表的家庭类消费升温，消费结构升级，囤点白酒、买点螃蟹、智能家居成为线上消费的新热点。而囤点白酒中的“酒”最引人注目的就是 1499 元的飞天茅台。

近期茅台厂家动作频频，身为市场宠儿的茅台一举一动都吸引了众多眼球。继线下 6 家商超——华润万家、大润发、物美、上海 Costco、贵州华联、贵州合力超市售卖飞天茅台后，抢购一词便围绕着飞天茅台酒。

10 月 1 日茅台电商直销渠道正式落地，茅台预招标三家综合电商，给予的供给额度为 170 吨、130 吨、100 吨，普遍认为天猫及苏宁目前有 300 吨的配额。天猫超市的活动规定，从 10 月 1 日开始，每天早上 10:00 和晚上 22:00 都能以 1499 元的价格在天猫超市抢购两瓶 53 度飞天茅台。结果是 1499 元茅台一经上架就秒空，据阿里数据显示在这个十月一，有 300 万人次在天猫超市抢购茅台酒。

同时，苏宁在十月一期间推出了茅台抢购预约，为了防止刷单，苏宁易购出台了相当严格的限购规则。10 月 1 日当天，已有 10 万人在苏宁成功预约了飞天茅台的抢购券，8 日，苏宁官方数据显示，全国有 36.6725 万人次实名认证的苏宁 Super 会员通过了抢购资格审查，10 点一过苏宁易购的首批飞天茅台售卖开始就被抢购一空，部分显示“当前活动太火爆，请稍后再试”，当刷新页面重试后茅台显示已经卖光，后期直接下架。

目前，苏宁物流准时达服务已覆盖全国 200 个城市，90%以上地区可实现当日或次日达。后期苏宁将通过强大的物流服务体系，将茅台酒安全快速地送达消费者手中。在苏宁茅台产品的评论中，部分消费者上午下单下午就已收到飞天茅台。

有媒体报道，茅台这一系列放量出货抑制酒价上涨的动作对茅台酒炒客实现了有效狙击，茅台酒价格回落，使炒客承受了重大损失。

长城证券表示，茅台直营渠道发货量加大，真实需求得到满足，商超投放进度加快、电商招标落地、第二批商超投放启动，在加强管控以及合理预期下，预计未来批价保持窄幅震荡。

包括茅台在内，白酒市场整体销售额大幅上涨，阿里巴巴《2019“十一”黄金周消费数据报告》中显示，今年十一期间白酒成交额同比去年增速达 12 倍。

来源：华夏酒报

前 8 月多个白酒大省产量下降 四川增长

川酒，又一次逆势飞扬。近日，国家统计局发布的一组数据显示：2019 年 1-8 月，全国酿酒行业规模以上企业完成酿酒总产量 3990.24 万千升，同比基本持平。从省区来看，河南、山东、安徽、贵州等白酒产量靠前的省份则纷纷出现负增长；四川成为唯一呈现增长的省份，增长率达 7.7%。

主要产酒省份“一升多降” 前 8 月唯有川酒在增长

10 月 14 日，成都王府井商场，酒水销售专区的工作人员苏昶正在向一名顾客推荐产品，“这是今年新上市的第八代经典五粮液，现在都主推这一款产品。”他如数家珍地道出新品的优势和特色，最终客人采购了一件五粮液和数件其他名酒产品。

“中秋、国庆之后，白酒销售明显好起来了，并且成件购买的客户不少，意味着年底白酒消费增多了。”苏昶告诉记者，目前销售最好的还是一线名酒产品。

一线名酒畅销，是近年来行业发展大势。拥有五粮液、泸州老窖、剑南春、郎酒、水井坊和舍得等名酒的川酒企业，也取得不错的销售业绩。据四川省统计局统计，2019 年 1-8 月，四川省规模以上白酒企业累计产量 230.4 万千升，同比增长 7.7%。其中 8 月产量为 9.4 万千升，同比增长 4.9%，这一组数据有着非同寻常的意义——

向外看，唯有川酒以 7.7% 的增长率在上扬，河南、山东、安徽、贵州等白酒产量靠前的省份纷纷出现负增长，下滑比例均超过 5%。向内看，去年川酒全年产量 358.3 万千升，同比增长 14%，今年的增长数据呈现下降趋势。

另一组来自国家统计局的数据则显示，今年 1-8 月，全国酿酒行业规模以上企业总计 2122 家，其中亏损企业 352 家，企业亏损面为 16.59%；亏损企业累计亏损额 28.64 亿元，比上年同期增长 11.54%。

“五瓶占其二” 川酒规模优势持续提升

在很长一段时间里，人们习惯的认知是——川酒产量在全国“三分天下”，而现在已增至“五瓶有其二”——“全国人民每喝 5 瓶白酒，就有两瓶来自四川”，在今年 7 月举行的四川白酒行业年会上，四川中国白酒金三角酒业协会理事长王少雄曾如此形容川酒在中国白酒行业中的地位。

最新的数据是川酒产量占据了全国 45%。根据前 8 个月全国规模以上白酒产业数据，全国总产量 508.33 万千升，四川实现产量 230.40 万千升，占据总产量的 45%。

去年这一数据是 41.13%，这是近年来川酒在白酒产业中规模占比的新高点。”在中国白酒金三角酒业协会相关负责人看来，在规模领先的道路上，川酒正在越来越接近“半壁江山”这一具有标志性的规模。

记者了解到，走出调整以来，川酒产业一直呈现企稳回升的发展态势。2016 年、2017 年、2018 年多项指标均是领跑行业。以 2018 年为例，四川省规模以上白酒企业 326 户，实现产量 358.3 万千升，同比增长 14%；完成主营业务收入 2372.4 亿元，同比增长 15.1%；实现利润 343.7 亿元，同比增长 34.9%。

“新一轮行业周期进入到第 6 个年头，强复苏的发展态势基本形成；向名优品牌集中的发展态势基本形成；向商务消费、民间消费转型的发展态势基本形成。川酒的高质量发展，不应该仅是产量优势扩大，在效益方面的增长也应该更具含金量。”近日，四川省社会科学院负责白酒产业高质量发展的课题研究组提出了这样的观点。

有喜有忧 白酒产业走向“高质量发展”

优中显优，强中愈强，在整个白酒行业发展提速增效、竞争升级的背景下，川酒领先优势进一步扩大，这样的格局亦喜亦忧——

喜的是优势突出，重点明确。2018 年川酒“六朵金花”实现营收近 1285 亿元，占川酒整体的 54%；实现利润 284 亿元，占川酒的 83%。

忧则来自于结构不平衡、不合理。四川省社科院研究员、白酒经济专家杨柳表示，尽管川酒近年来增长迅速，但内部分化趋势也日益凸显，中小酒企普遍面临资金紧张、品牌力差、抗风险能力弱等发展问题。虽然总体规模优势领先，但利润表现上仍有较大空间……记者梳理公开数据发现，从 2018 年初开始，中国白

酒行业首次出现“产量持续稳定，销售收入小幅下降，净利润大幅上涨，核心龙头企业利润增速明显”的新局面。

对此，西南财经大学经济学院副教授李标指出，中国白酒产业在市场出清和存量优化之后，正逐渐向质量效益型转变，产量回落、利润上涨，“一平一降两升”现象的出现，被业内人士视为“中国白酒行业进入高质量发展的信号”，各大名酒企业向高质量发展转变的方向也很明确。

国家统计局最新统计数据显示，白酒产业发展已经进入高质量发展的初步阶段，逐渐成了四川白酒行业的一种共识。根据四川省政府的产业规划，到 2020 年，川酒要实现“434”的发展目标，收入占到全国白酒产业营收的 40%，产量方面则达到全国的 30%以上，利润占到全行业的 40%。

“川酒不能躺在优势上吃饭，而要在产业格局发生深刻变化时，寻求产业内涵实力的扎实提升。”王少雄强调。

来源：四川日报

全年下跌已成定局，进口葡萄酒利空出尽，明年或将触底反弹？

文 | 酒业家记者 肖磊

编 | 肖铭

关于进口葡萄酒量额下跌的消息已不新鲜，现在人们更关心的是这样的下跌到什么时候才是个头儿？

早在 2018 年 11 月，酒业家就独家报道《凛冬将至？进口量连续 4 月下滑，葡萄酒行业究竟怎么了 | 深度》，准确预判中国进口葡萄酒将会持续下降的趋势。

时隔一年，今年的中国进口葡萄酒市场很“稳定”，稳定得没有好消息、稳定得量额持续下滑。10 月 14 日，中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会发布 2019 年 1-8 月酒类进口统计分析，数据显示今年 1-8 月，中国进口葡萄酒累计量额均保持 1-7 月同一水平降幅，进口量 4.2 亿升，同比下降 12.3%，进口额 16.9 亿美元，同比下降 16.3%。

2019 年还剩两个半月，多位行业人士均向酒业家记者表示，进口葡萄酒全年量额整体下降已成定局。

在这种情况下，进口商群体对于中国葡萄酒市场未来的信心是否受挫？明年情况会有改观吗？

全年下降已成定局 消费量增长缓慢

其实在中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会秘书长王旭伟看来，今年 7 月份单月的进口葡萄酒数据曾令他感到欣慰，因为今年 7 月份进口葡萄酒量额双双转正，分别实现 1.71%和 2.49%的微弱增长，但是 8 月份又回到了平均的下跌轨道，量额均有超 10%的下跌。

王旭伟向酒业家记者表示：“我的判断是，如果连续 3 个月实现正增长，那么行业有可能迎来拐点，遗憾的是 8 月份没能延续。”

根据中国海关总署发布的 1-8 月商品量值统计数据显示，今年 1-8 月份，我国葡萄酒累计进口 45.01 万千升，同比下滑 10.9%；进口额 160.79 亿元，同比下滑 6.4%。

虽然统计口径不一样，但是中国海关总署与中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会两方面的数据都表明目前中国进口葡萄酒正处于较大的下滑趋势，而且短时间内并没有止跌的迹象。

2019 年还剩两个半月，距离春节还有 3 个月，行业普遍寄希望于年底经销商备货能为进口量拉升起到一些作用。不可否认春节备货是今年内最后一个旺季窗口，但即使这样，多位专家向酒业家记者表示：中国进口葡萄酒今年量额双双下降的结果不会改变。

深圳市智德营销策划有限公司总经理、策略总监王德惠分析认为，现在有一个变量，就在于临近春节，

经销商会有一波集中的备货，因此在 10 月份之后，可能在进口量上会有所体现。但是纵观全年，基本面不会有太多的波动，下滑的趋势和结果已经不可逆转。

而在进口商层面，对于结果的预判基本一致。全球最大起泡酒集团、汉凯菲斯奈特中国区品牌推广代表顾育平认为，今年应该就这样了，明年也不会有太多改善。

上海卡聂高国际贸易有限公司副总经理陈伟俊认为，现在是进口商为年底冲刺的最后时机，如没有重大利好，今年预计不会有太大改变。

对于现状，经销商的认识很清晰，其实自 2018 年下半年行业下行以来，经历了一年的“跌跌不休”，各路专家以及经销商对于下滑原因也早已总结的差不多了，无非就是受到国内经济结构性调整的压力、全球贸易环境不确定性增加等外部因素影响，又受到减产、涨价、消费疲软等行业因素影响，阻碍了进口商进货意愿。

中国进口葡萄酒这一年来，虽然鲜有利好消息释放，但是利空消息也几乎释放完毕。正如中国葡萄酒协会联盟轮值主席、香港酒业总商会国际品牌和流通委员会主席席康说的：“已经跌的不能再跌了，对于中国葡萄酒行业没有更糟糕的消息和外界因素能出现了。”

或许，没有坏消息就是好消息。

进口商进入“冬眠”模式 从焦虑到淡定

市场环境不乐观，竞争更加激烈，也导致了企业的淘汰率提升，此前不重视品牌培养与渠道深耕的进口商加速被淘汰。

数据显示，2018 年国内有 6411 家瓶装葡萄酒进口企业，而截止 2019 年 5 月，这一数字已经锐减到 4175 家，减少了 35%。

留存下来的幸运儿也都开始寻找新方法，创造新营销模式，有些甚至跨界进入白酒领域。“国内分销商对高档白酒的热捧导致部分资金流向白酒，红酒库存并没得到有效释放。”陈伟俊对酒业家记者说。

席康认为目前的形势对中国的进口商的信心影响较大，他说：“进口商采用‘冬眠’策略，处在去库存的阶段，停止引进新产品，减少老产品进口。”

当然也有处变不惊的。王德惠透露，从 2018 年下半年开始，中国进口葡萄酒开始下滑，因此从那时候开始，有经验的进口商早就有预判和准备，也早早做好了应对措施，比如优化库存、提高周转率。很多酒商对市场有了更加清晰的判断。

从各个维度来讲，中国葡萄酒市场的未来一定是光明的，因此阶段性的下滑和调整并没有引起进口商群体的整体悲观。“在我接触到的酒商中，大部分都遭遇了业绩下滑，但是他们中绝大部分对未来充满信心。”

从焦虑到淡定，进口商们经历过这次调整后，即将进入剩者为王的时代。

降幅收窄 中长期乐观 小品类有望爆发

中国葡萄酒市场永远有一张王牌——人均消费量。几乎所有的从业者都相信在拥有 14 亿人口的中国，只要葡萄酒人均消费量提升到世界平均水平，那么就意味着巨大的市场增长空间，因此坚定地看好中国葡萄酒的未来。

OIV（国际葡萄与葡萄酒组织）的数据指出，中国的人均葡萄酒消费量仍然维持上升态势，2018 年达到 1.5 升，在全球排名第 24 位。相比之下，排名第一的葡萄牙，其人均葡萄酒消费高达 62.1 升，法国则以 50.2 升紧随其后，中国与人均消费量较高的欧美国家差距仍然非常的大。不过，随着葡萄酒文化的逐渐普及，中国的葡萄酒消费仍然被人看好。

数据指出，从 2014-2018 年，中国的葡萄酒人均消费量从 1.17 升上涨至 1.5 升，增长了 28.2%，市场潜力令人期待。

貌似，经销商只需要在这一轮下行的过程中活下来，就能坐等下一轮上升期的收割。其实不然，活下来也必须做出改变。顾育平预计中国葡萄酒下一个增长期将会有新的品类崛起，比如白葡萄酒、起泡酒等小众品类的爆发，因为红葡萄酒在中国市场相对趋向饱和，红葡萄酒增长力度会很微弱。

在中国葡萄酒市场，白葡萄酒只占 10% 左右，而起泡酒只有 1%。按照全球趋势来看，白葡萄酒以及起泡酒的占比一定会提高，因此这些品类在下一阶段可能会扮演中国葡萄酒增长的主力。

在下行的过程中，进口商有很多事情可以去做，正所谓“高筑墙广积粮”，陈伟俊说：“我们必须接受事实，对进口商来说，（现阶段）也是个去维护及巩固原有渠道的契机。”

从进口数据来考量，王旭伟表示中国进口葡萄酒下滑的降幅正在缩窄，坚定看好中长期发展，期待行业拐点早点到来。

来源：酒业家

政策法规

税改新政来了，调整如何影响酒业？

10月9日，国务院印发了《实施更大规模减税降费后调整中央与地方收入划分改革推进方案》（下称《方案》）。《方案》提出三个方面的政策措施：

一是保持增值税“五五分享”比例稳定。进一步稳定社会预期，引导各地因地制宜发展优势产业，鼓励地方在经济发展中培育和拓展税源，增强地方财政“造血”功能，营造主动有为、竞相发展、实干兴业的环境。

二是调整完善增值税留抵退税分担机制。建立增值税留抵退税长效机制，并保持中央与地方“五五”分担比例不变。为缓解部分地区留抵退税压力，增值税留抵退税地方分担的部分（50%），由企业所在地全部负担（50%）调整为先负担15%，其余35%暂由企业所在地一并垫付，再由各地按上年增值税分享额占比均衡分担，垫付多于应分担的部分由中央财政按月向企业所在地省级财政调库。

三是后移消费税征收环节并稳步下划地方。按照健全地方税体系改革要求，在征管可控的前提下，将部分在生产（进口）环节征收的现行消费税品目逐步后移至批发或零售环节征收，拓展地方收入来源，引导地方改善消费环境。先对高档手表、贵重首饰和珠宝玉石等条件成熟的品目实施改革试点。

资料显示，目前针对白酒，计税标准为：酒类产品不含税销售收入*20%+0.5元/500ml。有观点表示，深化消费税改革，将其由生产环节征收逐步调整为消费环节征收，有利于补充地方税收收入来源，完善地方税收体系建设，进而为消费税立法做准备。如果《方案》中“部分在生产（进口）环节征收的现行消费税品目逐步后移至批发或零售环节征收”在酒业实施，下游渠道和终端环境的利润压力或将进一步增加，甚至引发行业洗牌和调整。

来源：网易酒香

阳春市委书记陈平带队走访石湾酒厂集团阳春基地

10月8日上午，阳江市政协副主席、阳春市委书记陈平带领阳江市工信局、阳江供电局负责同志一行，到广东石湾酒厂集团-阳春酒厂进行考察调研，助推企业做大做强。

本次调研是阳春市开展“2019年阳江市企业集中服务月”活动行程之一，通过深入挂点联系企业“一对一”跟踪协调解决企业发展中的困难。陈平一行实地查看了解酒厂技改工作进展和生产经营情况。广东石湾酒厂集团于2013年重组并购阳春酒厂并于2016年完成全资收购，将其定位为岭南养生酒生产基地，企业获得全面提升加快发展。目前酒厂实行了技术改造升级，引进了先进的设备，提高生产质量和效率。

广东石湾酒厂集团总裁兼阳春酒厂总经理钟长贵向陈平一行深入介绍公司在产品研发、生产经营、市场销售多方面发展情况。当陈平得知酒厂技改过程中存在新厂房消防设施未验收，扩大生产规模用地指标未落实，换发不动产权证事项未完成等问题时，立即与相关部门协调，商讨解决办法，并要求企业与消防、国土等相关部门加强沟通，尽快落实解决方案，助推企业实现规模化建设和快速发展。

同时，陈平还对阳春酒厂近年来深入改革，通过管理优化、技术融合和产品质量提升、市场开拓等多方面成绩表示高度肯定。近年来，石湾酒厂集团融合百年工艺推出“春花红”系列产品，接连荣获中国酒业“欢伯奖”、“青酌奖”和“南方十大养生酒”等殊荣，得到消费者和全行业的高度认可，率先为阳春特色产业和广东养生酒发展做出探索和行动；广东石湾酒厂集团总裁、阳春酒厂总经理钟长贵也于2017年被授予“阳江市第六批市管拔尖人才”称号。

陈平在调研时反复强调，相关部门和当地政府要密切配合，全力以赴迅速研究解决企业在生产经营中遇到的困难和问题，做到一企一议、一企一策，破解企业发展难题。此次，阳江市政协副主席、阳春市委书记陈平一行走访石湾酒厂集团-阳春酒厂考察调研，更进一步体现了阳春市委、市政府对阳春酒厂 ze 发展的深切关心和肯定，为阳春酒厂做大做强寄予高度期望。

部分图文来源 | 中共阳春市委新闻中心、阳春市广播电视台

粤酒新体验 | 温泉三花酒

10月12日，温泉牌三花酒柔雅香型专家品鉴会暨封坛酒库揭幕仪式在从化太平镇鹰金钱产业园隆重举行。广州轻工工贸集团有限公司领导、广东省酒类行业协会的专家、鹰金钱公司领导班子、以及合作伙伴等出席了本次活动。

白酒泰斗、中国酿酒工业协会白酒专家组组长、洋河酒厂前厂长梁邦昌先生担任品鉴专家组组长，中国白酒品酒大师、石湾酒厂集团有限公司副总经理郭波先生，广东省酿酒大师、广东顺德酒厂有限公司技术总监肖永坚先生，广东省酒类行业协会会长彭洪先生，广东省酒类行业协会专家技术委员会副主任张水祐先生等品鉴专家组成员，在细品后，一致给予了温泉三花酒柔雅香型“香雅味柔”的高度评价。

所谓君子，不见人而远闻名。所谓名酒，眼未及而远香至。名酒似君子，柔雅如温泉。

梁老还给温泉三花酒题字“香雅味柔”，并和领导、专家组一起在温泉三花酒柔雅型1956封坛酒瓶上签名。这也是对温泉三花酒业有限公司出品的高度肯定。

君子应佩剑，作为酒客，又怎么能少得了调配出属于自己的酒，品鉴会上，各位“性情君子”纷纷将人生阅历，自我个性，此刻情绪，添进了容器，融出一瓶表达自己的“自酒”。顷刻间，会上充满了各种况味。各位酒客还品尝了由酒糟调造的创意周边——酒糟冰棒、酒糟鸡蛋等产品。通过此次体验活动，大家也更深入

了解到温泉三花酒的文化及工艺。

梁老、彭洪先生，广州轻工工贸集团有限公司党委书记、董事长方贵权先生，广州鹰金钱公司党委书记、董事长郑坚雄先生，共同为广州鹰金钱三花酒业有限公司封坛酒库揭牌。至此，意味着温泉三花酒将与世间各位，相伴共走人生路。

本次温泉三花酒品鉴会暨封坛酒库揭幕仪式在各位领导、专家、合作伙伴的大力支持下取得圆满成功。

温泉三花酒，汲取涌花温泉水，采用当地禾稻花酒米，酒曲中加有荔枝花，并在荔枝花开时进行封藏，故称三花酒。从化酿酒始于清朝，至今已有 300 余年，一直有“从化三宝”荔枝温泉三花酒的说法。温泉三花酒饮誉岭南，声名远播港澳和东南亚，著名作家黄谷柳 40 年代在《华商报》上发表长篇小说《虾球传》，就有在香港豪饮温泉三花酒的场景。名人雅士，云集从化温泉，均与温泉三花酒接下不解之缘。周恩来、陈毅、陶铸等中央领导到从化视察，慕名而饮，赞不绝口。后经陶铸同志提议，以世界名泉之一的从化温泉冠名商标为“温泉”牌。温泉三花人也因此把陶铸同志尊敬的称为“温泉三花酒之父”。

本次温泉三花酒业出品的封坛酒是柔雅香型，是温泉三花酒人 63 年来酿酒的集大成之作，精细酿造分段摘酒，只选取中间最好的 10%，放到千斤陶坛珍藏 8 年以上，加入 15 年以上调味老酒，再进行 36 个月的坛储，然后再次封坛灌装，品质天生卓越。另外，温润如玉的景德镇青釉瓷坛，配上曾获全国书法奖及广东省国资系统庆祝建国 70 周年书法展个人奖的鹰金钱董事长郑坚雄先生的古朴魏碑题字“温泉三花”，是艺术与藏酒的天合之作。

温泉三花酒柔雅香型针对 VIP 客户限量发售 1000 坛，在超值的抢购价之外，还有很多惊喜赠送：比如放在温泉三花酒封坛酒库的客户，不但前三年可以享受免费窖藏，还可以享受年收益率不低于 5% 的回购，另有价值 398 元的大礼包赠送。

温泉三花酒，广州老名酒。一杯三花酒，半部广州史。

来源：广州鹰金钱企业集团公司

天赐帝沱独家冠名澳门“最大规模的挥毫课”

近 2700 人共创吉尼斯世界纪录！

2019 年 10 月 13 日，由澳门书画艺术品（国际）协会及书法教育研究会主办，天赐帝沱冠名赞助的挑战吉尼斯世界纪录“最大规模的挥毫课”活动，在澳门威尼斯人金光会展中心盛大举行。

2671 名参与者同时挥毫写“寿”字，成功创下吉尼斯世界纪录，为祖国 70 华诞暨澳门回归 20 周年献礼！

澳门文化司谭俊荣司长、中央人民政府驻澳门特别行政区联络办公室宣传文化部万速成部长亲临现场，与活动筹委会主席龚宝美教授、副主席侯沐天博士，及特邀出席的广东恒福投资集团控股有限公司董事长冼锡强先生、澳门科学技术发展基金行政委员会马志毅主席、高等教育局陈旭伟代副局长、澳门书法教育研究会创会会长连家生主席等作为主要嘉宾一同主持开笔礼。

天赐帝沱以文化赋能白酒翰墨国韵与酱酒风韵联袂彰显中华韵味

中国人民政治协商会议佛山市人民委员会委员、广东恒福投资集团控股有限公司董事长冼锡强先生，作为天赐帝沱品牌发言人在致辞中表示，“天赐帝沱将不遗余力地肩负起传承、发展传统文化的历史责任，以富具文化内涵的产品传递品牌价值，同时也让传统文化因品牌的传播而大放异彩！”

在数千年的历史长河中，酒是文化传承最好的载体，伴随着许多文人典故、艺术瑰宝载入史册并流传至今。酱香白酒所秉承的古法大曲酱香工艺，不仅传递着逾千年酿酒历史的深厚底蕴，更与传统文化一脉相承。

天赐帝沱跨界书法艺术，让翰墨国韵与酱酒风韵联袂彰显中华韵味，以书法艺术诠释白酒文化，创造性地赋予品牌更多的价值和内涵。

2671 参与者一同挥毫泼墨共创“最大规模挥毫课”吉尼斯纪录

吉尼斯世界纪录起源于英国,是被公认的全球最权威、最盛大的纪录认证,截至目前已经拥有超过 62 年的全球纪录认证。来自世界各地知名书画界人士,澳门大、中、小学生、书画爱好者及澳门各界人士 2671 人相聚一堂,与机械臂同时泼墨挥毫写“寿”字,成功申报“最大规模挥毫课”吉尼斯纪录,献礼祖国 70 华诞暨澳门回归 20 周年。

澳门书画艺术品(国际)协会国际市场总监伦欣慧表示:这场千人挥毫相信会是全球华人书法史上很重要一笔,也是澳门首次以科技与书法为主题的大型活动,不但可让澳门人一同创下世界纪录,扬名国际,为澳增光,也是身为中华儿女的责任,弘扬传统汉字文化,传承中华书法艺术,意义重大。

而其中参与外籍人士 Dean Annison 先生则骄傲地说,非常荣幸能在澳门参与这场盛事,最后还成功申报了吉尼斯世界纪录,能参与其中他感到尤为自豪!

“千人挥毫”活动圆满落幕

天赐帝沱冠名赞助的挑战吉尼斯世界纪录“最大规模的挥毫课”,在全场欢呼及祝贺声中取得圆满成功!

此次“千人挥毫”活动用全新的维度,让世界瞩目于澳门这片文化底蕴深厚的沃土上,弘扬中华文化的同时,向世界输出中国渊源流传的白酒文化。

恒福酒业总经理冼敏桦先生表示,“在中国国际影响力日益提升、白酒迈向国际化步伐的当下,伴随着白酒市场的竞争日趋激烈,品质精益求精与品牌文化赋能是天赐帝沱在品牌之林中的破局之道。”

未来,恒福酒业将矢志不渝坚持以酒与文化结合为己任,将天赐帝沱与文化艺术相互赋能,打造更具文化特色的酱酒品牌,丰富品牌内涵从而提升品牌力,为实现天赐帝沱转轨进入高质量发展快车道奠定坚实基础。

来源:天赐帝沱

热烈祝贺湖北粤强樽品酒业有限公司隆重开业

十月的武汉,秋高气爽。10月14日上午10时,湖北粤强樽品酒业有限公司在武汉积玉桥万达广场隆重开业。湖北省食品工业协会、湖北省商贸流通业联合会、湖北省酒文化专业委员会、武汉酒类行业协会、武汉酒类专卖局、武汉老酒收藏协会、五粮液鄂赣战区、剑南春湖北片区、国台湖北片区、湖北人人大经贸公司、湖北亿和乡创文旅公司、华致酒行湖北公司、名品世家湖北公司、武汉永利行酒业公司、等行业领导和公司董事长总经理领导一百多人莅临现场表示祝贺!

开业庆典现场,举行了舞狮表演和剪彩仪式。金鼓一响黄金万两,金狮点睛富贵繁荣。

湖北省食品工业协会秘书长谭卫东在致辞中说,欢迎中国酒业大商粤强酒业来武汉开办公司,希望粤强酒业把先进的经营理念、名优产品和优秀的企业文化带来武汉,祝愿粤强樽品酒业生意兴隆。

武汉酒类行业协会会长江建荣在致辞中说,粤强酒业是一家有创新精神的行业领导者,粤强酒业已从经销商转型为运营商,从设立分公司转型为设立合伙人公司,他们新理念和新模式是非常值得我们武汉酒类行业的同行学习和借鉴的。

开业仪式后,嘉宾朋友们参观了粤强樽品酒业办公区和进行了沟通交流。中午粤强樽品酒业举行了答谢午宴。

广东粤强酒业是一家全国性的酒类运营商,成立于1988年,至今已有30多年。粤强酒业坚持卖名酒、卖真酒、卖好酒,是五粮液、茅台、剑南春、国台、泸州老窖等国内名酒厂的长期战略合作伙伴。粤强酒业广交朋友,与全国各省的知名酒商是好朋友,拥有遍布全国的白酒销售渠道,粤强的朋友圈还在不断扩大。粤强的品牌价值今年已达105.95亿元,在全国酒类流通渠道商品品牌中名列榜首。粤强酒业是中国酒类流通行业协会副会长单位、广东省酒协执行会长单位,为推动中国酒业的发展做出了一些贡献,被授予“改革开放40周年功勋酒商”荣誉称号。

粤强酒业为未来布局，进行经营转型和模式创新。由白酒经销商转型为白酒运营商，由分公司模式转变合伙人模式，全力打造中国有影响力的全渠道酒类运营服务平台。

湖北粤强樽品酒业公司的开业，是粤强酒业深耕湖北的重要布局。粤强樽品酒业是采取合伙人模式设立的公司，改变了分公司的模式，提供平台和机会让员工变成合伙人，更大程度地调动经营者的创造性和积极性，让合伙人获得更多的经济收益。粤强酒业是开放的，愿意向有志之士提供平台，共创共享更大的经济利益和美好明天。

来源：广东粤强酒业

范绍辉董事长出席“新中国成立 70 周年品牌峰会”

10 月 15 日，“新中国成立 70 周年品牌峰会”在北京召开，峰会以“致敬时代，致敬未来”为主题，通过总结过去 70 年间极具改革创新精神、立于时代潮头的品牌对中国经济起到的引领作用，展示新中国成立 70 年以来优秀品牌取得的辉煌成就。

陈太吉酒庄庄主、广东石湾酒厂集团董事长范绍辉应邀参加大会。陈太吉酒庄作为不间断经营 189 年的中国白酒酒庄、中国白酒十二大香型代表企业之一参与盛典，与华为、腾讯、伊利、新东方、红星美凯龙等优秀品牌共同展现当代中国品牌风貌，以此向祖国致敬，向伟大时代致敬。

此次峰会受到社会各界的广泛关注，政产学媒资等共数百名代表出席了峰会，范绍辉董事长与全国各大优秀企业家代表共同上台，总结并探讨了新中国成立以来中国优秀品牌取得的辉煌成就及中国品牌未来发展方向。

峰会分为两个篇章、四个主题进行，以不同的时代精神概括了 70 年来优秀品牌的发展历程。范绍辉董事长与现场近百位企业家共同上台，唱响歌曲《我和我的祖国》，一起向祖国献礼，向伟大时代致敬，共享新中国成立 70 周年的荣耀与辉煌，开启中国品牌荣耀的新篇章。

70 年致敬匠心传承——引领粤酒品牌振兴

70 年风雨兼程，新中国从一个积贫积弱的国家一跃成为当今世界第二大经济体，综合国力的历史性跨越令世人瞩目。在新中国成立 70 周年的光辉历程里，受益于改革开放、粤港澳大湾区、一带一路、海上丝绸之路等国家战略机遇，广东石湾酒厂集团坚持特色工艺传承和文化提升，塑造独特竞争力，持续提升品牌力；核心产品石湾玉冰烧先后荣获“国家优质酒”、“中国白酒香型（豉香）代表产品、国家地理标志保护产品”的荣誉，成为中国白酒代表性品牌。

“在过去的 70 年，我们石湾酒厂的规模扩大了 150 倍，我想这是得益于祖国的发展和繁荣昌盛。”范绍辉董事长在峰会现场发言中表示，在今天我们伟大祖国繁荣昌盛的时刻，作为具有 189 年历史传承的陈太吉酒庄，更有信心扛起中国白酒酒庄的大旗，走向世界。

在实现伟大复兴的征程中，石湾酒厂集团在探索发展的道路上，在奋进的大潮中脱颖而出。近年来，石湾酒厂集团通过建设岭南酒文化博物馆和新石湾美术馆等文化传播平台，保持传统而不失活力，企业规模也实现从单体企业发展成为拥有 5 家酒厂的集团公司。

189 年不忘初心——推动中国白酒走向世界

现阶段的中国正处在由经济高速增长转向经济高质量发展的重要阶段，作为制造业大国的中国，在实现高质量发展的征程中，中国在国际社会树立响亮的品牌将具有重要意义。

正如中国广告协会会长张国华所说：“中国已经到了树立品牌、传播品牌，进而让全世界更多人了解使用我们品牌的阶段”。中国传媒大学资深教授黄升民也表示：“我们需要一个同时具备高度、广度又有深度的传播平台作为我们品牌传播的支撑”。中国广告主协会会长杨汉平表示：“品牌是高质量发展和人民美好生活

希望需要的集中体现”。

也正如范绍辉董事长在会上所讲：“不忘初心，美酒让您生活更欢乐。”石湾酒厂集团以历史传承为基点，实现从产品创新、意识创新、设计创新，到品牌创新，在弘扬粤酒文化，扛起中国白酒酒庄品牌大旗的同时，为人们的欢乐生活提速领航，使品牌力量成为企业发展的核心，以及代表中国白酒走向世界的根本。

回顾中华民族 2000 多年的发展历史，《大国品牌》总策划吴纲在主题演讲中说到“新中国成立 70 年来的沧桑巨变让我们看到了‘曲棍球棒效应’。在这个‘曲棍球棒’昂扬撬动的伟大时代，未来很长时间里，中国品牌还将迅猛发展。

石湾酒厂集团立足岭南，向世界彰显岭南酒文化的魅力，近年来在范绍辉董事长的带领下获得加速发展，跨越前行。从 2006 年至 2018 年，企业实现销售规模增长 11.89 倍，利润增长 13.38 倍，资产规模增长 16.42 倍，年均增速保持两位数。石湾酒厂集团通过产品品质、工艺技术、包装、营销等方面的全面提升，进一步构建品牌高端化、形象国际化、品类价值化三大价值引擎，确立战略向上走的差异化方针，开辟酒业新方向、新道路，以产业扩张、产品提升和品质升级等多位一体跨越发展，引领中国白酒国际化发展、代表粤酒打造中国白酒世界级品牌。

彰显“岭南范儿”——大国品味世界共享

新中国的七十年，是不断开放走向世界的七十年，石湾酒厂集团的快速发展见证了中国经济的腾飞，彰显中国白酒的“岭南范儿”；在传承古老技艺的同时更使规模实力和经济效益不断跃上新台阶，带动品牌力快速提升和扩大，也已成为中国白酒国际竞争力的重要体现。

继 2018 年大国品牌《岭南范儿》首轮播出后，石湾酒厂集团不但在产品上实现 1.0 向 2.0 时代升级，同时继续携手《大国品牌》推出了石湾玉冰烧之《岭南范儿》2.0 在今年 9 月份隆重播出，向全国讲述陈太吉酒庄 189 年传奇故事和使命担当。本次范绍辉董事长参加新中国成立 70 周年品牌峰会，通过此项 2019 年具有影响力的经济活动，与中国优秀品牌专家、顶尖企业代表，共同探讨了品牌未来发展方向，作为屹立 189 年保持迅速发展的中国白酒酒庄代表，为企业品牌发展树立榜样。

未来，石湾酒厂集团将继续以匠心佳酿为基石，使石湾酒历史与岭南文化深度融合，借大国崛起之势，推动中国品牌扬帆世界。承担起时代赋予的重任，石湾酒厂集团秉承大国品牌战略，通过持续创新打造更具价值的产品，与所有优秀品牌携手并肩，不忘初心，共谋发展。

来源：广东石湾酒厂集团

亮相第七届中国成都国际非遗节，永乐古窖以实际行动助力非遗传承

10 月 17 日，第七届中国成都国际非物质文化遗产节在成都非遗博览园开幕。中国成都国际非物质文化遗产是中国唯一由联合国教科文组织参与主办的以推动人类非遗保护传承为主题的国际性文化节会活动，是国际社会广泛认可并积极参与的重要节会。

传承非遗文化，展现非遗之美

本届非遗节以“传承多彩文化 创享美好生活”为主题，由文化和旅游部、四川省人民政府、联合国教科文组织、中国联合国教科文组织全国委员会主办。非遗节设立 1 个主会场和 28 个主题分会场，来自 86 个国家的 1100 余个非遗项目、5600 余名代表共襄盛会。此外，本届非遗节首次将分会场开遍全省，宜宾、绵阳等 10 个市州将在当地举办主题分会场，开展非遗展示、展演、展销、实践和体验活动。永乐古窖传统酿造技艺作为四川省级非遗项目，受邀亮相宜宾分会场，为来宾展示传统宜宾五粮浓香酿酒工艺成果。

永乐古窖传统酿造技艺的起源可追溯到明朝永乐年间，万氏族人万达兴在公馆坝地区建立糟房头，以杂粮酿酒，因酒质醇和甘香，收到众多往来商客喜爱，万氏糟坊在鼎盛时期日耗杂粮三百六十斤，年产美酒七万斤，开创了杂粮酒批量酿造先河。发展至清代徐氏族人复兴糟坊，传承提升酿酒工艺，出产酒品不仅备受当地百姓喜爱，更是成为朝廷贡酒，得到“天下美酒出糟坊，君爱民喜传四方”的美名。至今永乐古窖传统酿造技艺已经传承 616 年之久，并被列为四川省级非物质文化遗产，永乐古窖出产的美酒也以“窖香优

雅，陈香舒适”得到众多名家喜爱。本次在非遗节宜宾会场，永乐古窖传统酿酒技艺向观众展示了 600 年传承的匠心精神与非遗魅力，也让观众更加了解非遗传统酿造技艺的非凡之处。

发展非遗产业，助力脱贫攻坚

本届非遗节除了展示非遗文化，推动非遗文化传承外，也为脱贫攻坚和乡村振兴等国家战略、推动文旅融合发展等提供了创新思路，开幕当天正值第六个国家扶贫日，本届非遗节专门举办了非遗传承助力脱贫攻坚和乡村振兴成果展，受到了现场观众的高度关注和好评。

永乐古窖作为招商引资合作项目，同样是发展非遗产业，助力脱贫攻坚的先锋。永乐古窖项目总投资预计超过 30 亿元，资金将用于永乐古窖文化遗产复兴、永乐古窖非遗工艺传承，以及周边基础设施配套建设等。未来必将有效促进当地经济文化的繁荣发展。整合资源，充分发挥现有资源优势，盘活地方经济，用造血代替输血，永乐古窖以文化遗产复兴为宜宾乡村振兴打开了一条新的发展之路，也为非遗文化的传承和保护找到了更好的方向。

开发非遗项目，促进文旅融合

本届非遗节还将非遗基因全面融入旅游，培育文旅融合新业态，旨在以非遗项目为核心，以旅游线路为依托，以非遗传习所、非遗体验区等为载体，让非遗旅游成为常态化的特色文化旅游线路产品，助力四川文化旅游进一步融合发展。

永乐古窖作为非遗传承者，紧跟时代步伐，在非遗文化保护与传承的道路上一直砥砺前行。为使更多人了解非遗文化，感受非遗之美，永乐古窖投重资开发永乐古窖文化产业园，复原明代酿酒文化，传递非遗技艺之美，展现文化遗产风貌。今年 6 月中国非物质文化遗产运营平台确定落地永乐古窖文化产业园，这是永乐古窖在非遗推广道路上的又一座里程碑，它也预示着永乐古窖将在中国的非遗传承和推广中将发挥更大作用。

非遗文化的传承与保护，永乐古窖一直在行动，未来永乐古窖将进一步发挥能动优势为非遗传承助力，为非遗保护添砖加瓦！

来源：永乐古窖酒业

“原酒大王”亮相上海国际酒博会，喜迎八方宾客

10 月 18 日，由中国酒业协会主办，泸州市人民政府协办，宜宾市人民政府、宿迁市人民政府、绍兴市人民政府、吕梁市人民政府、仁怀市人民政府、亳州市人民政府、秦皇岛市人民政府、宁夏葡萄产业发展局联合协办的“第十四届中国国际酒业博览会”在上海开幕。

“原酒大王”高洲酒业携两展厅亮相本届上海酒博会，一个是高洲酒业品牌展厅，在此展厅中，高洲酒业设立了高端酒定制区、基酒区、成品酒区、半成品酒区；另一个是“高洲原酒”店展厅，“高洲原酒”店是此次高洲酒业在上海酒博会上推出的重头戏，是高洲酒业拟打造的一个中高端原酒连锁品牌，以“仅用名酒 1/5 价格，喝高品质白酒；去掉复杂包装，只为好酒买单”为宗旨，旨在“开启中国白酒理性消费新时代”！

“理性”是高洲酒业长期以来注重和提倡的，无论在企业规模发展还是品牌营销上，只传达一个理念：追求质量卓越，让更多的消费者理性地看到一个有规模、有实力的白酒企业苦练内功的丰硕成果。

从上海酒博会开幕到现在，前来参观的宾客络绎不绝，高洲酒业更是用其出色的原酒品质及全新的战略模式吸引了众多领导、专家、专业媒体、消费者驻足参观。

在此，高洲酒业面向各界发出诚挚邀请，欢迎八方来客、各地经销商前来品鉴参观，高洲愿与大家携手共进，共谋发展！

来源：高洲酒业

“开云渤隆队”征战 2019 中国多酒种盲品精英（城市）挑战赛

2019 年 10 月 19 日，在第十四届中国国际酒业博览会举办期间，“金酱杯”2019 中国多酒种盲品精英（城市）挑战赛也同期在上海国家会展中心举办。此次比赛参与的城市有--上海、成都、深圳和广州；共有 60 名选手角逐最终的荣誉。

本次大赛涉及白酒、葡萄酒、黄酒、威士忌、清酒、精酿啤酒 6 个品种，相比去年，增加了清酒和精酿啤酒 2 个酒种。在形式上，大赛由个人全能、团体赛、单项赛和消费者教育赛四个部分组成。

广州赛区在广州酒类行业协会的组织下首次参赛，在此次比赛中取得了不俗的成绩；我们公司开云酒业作为冠名商之一，成立了“开云渤隆队”，与各大队伍选手同台竞技，最终也取得了不错的战绩。

此次“金酱杯”中，“开云渤隆队”荣获了“优秀队伍奖”、队长李爱平在个人全能赛中荣获第二名的佳绩，龚应静、郑伟川获得了“优秀选手奖”。

中国多酒种盲品精英挑战赛在传播酒文化、不同酒类品种之间的相互交流学习发挥了越来越重要的作用，我们也希望借此吸引更多的朋友加入酒类的大家庭，共同进步，创造出更辉煌的成绩！

来源：广东开云酒业有限公司

以名企广汽为师 立世界潮头之先——富润酒业集团

“第八期富润学习日”活动在广汽集团举行

为了学习广汽集团先进的企业文化，提升全体“富润人”的凝聚力、竞争力与执行力。10 月 23 日下午，广东富润酒业集团有限公司陈松辉总裁带领公司全体员工，来到富润合作企业——世界五百强企业之一的广汽集团，开展了“第八期富润学习日”活动。广汽集团执行委员会委员高锐先生代表广汽集团全体员工，对富润酒业集团来广汽集团开展“第八期富润学习日”活动表示热烈欢迎，并为富润酒业集团全体员工送上了汽车模型纪念品。

在广汽集团宣传部副部长周玉蓉女士的陪同下，富润酒业集团全体员工来到广汽馆，感受广汽集团独有的品牌及文化魅力。这座广汽馆于 2017 年 9 月 9 日开馆，是为了庆祝广汽集团成立 20 周年而创建的，在二楼企业品牌文化综合展厅，富润员工认真聆听主持人对广汽集团的介绍，并拿出随身携带的笔记本，认真做着记录。

在一层新产品展示中心，在一辆辆展示广汽人智慧与创新能力的汽车新品牌面前，富润酒业集团的员工们纷纷拿出手机拍照留念，流光溢彩的时尚科技，融合了智慧与创造的汽车品牌，给人们带来了完美的尊贵想象，员工们不停地伸出大拇指为广汽集团喝彩。陈松辉总裁也饶有兴致地走到一辆新能源汽车前，兴致勃勃地坐进车厢，感受到广汽新能源的智慧科技与品牌魅力，并为广汽集团的新品牌汽车点赞。

在随后的企业文化交流座谈会上，广汽集团品牌公关部品牌经理倪秋娜女士，向富润酒业集团全体员工介绍了广汽集团的企业文化，长期以来，广汽集团形成了“人为本、信为道、创为先”的企业哲学，“人为本”指的是人才为本、消费者为本、股东为本、合作伙伴为本、社会大众为本。“信为道”指的是坚持诚信，诚信待人、诚信做事，赢得客户与社会各界的信赖。“创为先”指的是重视创新，将创新作为发展的第一动力，致力于持续改善、寻求突破，同时，鼓励创造，为客户创造产品，为员工创造平台，为股东创造财富，为社会创造价值。成立于 1997 年 6 月的广汽集团，经过 22 年的快速发展，在 2019 年以接近四千亿的营收，成为《财富》世界五百强第 189 名企业，企业文化建设功不可没。

广汽集团品牌公关部企业文化经理朱穗菁女士，重点介绍了广汽集团品牌战略，她指出，任何一家企业要取得长足发展，必须要有自己的核心品牌战略，广汽集团在 22 年的发展历程中，从最开始的日系、欧

系再到自主品牌的持续发展，广汽集团独具魅力的品牌价值，已经达到了一千多亿，这是公司通过企业文化与品牌战略所取得的丰硕成果。

“中国行业诚信建设之星”陈松辉总裁动情地表示，有幸来到世界五百强企业——广汽集团参观学习，心里非常地激动，对于广汽集团热情的接待表示感谢，并就集团旗下“67 品牌”葡萄酒喜获金樽大奖，以及富润酒业集团成为唯一的葡萄酒行业“2019 年度最佳诚信企业”等喜讯，和广汽集团的领导做了分享，广汽集团参与座谈的领导，纷纷报以热烈的掌声，对富润酒业集团捧回金樽大奖表示热烈的祝贺。

陈松辉总裁表示，富润酒业集团是一家“有理想、有追求、有情怀、有担当”的酒业公司，公司秉承的诚信经营原则，与广汽集团“信为道”的企业哲学理念是完全一致的，正是因为坚持诚信原则，富润酒业集团通过了“中国市场信用 AAA 级信用企业”认证，被授予“重质量、守诚信、好品牌”示范企业，及“2018 年度广东诚信示范企业”等荣誉。俗话说“远亲不如近邻”，这次来邻居广汽集团学习，感受到了广汽人务实创新的“匠人精神”，相信在曾庆洪董事长的带领下，广汽集团一定能够早日成为具有全球竞争力的世界一流企业。而富润酒业集团也将继续以广汽为师，期待着在广汽集团的指导下，富润酒业集团也能像广汽集团一样，勇立潮头之先，做最优秀的行业标杆企业。

针对富润酒业集团行政人事总监招艳容女士提出的合理化建议等问题，广汽集团宣传部副部长周玉蓉女士做了解答，并希望通过今天的分享，合理化建议的制度能够对富润酒业集团有所帮助。

座谈会上，广汽集团执行委员会委员高锐先生在发言中，再次对富润酒业集团全体员工的到来表示热烈的欢迎，对于富润酒业集团喜获金樽大奖表示热烈的祝贺，他相信富润酒业集团在总裁陈松辉先生的带领下，各项事业一定能够取得更多的辉煌成绩，期待着富润酒业集团再来广汽集团做客指导，祝福富润酒业集团各项事业再传捷报！

最后，富润酒业集团总裁陈松辉带领全体富润人，与参加座谈的广汽领导合影留念。合影现场，陈松辉总裁激动地为广汽集团赋诗：岭南广汽最豪气，四海追风情荡涤，五百强里引潮流，花开浪漫梦秀丽。一阙长歌天下系，“传祺”铸梦有情意，品牌浪漫民族风，大国工匠时代立。

来源：快海购

广东广兴湖酒业&富邑集团，战略合作伙伴签约仪式圆满举行！

见证荣耀时刻，感受时光魅力，成就百年品牌！广东广兴湖酒业与富邑集团战略合作伙伴签约仪式 2019 年 10 月 23 日晚在广州瑰丽酒店三楼宴会厅举行。

出席签约仪式有广东省酒类行业协会会长彭洪先生、富邑集团南区销售总监廖晓明先生、广州广兴湖酒业发展有限公司董事长潘利光先生、广州广兴湖酒业发展有限公司总经理潘晓明先生、富邑集团片区同事以及各区合作伙伴代表。

富邑集团南区销售总监廖晓明先生认为：“此次与广东广兴湖酒业强强联手，着力进军东南市场，对于富邑集团来说，意义重大，影响深远。

希望通过广兴湖酒业多年市场运营经验，强大渠道网络资源，将双方合作迈上新台阶！

广兴湖酒业总经理潘晓明先生在致辞表示，富邑集团作为全球领先的葡萄酒公司，具有很高的市场威望，很大的发展潜力，很广阔的市场前景。

感谢富邑集团信任与支持，此次与富邑集团的战略合作，极大地丰富了广兴湖酒业的酒类产品线，对于下一步的可持续发展奠定了基础。

希望双方在合作中，同心协力，取长补短，优势互补，风雨同舟，共谱发展新篇章，携手铸就新辉煌。在现场嘉宾的见证下，双方公司代表郑重地在协议上签字。

此次与富邑集团的合作，是广兴湖酒业做好知名品牌葡萄酒市场重要一步。

双方将立足广东省市场，发挥高端产品的引领作用，携手为更多消费者打造全球高端品牌酒类新体验。签约仪式后，宴会厅美酒飘香，每位来宾都认真品鉴美酒的同时公司进行多轮抽奖活动，迅速活跃现

场氛围！

富邑集团与广东广兴湖酒业将会在深入合作中，以勤奋、务实、认真、创新为理念，扎实做好市场，探索新模式、新方法，为富邑集团产品在广东市场发展谱写新篇章！

来源：广州广兴湖酒业

集团公司董事长王伯航到广州市进行仁帅酒市场开发工作调研

10月24日，集团公司党委书记、董事长王伯航到广州市进行仁帅酒市场开发工作调研。集团公司总经理助理王晓云、仁帅酒业负责人陪同调研。

王伯航与广东省酒类行业协会会长彭洪进行会谈，交流广东酒业市场的发展现状，对仁帅酒在广东市场的销售推广交换了意见。通过与广州十六区酒业和广州仁酱酒业等经销商代表的座谈和广州仁帅酒专卖店的参观，王伯航对仁帅酒业在广州市的市场开发、资源整合、渠道建设和经销商客情维护等方面给予肯定，对仁帅酒在市场化操作过程中存在的困难和问题进行详细了解并给出指导意见。

王伯航强调，一是要加大品牌宣传的持续性投入，确保广告推广深入人心，落到实处；二是要正确认识经销商与酒业公司的协同关系，按照市场化原则给予经销商合理的市场支持；三是要加强主辅业的联动，充分发挥集团公司驻外办事处的作用，在市场开发方面加强合作；四是要科学合理制定品牌建设规划，夯实仁帅酒销售推广的市场基础，为打造茅台镇第二大国有品牌“仁帅”不懈奋斗。

来源：仁帅酒业

“爱·责任——朝朝向上百亿品牌庆祝酒会” 暨新品年份苦荞酒水蕴坊发布会圆满举办

秋风送爽，丹桂飘香！2019年10月26日，由广东朝朝向上酒业有限公司主办的“爱·责任——朝朝向上百亿品牌庆祝酒会”在广东星达集团兆华园中国厅隆重举行。广州市原市长、广府人珠玑巷后裔海外联谊会创会会长黎子流先生，广州雕塑院院长、全国政协委员、世界顶级雕塑大师许鸿飞先生，广东省国土厅原厅长、现任广府人珠玑巷后裔海外联谊会会长陈耀光先生，广东省连锁经营协会会长、广东壹加壹连锁超市有限公司董事长廖皓炜先生，中国白酒界泰斗、原江苏省轻工厅副厅长、原洋河酒厂厂长梁邦昌先生，广东省酒类行业协会会长彭洪先生等贵宾受邀出席本次活动。中山电视台著名主持人任凯先生、名太美容集团董事长叶丽娟女士受邀担任本次活动主持人。

首先，广东星达集团董事长叶锦福先生致欢迎词。他对现场的领导及来宾表示诚挚的欢迎和衷心的感谢！紧接着，广东省酒类行业协会会长彭洪先生上台发言。作为酒行业权威人士，他对朝朝向上品牌给予美好的祝愿与无尽的期待。随后，广东省商业联合会执行会长郭玉琨先生代表会长王福官先生，对朝朝向上坚守品质，重视品牌的发展给予充分肯定。广州市原市长、广府人珠玑巷后裔海外联谊会创会会长的黎子流先生作为压轴嘉宾发言，八十八岁的黎老脸色红润、精神抖擞、声音洪亮，令在场来宾敬佩不已！他表示这么多年来喝酒基本上都是喝朝朝向上，希望朝朝向上品牌取得长足发展，惠及更多的成功人士！

随后，主礼嘉宾们一起上台，与全场来宾共同见证“2019年朝朝向上品牌价值突破100亿元”的荣耀！现场的欢呼声、掌声、碰杯声、礼炮声此起彼伏，大家共同祝愿朝朝向上继续腾飞，再创辉煌！

酒会中，著名相声演员黄俊英登台演绎相声《朝朝向上真好嘢》，令全场来宾拍手叫绝！《七十二家房客》中太子炳的扮演者彭炽权先生与国家一级演员、梅花奖的获得者崔玉梅老师同台献唱《花好月圆》，让在场来宾沉醉于浓浓的喜悦中；黎子流老先生与崔玉梅老师同唱一曲《狄青闯三关》，洪亮的歌声响彻整个中国厅，粤韵悠扬回荡！

朝朝向上的意见领袖也纷纷上台，分享长期饮用朝朝向上的感受与心得。其中，广东省连锁经营协会会长、广东壹加壹连锁超市有限公司董事长廖皓炜先生与俏佳人美容集团董事局主席欧惠莲女士登台，对朝朝向上养生白兰地高端商务用酒的品牌定位、坚守产品品质的战略定力及“爱与责任”的品牌理念给予了高度评价，并把自己喝朝朝向上之后变得容光焕发、充满活力的感受与大家分享。他们真正成为朝朝向上“让成功人士真正享受成功”的使命的典范！

在酒会的高潮阶段，广东朝朝向上酒业有限公司正式宣布推出新品年份苦荞酒“水蕴坊”！水蕴坊广告语倡导“有年份的朋友，就喝有年份的酒”，让在场的嘉宾再次心潮澎湃，毕竟他们当中很多朋友也多年未见，重逢在朝朝向上百亿品牌庆祝酒会上。水蕴坊秉承“喝白酒也健康”的品牌使命，致力打造苦荞年份酒，让知心好友间共享健康好酒！

随后，中国白酒界泰斗、原江苏省轻工厅副厅长、原洋河酒厂厂长梁邦昌先生上台发言。他分享到，水蕴坊在传承中国白酒文化的同时，坚持选用十年以上浓香型白酒为酒基，配入苦荞、茯苓、黄精、肉豆蔻等健康食材，酿造口感醇厚且有年份的美酒。其中苦荞是产自四川凉山州的，苦荞中的黄酮对降三高有明显的效果，让每位消费者都能享受喝健康白酒的美妙，又能从中把身体调理得更好。

今年正值中华人民共和国成立 70 周年，壮阔七十载，奋进新时代。企业的发展，离不开国家的崛起，民族的自强，离不开国民的奋斗。活动最后，现场所有来宾起立，挥动手中的五星红旗，共唱《歌唱祖国》！在未来的日子里，朝朝向上人将以极致之心，推动朝朝向上酒业不断迈步前行，让成功人士真正享受成功！让我们共同祝愿世界和平、人民健康、中国强大！

来源：朝朝向

撰稿、编辑、校对：会员综合部 地址：广州市海珠区广州大道南新敦路 117
号 2 楼

电话：020-36172958

邮编：510220

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

E-mail: gdjy@163.com

网址: <http://www.gdjyzc.org.cn>

省酒协官方微信号：GDPAIA



广东酒协网站



广东酒协微信