

# 广东酒业简讯

第 224 期

(2022 年 第 7 期)

广东省酒类行业协会秘书处编

2022 年 8 月 15 日

---

## 【本期摘要】

- ☆ “来者不拒”的广东市场，粤酒如何“与狼共舞”？
- ☆ 米制酒能重振江湖吗？
- ☆ 广东省民营企业文化协会参观考察永乐古窖
- ☆ 贵州宋代官窖年中销售会议圆满召开
- ☆ 龍泉名品集团承办的习酒窖藏 1988 佛山客户盛夏联谊会圆满成功
- ☆ 常德临澧开展“走进石湾”品牌推广活动
- ☆ 九八七酒业集团与广州市森骏股权投资基金正式签约
- ☆ 汾阳王酒业&知酒传媒领导一行来访广东粤强酒业
- ☆ 红荔助力容桂街道第一届职业技能大赛圆满落幕！
- ☆ 王朝怡色半干白荣获 2021 “青酌奖”年度新品
- ☆ 华商 MBA 同学会工程行业协会|龙程酒业专访
- ☆ “朗斐和酒总裁私享宴”引爆羊城
- ☆ 宝酝集团创始人李士祎：充分释放超级 IP 带来的市场动能
- ☆ 2 金 3 银 4 铜！“桑醇酒业”斩获佳绩
- ☆ 京匠·陈酿品鉴晚宴在深圳圆满举行！
- ☆ 科通（广州）国际名酒展组委会一行参观广东柏熹酒业
- ☆ 2022 中法友谊美酒会圆满收官！
- ☆ 小糊涂仙酒业摘取“酒界奥斯卡”五项大奖，品质实力获国际认可

## 本期目录

<b>行业信息</b> .....	3
7月酒类商品电商价格统计表.....	3
2022年6月份全国啤酒分省（市、区）月度产量.....	3
2022年1-6月中国啤酒进出口数据.....	4
<b>协会动态</b> .....	5
7月协会活动简讯.....	5
<b>热点关注</b> .....	8
“来者不拒”的广东市场，粤酒如何“与狼共舞”？.....	8
米制酒能重振江湖吗？.....	9
<b>会员动态</b> .....	13
广东省民营企业文化协会参观考察永乐古窖.....	13
贵州宋代官窖年中销售会议圆满召开.....	14
龍泉名品集团承办的习酒窖藏 1988 佛山客户盛夏联谊会圆满成功.....	15
常德临澧开展“走进石湾”品牌推广活动.....	16
九八七酒业集团与广州市森骏股权投资基金正式签约.....	17
汾阳王酒业&知酒传媒领导一行来访广东粤强酒业.....	17
红荔助力容桂街道第一届职业技能大赛圆满落幕！.....	18
王朝怡色半干白荣获 2021 “青酌奖”年度新品.....	18
华商 MBA 同学会工程行业协会 龙程酒业专访.....	19
“朗斐和酒总裁私享宴”引爆羊城.....	19
宝酝集团创始人李士祎：充分释放超级 IP 带来的市场动能.....	20
2金3银4铜！“桑醇酒业”斩获佳绩.....	20
京匠·陈酿品鉴晚宴在深圳圆满举行！.....	21
科通（广州）国际名酒展组委会一行参观广东柏熹酒业.....	22
2022 中法友谊美酒会圆满收官！.....	22
小糊涂仙酒业摘取“酒界奥斯卡”五项大奖，品质实力获国际认可.....	24
<b>新加入会员名单</b> .....	26

# 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		1199	1169	1420	1049
500ML 52度泸州老窖国窖 1573		1139	1139	1324	1179
500ML 52度剑南春水晶剑		509	489	533	488
500ML 50度古井贡酒年份原浆（古5）		158.76	150	无	163
500ML 52度泸州老窖特曲		398	388	436	398
480ML 52度天之蓝		399	395	447	409
500ML 53度红花郎十年陈酿		459	无	469	无
500ML 53度汾酒青花 20年		488	488	无	448
500ML 43度石湾玉冰烧洞藏二十		578	无	无	无
480ml 40度九江十二坊		188	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		1708	无	1822	1749
700ML 轩尼诗 VSOP 干邑白兰地		429	无	543	457
700ML 蓝带马爹利干邑白兰地		1701.6	无	1322	1490
700ML 人头马 X0 特优香槟干邑白兰地		1599	无	1678	1399
700ML 人头马 VSOP 特优干邑白兰地		451	无	477	456
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）

## 2022年6月份全国啤酒分省（市、区）月度产量

单位	本月产量 (万千升)	同比月增长 (%)	本月止累计 (万千升)	累计增长 (%)
全 国	419.29	6.41	1844.18	-2.00
北京市	12.07	13.13	48.26	7.67
天津市	1.87	8.29	6.80	-15.44
河北省	24.71	20.80	99.00	-0.11
山西省	2.78	30.51	10.65	5.24
内蒙古自治区	7.60	13.62	33.49	7.01
辽宁省	16.82	24.00	73.77	-12.67

吉林省	7.93	12.29	31.19	-14.93
黑龙江省	14.51	12.67	60.38	-3.08
上海市	3.13	-14.22	10.23	-32.26
江苏省	26.81	7.19	109.37	0.60
浙江省	29.95	4.05	132.14	3.34
安徽省	10.17	6.17	44.31	-1.55
福建省	17.71	-6.90	80.97	-8.64
江西省	6.87	-12.18	29.78	-9.31
山东省	69.12	23.35	262.33	-0.29
河南省	24.76	-2.98	108.94	-3.92
湖北省	12.47	10.62	55.09	0.37
湖南省	7.72	-3.73	35.85	-5.03
广东省	39.79	-10.27	186.78	-7.94
广西壮族自治区	9.80	-7.04	51.14	-8.63
海南省	0.31	-16.96	1.70	-22.97
重庆市	8.75	0.78	43.15	-0.33
四川省	25.32	11.57	129.81	6.28
贵州省	8.08	-4.23	51.57	41.93
云南省	5.52	-10.73	35.60	-16.25
西藏自治区	1.35	19.70	5.95	-2.75
陕西省	9.32	10.78	41.87	4.59
甘肃省	4.79	8.20	22.64	-6.05
青海省	0.24	14.86	0.89	-10.02
宁夏回族自治区	2.34	7.58	10.34	-11.10
新疆维吾尔自治区	6.68	2.06	30.18	2.37

（附注：据行业统计数据，2022年6月广东省啤酒产量为39.52万千升，比上年同期产量减少6.81%；1-6月累计产量为184.47万千升，比上年同期产量减少了4.94%。）

数据来源：国家统计局

数据提供：中国酒业协会啤酒分会

数据汇总：广东粤啤信息技术服务中心

汇总日期：2022年8月■

## 2022年1-6月中国啤酒进出口数据

2022年6月，中国进口啤酒3.861万千升，同比下降31.9%；金额为3.4592亿元人民币，同比下降25.0%。

2022年1-6月，中国累计进口啤酒22.657万千升，同比下降14.4%；金额为20.4104亿元人民币，同比下降8.5%。

2022年6月，中国出口啤酒4.141万千升，同比增长2.2%；金额为1.9481亿元人民币，同比增长17.3%。

2022年1-6月，中国累计出口啤酒23.124万千升，同比增长6.6%；金额为10.1240亿元人民币，同比增长9.3%。

来源：中国国际啤酒网

# 协会动态

## 7月协会活动简讯

2022年7月1日，副会长单位：骏德酒业集团总裁谭爱萍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！

2022年7月1日，陈泳副秘书长拜访副会长单位：广东阳明酒业有限公司，受到董事长李林峰、供应链管理总监李嘉龙及公司全体员工的热烈欢迎。

2022年7月4日，由中国轻工业联合会、中国酒业协会指导，广东省酒类行业协会与北京中酒荟萃教育科技有限公司联合主办的“白酒四级品酒师职业技能培训班”（广州）正式开课！本次培训共有50多人参加。

2022年7月4日，由中国轻工业联合会、中国酒业协会指导，广东省酒类行业协会与北京中酒荟萃教育科技有限公司联合主办的“白酒二级品酒师职业技能培训班”（广州）正式开班。本次培训共有10多人参加。

2022年7月5日，理事单位：广东氢元素健康科技有限公司总经理郭泰麟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！

2022年7月5日，陈泳副秘书长拜访会员单位：广东睿懿文化传播有限责任公司，受到总经理钟丽陶及公司全体员工的热情接待。

2022年7月6日上午，黑龙江省酒类流通协会会长王永桓、黑龙江辛巴赫精酿啤酒有限公司董事长王笑卓一行来访广东酒协座谈交流。受到彭洪会长及协会秘书处全体人员的热烈欢迎！

2022年7月7日上午，贵州安酒广东战区总监肖丁一行到访广东省酒协，受到彭洪会长的热情接待。

2022年7月8日，陈泳副秘书长拜访理事单位：广东葡淘酒网络科技有限公司（葡萄酒网）受到董事长龙飞虎及全体员工的热情接待。

2022年7月8日，资深媒体人、知酒传媒创始人向宁、汾阳王酒业董事长王再武一行到访广东省酒协，受到彭洪会长及秘书处全体工作人员的热烈欢迎！

2022年7月8日，陈泳副秘书长拜访理事单位：广州荟醒食品科技有限公司，受到产品总监吕庚生及公司全体员工的热烈欢迎。

2022年7月8日，白雪副秘书长拜访会员单位：广州茅粉荟商贸有限公司，受到董事长彭洪庆、总经理杨玉及公司员工的热情接待。

2022年7月11日下午，广东省酒协、广州酒协、越秀区酒协、海珠区酒协4个党支部联合举办“以党建促会建，引领酒业创新发展”党建联建主题活动。本次活动共有近20名党员干部参与。

2022年7月11日下午，陈泳副秘书长拜访会员单位：广州胜丰行贸易有限公司，受到郭润丰总经理及公司全体员工的热烈欢迎。

2022年7月11日下午，陈泳副秘书长拜访理事单位：广州睐纬投资咨询有限公司，受到睐纬集团董事长胡振刚、CEO胡佑宗及公司全体员工的热烈欢迎。

2022年7月12日上午，会员单位：北京仁怀酒业股份有限公司全国营销总监杨新乐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。

2022年7月12日下午，彭洪会长拜访理事单位：广州罗阳商贸有限公司，受到总经理王文虹和公司员工的热情接待。

2022年7月13日，广东省精准医学应用学会常务副会长兼秘书长孙炳刚一行到访广东省酒协，受到彭洪会长与全体工作人员的热情接待。

2022年7月13日，会员单位：广州市白云区景泰心道酒业贸易中心董事长杨尚潮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。

2022年7月13日，理事单位：广州新酒旺贸易有限公司总经理李彬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。

2022年7月14日，智利驻广州总领事馆商务处商务领事爱德华一行到访广东省酒协，受到彭洪会长及秘书处全体工作人员的热情欢迎。

2022年7月14日，广州义香贸易有限公司董事长黄朝辉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。

2022年7月14日，白雪副秘书长拜访会员单位：广州茅乡源贸易有限公司，受到董事长徐洁、贵广和公司副总经理潘超健的热烈欢迎。

2022年7月15日，四川仙潭酒业集团老潭酒事业部、华南大区经理曾志宸，粤中办经理李波一行到访广东省酒协，受到彭洪会长及秘书处全体工作人员的热情接待。

2022年7月15日，副秘书长丘冬梅、酒协资深白酒专家张水祐拜访会员单位：高州市名豪酒业，受到邓名豪总经理及公司全体员工的热烈欢迎。

2022年7月15日，副秘书长丘冬梅、协会资深白酒专家张水祐、高州市酒协会会长邓名豪一行拜访会员单位：广东百凤源酒业有限公司，受到了百凤源总经理黄全及公司全体员工的热情欢迎。

2022年7月16日下午，副秘书长丘冬梅、酒协资深白酒专家张水祐一行拜访理事单位：广东杏泰酒业，受到杏泰庞世明厂长热情接待。

2022年7月19日上午，彭洪会长拜访常务副会长、广东远航酒业集团董事长、总经理关正生。

2022年7月19日下午，彭洪会长拜访协执行会长、广东糊涂酒业有限公司董事长罗玉波。

2022年7月19日下午，“聚力同行 乐创新绩”一会长走访日活动在广州举行。本次会长走访日活动是到副会长单位：广东糖酒酒业连锁有限公司进行走访交流。本次活动共有10多家会员企业出席。

2022年7月21日上午，彭洪会长拜访常务副会长单位：广东顺德酒厂有限公司，受到总经理陈亮等人的热情接待。

2022年7月21日下午，秘书长陈兴武、副秘书长白雪一行拜访会员单位：广州嘉临酒业有限公司，受到嘉临酒业总经理马嘉临女士及公司全体员工的热烈欢迎。参与本次走访活动还有10多家会员单位代表，期间举行第四、五期公益培训证书颁发仪式。

2022年7月22日，理事单位：法国(广州)天下合酒业有限公司总经理李丽洪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！

2022年7月22日，会员单位：广州初喜酒业有限公司董事长李伟彬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。

2022年7月22日，会员单位：广州百胜酒业有限公司总经理沈胜潭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。

2022年7月22日，公益培训第四、第五期学员证书颁发仪式暨“易道、酒道、营销之道”、“宁夏贺兰山东麓青铜峡产区课程”以及“食尚国味之荟醒、陶陶居月饼”品尝等主题—在巴星之光新模式体验餐厅举行。

2022年7月22日下午，陈兴武秘书长拜访会员单位：广州市怡兆昇酒业有限公司，受到怡昇酒业有限公司总经理周聪及公司全体员工的热烈欢迎。

2022年7月22日下午，秘书长陈兴武、副秘书长白雪一行拜访会员单位：菲凡酒业有限公司，受到菲凡酒业有限公司总经理何伟华及公司全体员工的热烈欢迎。

2022年7月25日，理事单位：广州市嵘久号贸易有限公司董事长 陈俊荣 回到广东省酒协秘书处座谈交流，受到彭洪会长及秘书处全体工作人员的热情接待！

2022年7月25日下午，陈泳副秘书长携理事单位：广东省粤食进口商品有限公司总经理吴关平一行拜访理事单位：广州市卡雷洛进出口有限公司，受到董事长周玉英及公司全体员工的热烈欢迎。

2022年7月26日上午，彭洪会长拜访理事单位：贵州省仁怀市汉御坊酒业股份有限公司，受到魏军添董事长及全体员工的热烈欢迎。

2022年7月26日下午，陈泳副秘书长携搬酒（广州）电子商务有限公司董事长戴航、全民酒仓总经理陆克彬等一行拜访会员单位：贵州唐庄酒业有限公司，受到首席战略官王联合及公司全体员工的热烈欢迎。

2022年7月28日下午，会员单位：广东桑黄酒业有限公司董事长吴建华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。

2022年7月29日，第4期“专家面对面-名酒辨识公益交流日”活动在广州原聚酒业举行，吸引了10余名消费者、酒类收藏爱好者携“宝”前来交流。

来源：广东省酒协秘书处

## 热点关注

### “来者不拒”的广东市场，粤酒如何“与狼共舞”？

广东，连续33年GDP稳居全国第一，以酒类消费市场庞大、包容性高而著称。

多年来，广东白酒市场一直是外来酒的乐土，“酱酒热”兴起后，这样的情况更是愈演愈烈。

广东省酒类行业协会会长彭洪告诉微酒记者：“我们酒协倡导的是‘引狼入室，与狼共舞’，任何品牌进入广东，我们都不会拒绝。早日同台竞技，长期来看有利于提升地产酒的竞争力，有利于广东酒业的整体发展。”话虽如此，以米香为主的粤酒到底将如何突围？

广东白酒市场发展概述

1980年，中国的白酒年产量达到了215万吨，其中，清香型独占7成。粮耗低、出酒率高的清香型白酒，在广东十分畅销。

随着粮食供应不足等制约因素的消失，浓香型白酒开始流行。1988年，13种名酒价格的放开成为白酒发展进程的重要节点，1998年前后，广东白酒市场出现了“七雄争霸”的局面，即古绵纯、泰山特曲、皖酒王、诸葛酿、小糊涂仙、稻花香、全兴特曲。

21世纪初，高炉家、开口笑、百年糊涂等品牌在广东市场强势崛起，随后，茅台、五粮液、泸州老窖、汾酒、剑南春等名酒纷纷入粤，占据了广东高端白酒市场的主导地位。

随着酱酒热潮的到来，2020年，广东酱酒市场规模达到126亿元，约占整个广东白酒市场规模的50%。其中，茅台酒在广东的年销量达到了614吨，郎酒、国台、习酒、珍酒、丹泉、安酒、贵州醇等酱酒品牌也纷纷加码广东市场，增强品牌影响力。

2022年，夜郎古酒华南运营中心揭牌仪式暨广东10亿战略发布会在广州举行；贵州赖世家酒业品牌高铁冠名首发仪式在广州南站举行；成义烧坊以“百城千店”工程深入华南，在深圳开设线下专卖店……

粤酒如何与“狼共舞”？

广东酒类专业管理部门相关人士告诉微酒记者，广东市场对外地酒的态度经历了“三个转变”：第一个阶段是提“吃广东菜，喝广东酒”；第二个阶段是提“吃广东菜，喝广东人做的酒”；现在则是提“吃广东菜，喝在广东流通的酒”。

据彭洪介绍，2021年，广东酒类市场的容量增长不大，在568亿元左右。由于酱酒的带动，白酒品类的增长幅度相对较高，而广东本地白酒品牌的年销售额大概在30亿元的样子，占比约5%。

占比如此之低，那么，粤酒近年来干了些什么？

先说广东石湾酒厂。早在2010年，石湾就率先提出了“振兴粤酒”的说法并付诸行动。多年来，石湾致力于推动产品结构不断升级，以玉冰烧·洞藏系列进军中高端市场。作为支撑，石湾构建了超过100人的工艺技术团队，研发出了“白酒饮用品质关键评价技术”。在品牌提升，石湾携手《大国品牌》登陆CCTV1，并赞助《老广的味道》、《全球零距离》、《叶问4》等影视内容，以此走向全国。另外，石湾酒厂还举办“中国

吉宴”，用“酒”和“文化”融合的形式来提升粤酒知名度。

而占据广东米香白酒市场半壁江山的远航酒业，在市场方面则是以品质+文化两轮来驱动。品质方面，远航酒业依托非遗工艺，持续进行科技投入，研发出了十余项低醉专利技术。为满足消费者多元化的消费需求，创新了产品风味、重塑了产品体系；文化方面，远航酒业通过建设九江双蒸博物馆、1821酒庄等举措来传递米香白酒的历史价值，同时开展了粤酒配粤菜活动、发展了侍酒文化，丰富了粤酒的品牌文化内涵。

此外，被国家商务部核定为首批“中华老字号”的珍珠红酒业，通过恢复返祖古法的手工酿造工艺，坚持“以产定销”的生产、营销策略，把“真原酒、真年份”的米香型白酒呈现给消费者。同时，珍珠红酒业还不忘创新，将传统古老酿造工艺与橡木桶陈酿技术相结合，研发出了新品。如今，珍珠红已成为集米香型白酒、客家黄酒、橡木桶酒、露酒和其他酒生产于一体的大型综合酒企。

从企业层面看，石湾、远航、珍珠红等粤酒企业的加速崛起，在粤酒振兴上做出了不少贡献。2019年，广东酒协成立了“振兴粤酒产业发展工作委员会”，牵头制定并发布了《广东米香白酒》、《广东糯米酒》、《豉香型白酒品鉴方法》三项团体标准，填补了粤酒行业标准的空白。此外，协会还为会员企业免费提供了素质提升工程，定期组织技术交流活动等，以落地的服务为核心，提升专业人才素质，为推动粤酒转型升级发挥了积极作用。

粤酒的机遇在哪？

2019年，中央发布《粤港澳大湾区发展规划纲要》，三年多来，粤港澳大湾区成为中国开放程度最高、经济活力最强的区域之一。数据显示，2021年粤港澳大湾区经济总量约12.6万亿元人民币，比2017年增长约2.4万亿元人民币；进入世界500强企业25家，比2017年增加8家。而粤港澳大湾区中的珠三角九市，也正是粤酒消费最活跃的地区。

长期以来，虽然位列中国四大白酒香型之一，但米香型白酒在酒业的存在感一直不强。有行业专家表示，随着理性消费意识的觉醒，新一代的白酒消费群体更加推崇饮酒的健康、低醉和舒适，以米香型为主打的粤酒正好符合这一需求。

彭洪认为，在新一轮消费结构升级的背景下，香型多元化让粤酒迎来了最好的发展阶段。在他看来，粤酒有三大优势：

一是文化底蕴深厚，梅州客家娘酒和半固液态蒸馏技术能够从时间上赋予粤酒独特的文化价值；

二是米香型口感相对国际化，适口性更强；

三是消费基础好，除本土消费者外，粤酒开拓国际市场有100多年历史，在国外也有一定消费基础。

部分行业人士认为，米香有望成为酱香之后的新风口。据天猫新品创新中心发布的数据显示，2021年前三季度，低度潮电电商销售同比增长51%，其中，米香型白酒呈现出量级增长的态势。

今年2月，工信部发布了《关于加快现代轻工产业体系建设的指导意见（征求意见稿）》，提出针对年轻消费群体、国外消费群体发展多样化、时尚化、个性化、低度化的白酒产品。这一消息的到来，让业内对米香型白酒给予了更多关注。可以预见，在未来，广东本土酒企必将加快推进粤酒振兴的速度，扩大粤酒的市场规模。

来源：微酒

## 米制酒能重振江湖吗？

快讯：酒市场发展良好，1-5月酒饮茶利润超1000亿元。

6月28日，国家统计局发布数据显示，1-5月份全国规模以上工业企业利润增长1.0%。其中酒饮茶实现营业收入6957.8亿元，同比增长8.3%；实现营业成本4631.4亿元，同比增长5.6%；实现利润总额1073.3亿元，同比增长21.0%，酒业很有逆市飘红的感觉。

众所周知，中国白酒的四大基本香型包括浓香、酱香、清香、米香，之外还有兼香、凤香、药香等其它派生香型，而米香型白酒的整体规模都不如“其它香型”。公开的数据显示，浓香型白酒占了半壁江山，酱香占比在 15%-20%之间，清香也有 13%左右，而米香型白酒由于份额太小，一起被划到了“其它”里面。根据兼香型白酒 4.8%的占比来看，米香型白酒可能不足 4%。

#### 米酒曾为宫廷贡品

现在市面上常见的酒类产品，多以高粱为主料，高粱成就了中国的白酒。高粱作为酿酒主要原料，其起源应始自明代，距今有数百年的历史。明朝时为治理水患，朝廷命令广植高粱，以其桔杆扎成排架填充石灰土加固河堤，剩余的高粱籽除做民食及牲口饲料外，则用于酿酒，高粱白酒于是孕育而生。中国白酒以高粱为主要原料生产的新纪元由此奠定。

在高粱酒之前，米酒是人们生活中最为常见的酒类之一。关于米酒的起源，业界有很多种说法，行业共识的说法是，7000 多年前我国就开始酿造米酒，随着贾湖遗址的挖掘，又让中华酒的历史往前移了 2000 多年。史籍文献记载：唐太宗曾亲赐米酒为宫廷贡品，敕令户部酿造，秘方不得外传。

#### 惟米酒入药用

米酒中富含人体必须的又容易吸收的各种氨基酸配比非常平衡，接近世界卫生组织认定的蛋白质氨基酸最佳配比模式。大米蛋白中，含赖氨酸高的碱溶性谷蛋白占 80%，人体必须且容易吸收；而高粱中为数不多的蛋白质，还是以醇溶性蛋白质为主，人体还不易吸收。《本草纲目》中就记载：“惟米酒入药用”。

#### 米香鼻祖衰落

中国米酒文化源远流长，消费人口众多，我国共有米酒相关企业 1.76 万家，广西以 3740 家企业数量排名第一，广东、湖南分列二三位，贵州黔东南则以近 700 家企业排名全国城市首位。

中国米酒是一大赛种，是中国历史上最悠久的传统健康酒饮，其市场潜力十分巨大。

广西是米香的一个核心产区。广西的三花、丹泉、乳泉、湘山、天龙泉这几家地方品牌名酒当中，只有丹泉超过了 20 亿，但丹泉又是以酱香为主。米香型“鼻祖”是桂林三花酒，号称“米酒之王”、“桂林三宝”之一，三花酒自宋朝就开始酿造，真正得名于清朝，历史悠久。三花酒曾与茅台、五粮液的地位都是相当的，三花酒可是被美国前总统尼克松都称赞过的佳酿，上个世纪 70 年代尼克松访华，在桂林品尝到三花酒以后，把它比作“桂林茅台”。三花酒曾经也是辉煌过的，1957 年就获得了中国小曲酒评比的第一名，1964 年被评为广西名酒，1979 年的全国第三届酒评会上获得优质奖，并被正式列为米香型白酒代表。1994 年企业就完成了改制成立“桂林三花股份有限公司”，1996 年利税达到了 1.5 亿，1999 年三花酒又获得了“中华老字号”称号。如今桂林三花股份的公司资料也显示，经营业务不只是白酒，还有啤酒、果露酒、醋等几十个系列，走得一直是多元化。多元化掌握不好也代表着什么都不精，而白酒正好需要企业能够耐得住寂寞，才能等来一朝绽放。

三花酒是一款不错的白酒，只可惜现在基本没人认识，就算是在广西，也只会拿来做菜，辉煌不见当年。

米酒衰败的原因是定位过于高端，米酒价格贵，只有钱人才喝得起。

从元代有蒸馏白酒开始，一直到清代中后期，500 年间，中华大地都是米酒的天下，无论是市场占有率，还是对社会生活的影响，一直到民国，白酒一直被认为是穷人和不正经的人才喝的酒。

李白喝顿酒，也要用“五花马，千金裘”去换。李白说：“金樽清酒斗十千，玉盘珍馐值万钱”，一斗大约十斤，一斤一千文钱；杜甫说，“速宜相就饮一斗，恰有三百青铜钱。”杜甫生活清苦，喝的酒也不便宜。老百姓一般也喝不起，至少不能经常喝。

贵是米酒衰败的最大问题，产品定位过于高端，有钱人才喝得起，平民阶层买醉只能喝白酒。

可现在却相反，米酒反而是便宜的，属于中低层阶级喝的酒。

论坛上，中国酒类流通协会秘书长秦书尧表示，“米酒是‘老广’们的心头好，是极具岭南特色的消费文化，是四大基础香型之一，也可能是中国最早的蒸馏酒。从世界范围看，‘米制酒’市场优势显著。在近 20 年里，韩国的真露酒始终占据着“世界销量最大蒸馏酒品牌”的宝座，2020 年，真露酒销量高达 9530 万箱，比第二、第三名品牌的总和还高。真露酒所属的韩国烧酒，就是米制酒的代表，其主要原料是大米，再结

合甘薯、小麦、大麦、木薯淀粉等材料酿制而成，度数一般为 20 度左右，口感清新，有的还会加入各种水果口味，受到亚洲各国及全球消费者的喜爱。近年来在国内备受年轻时尚人群追捧的日本清酒，也是“米制酒”，比如“梵”、“响”、“獭祭”等日本清酒品牌，都是市场接受度很高的高端酒品，售价在 5、600 元/瓶以上，还经常断货。同样以大米为原料，同样采用“精米”工艺，酒体上同样具有清新适饮、自由度高的特色，而我们的粤酒，还更具生态环境优越、原料选用苛刻、文化底蕴深厚等独特优势，充分适应了当下消费人群对白酒品质、品位的鉴赏取向，市场发展的潜力空间难以估量。在广东大地极有机会形成未来以粤酒崛起为标志的第三次浪潮，从广东生成，在全国畅销，向国际发展，这将是引领中国白酒与民族文化走向世界的一次崭新的令人向往的伟大跨越。

还有后来人

一、石湾酒厂掌舵人范绍辉：中国白酒也可以创造出“罗曼尼康帝”

范绍辉，陈太吉酒庄庄主。他认为粤菜在全世界都高度认可，是高品质菜系，广东的酒也是发达地区酿出来的好酒，原材料那么贵没理由生产低端产品？在 1962 年国务院财贸办公室发布的《名酒和地方名酒、啤酒价格调整表》中，贵州茅台酒为 2.97 元/斤，佛山玉冰烧为 2.19 元/斤，粤酒与一线名酒的价格在当时没有太大差距。随着大家对米酒认知的提高，粤酒也必将迎来一个新的春天。

他想把酒厂做大但一定要做出价值的庄主，他提出对标世界第一的“罗曼尼康帝”，打造中国酒庄的内涵与新主张。他坚定的认为，酒庄本质是白酒的根。他要把酒庄的旗帜举起来，就是要把中国骨子里最好、藏得最深的东西再拿出来。陈太吉酒庄是广东石湾酒厂集团的前身和重要资产，不仅是粤酒阵营中的独一份，也是中国白酒的独特存在。近 200 年在原址不间断的加工酿造，这是白酒从作坊整合为企业形成产区过程中，保留得最完整的历史记录和活化石；大大小小的清朝时期传承下来的存酒埋坛多达数千个，如今已是文物级的资产；野生摘菌、小缸发酵、手工酿造等传统工艺极为珍贵。

他一方面延续石湾玉冰烧的大众消费策略，逐步提高市场份额；另一方面则重启了陈太吉酒庄，探索文化、工艺背后创造粤酒的高端价值。他热衷于文化的探索和挖掘，他要打造高端的酒庄酒产品，开设酒庄文化体验空间，创造开库大典等行业 IP，他要把中国骨子里最好、藏得最深的东西再拿出来。

绍辉酒庄论的核心观点：酒庄的大小不是规模的大小，而是精神的大小。规模太大的东西，个性化是不足的。

陈太吉酒庄要做到了粤酒最贵的酒。

拥有 400 多个传承于清朝的存酒埋坛

二、远航酒业集团董事长 关正生：米香价值回归

浓酱清的三次兴起证明，米香缺位责不在香型，其因在于米香企业的作为不足。走出“舒适区”，米香白酒的“突破”迫在眉睫。米香品类价值一直被低估，四大香型仅有米香尚处在价值洼地。纯大米作为产品生产主要原料，最大限度凸显了酒体的净。米香白酒的净主要得益于大米蛋白含量相对低，淀粉含量高。对于脂肪与纤维素含量相对较高的大米，采用精磨的方式去除上述类型物质，从而减少了发酵过程中产生杂味的物质来源，达到了净化后感的作用。

米香白酒“纯净”的特点，彰显了中国白酒之返璞归真、追求简约而不简单的文化理念。米香白酒之“纯”，体现在其酒体米香、蜜香复合纯正，无杂味；米香白酒之“净”，体现在其酒体清爽，柔和，爽净。

九江双蒸技艺传承至今已历十八代。近年来，我们提出“纯净轻负担”主张，追求极致纯净轻负担、精制原料轻负担、低醉工艺轻负担、高超勾调技艺轻负担，让人饮后微醺不上头的效果。据资料显示，米香白酒是最接近国际蒸馏的酒种，如今在大量葡萄酒涌入中国市场的同时，我国米酒（含米香白酒）的出口量占据全国的 65%，所以做好中国米酒，也是中国在国际贸易上的独特竞争力。

九江双蒸率先开启米香“元宇宙”！广东的双蒸，世界的米香

有资料显示，上世纪 80 年代，九江双蒸出口量已达 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，造就了“有华人的地方就有九江双蒸酒”的现象，被海外华人华侨誉为“故乡水、家乡酒”。九江双蒸已经成长为年产优质米香白酒超 6 万吨、年销量超 1 亿瓶的白酒品牌。九江双蒸 2022 重新出发，勇于走出舒适区，再绘米香白酒蓝图，不仅将“广东的双蒸，世界的米香”作为品

牌定位，更是将重塑以双蒸技艺为核心的米香价值体系，让世界品味广东作为企业新的发展使命。远航酒业可谓是乘胜追击，持续开展品牌升空、渠道生根、产品升级换代，推出九江双蒸精米系列，围绕精米 30+ 举办各种推广活动，在华南市场掀起“精米热”。据悉，仅 2011 年至今，远航九江已申请发明专利 37 项，其中获授权发明专利 17 项，获得授权实用新型专利 15 项，更有一项发明专利获得第十八届中国专利优秀奖。

“九江双蒸”以“低醉度、轻负担、纯粮酒”为三大特色，严选南方籼米和东北珍珠米黄金配比，传承传统酿造工艺，结合创新科技，并充分运用 10 项低醉技术，采用“低醉白酒”标准，使口感更加柔顺，杂醇油更低、醉酒度更低。

九江双蒸的创新产品很受年轻人的追捧

江记酒庄开辟米酒“第二市场”

针对米酒的杀菌和储存的痛点，江记酒庄的杀手锏是科研攻关。江记酒庄在一次次试错后，不仅攻破米酒沉淀难题，还通过杀菌新工艺搭配国际领先的酿酒设备，解决了困扰行业许久的米酒储存痛点。

麻城老米酒也在发力

麻城老米酒已有千年酿造历史。麻城老米酒含有多糖及还原糖、蛋白质、16 种氨基酸，以及钙、钠、镁、锌、锰、铁和维生素 B 等营养价值相当丰富，还具有健脾胃，舒筋络，消痛化滞的功能。配以中草药，还能以祛治风湿，医治瘫痪。因而深受人民群众欢迎。麻城老米酒，酿者代代相传，饮者千年礼赞，麻城人自酿自饮，自行其乐。麻城老米酒正通过确立米酒系统化、标准化的制作文化、饮用文化占领全国市场，从而引导与世界消费潮流接轨。

广西还有希望

广西天龙泉酒业是劲牌集团在广西投资建厂的子公司，是劲牌集团对米香型白酒的拓位。历经 13 年稳健发展，天龙泉酒业现已成为广西地区米酒企业的代表之一。天龙泉公司位于广西河池市罗城仫佬族自治县，地处自然环境优良的“九万大山”区域，具有好山、好水、好粮的卓越酿酒条件。目前，公司按年产 2 万吨的生产规模在进行“整体规划，分步实施”，总投资额 1.2 亿元，拥有先进技术设备。

天龙泉开启广西“米香新时代”

天龙泉作为米香型白酒振兴的先行者，相信其必将率先开启高质量米香型白酒发展的新时代。

除了桂林三花酒、全州湘山酒还有广东长乐烧也是米香型白酒的代表，但这些酒的消费群体比较局限，还没有走向全国。

湘山酒业主推“老酒模式”

湘山酒业已并入中国第一大民营酒企“金东集团”后，不缺技术、不缺资金，作为米香型领域的代表白酒，有近两万吨的米香老酒储量，“四获国优”的过硬品质，保留传统“非遗酿造技艺”的小坛地缸发酵等优点，共同打造了湘山酒的核心优势，让湘山酒业进一步夯实了“湘山·中国米香老酒第一品牌”的品牌定位。

胡润研究院发布的《2020 中国老酒白皮书》也显示，高净值饮酒人群中对老酒有明确喜爱态度的占据将近 90%。随着老酒热潮的兴起，“真实年份酒”“陈藏老酒”等具有厚重感的词汇频繁出现在人们的视野中，“酒是陈的香”这个千百年来流传的观点再次受到消费者的热捧和高度认同。

中国收藏家协会文创委员会主任王亚表示：“米香老酒的收藏标准同样值得探讨，要让品牌与市场价值对标，定位规范化的米香老酒进入市场能让消费者更加放心”。

好山好水好米出好酒，湘山酒 2000 多年的酿造历史，是桂林有名的“桂酒”代表。湘山米酒就是桂林这座城市的名片。作为“广西非物质文化遗产”，以德天独厚的条件酿造出典型米香型优质白酒，荟萃了广西桂酒精华。湘山酒在桂林生根、成长，秉承着“只卖老酒”的原则，在广西这片宝藏土地上，取一方水土精华灵气，孕育每一坛好酒历久弥香，老酒被重新定义注入城市“新活力”。湘山酒业第一负责人唐江华表示，湘山酒业所在地桂林全州是湘江战役的发生地，建有全国最大的红色文化教育基地“湘江战役纪念馆”，红色基因深厚。借助红色旅游火爆，湘山酒业敞开大门开展请进来工作，让更多的游客莅临湘山酒业参观体验，通过体验形成自发的口碑传播。对于中国米香白酒而言，湘山酒业在种植、品质、酒旅三大方面起到了很好的表率作用，体现了湘山酒业作为领军企业的使命与担当。

改变认知 给予时间 米制酒必将大放异彩 广东酒界权威观点：

梁邦昌说，从历史上看，陈太吉酒庄，位于目前考证具有 540 多年酿酒历史的文化名镇石湾。酒庄始创于清朝道光十年（1830 年），迄今在原址朱紫街不间断生产超过 191 年，历经七代人传承至今，荣获中国酒业协会授牌“中国白酒酒庄联盟 002 号”，广东省酒类行业协会授牌“岭南老酒庄 001 号”。

彭洪对陈太吉酒庄“振兴粤酒”的战略行动表示高度认同。他认为，这正是陈太吉酒乘势的具体表现：广东陈太吉酒销售有限公司的成立，反映了高端粤酒市场具备的巨大潜力，发挥了“振兴粤酒”酒商联盟效应，对“粤商做粤酒”起到了积极的示范和引领作用，也必将加快粤酒振兴速度和扩大粤酒市场规模。

作为研究型的广东酒业意见领袖，广东省酒类行业协会创会会长朱思旭则从具体数据进行了补充，以说明粤酒的势头也在于历史自信和品质自信。从历史角度看，粤酒有非常悠久的历史。在清朝时，全国酒厂最多的是江苏的 31 家，第二是广东的 20 家，第三是浙江的 13 家。四川只有 6 个，贵州只有 4 个。“说明在民国之前，湖广等地的粮食充足催生了酒类产业的成熟与繁荣。”从品质角度看，广东米香型的酒是健康的酒，当下中国白酒都往健康方向发展，米香型白酒微量物质有 600 多种，其中 160 多种是对身体健康有益的，“必须注意的是，米香型白酒的杂质更少，对身体更有益处。”米香品类历史积淀深厚，文化特性明显，是当之无愧的民族国货。加上越来越多有梦想有使命有担当的优秀企业家加入米制酒行业，像中国第一大民营酒企“金东集团”的吴向东（拥有 15 家酒厂）、坚守传统的石湾酒厂掌舵人范绍辉（拥有 5 家米制酒厂）、文艺范江小白的老板陶石泉、还有不断创新的远航酒业集团董事长关正生等米制酒的领航者，坚信只要给予时间米制酒必将大放异彩。

来源：好酒网

## 会员动态

### 广东省民营企业文化协会参观考察永乐古窖

应广东省民营企业文化协会常务副会长、永乐古窖董事长伍倩雯邀请，广东省民营企业文化协会执行会长胡桂明先生携同常务副会长房汉文，副会长刘伟雄、范汉荣、叶少凯、廖永平，常务理事郑杰緬、吴秋莹，常务副秘书长郑锐伟、刘潇，行政部部长罗健强等一行，于 2022 年 7 月 1 日莅临永乐古窖文化（广东）体验中心开展了深度考察交流。

广东省民营企业文化协会隶属于广东省工商联，深受广东省民营企业界关注和向往。开展对重点会员单位的实地走访是协会日常工作的重要组成部分，其目的在于精准调研市场动态，挖掘有独特优势和发展潜力的会员单位，并积极促进会员间资源共享及纵深合作。在参观前，胡桂明会长对伍倩雯董事长旗下企业已经比较了解，此次到访目的是上级领导部门及协会对国家级物质文化及非遗文化传承与创新调研十分重视，希望通过走访深入了解永乐古窖酒业的发展现状以及亮点，未来的发展规划战略布局。

在伍倩雯董事长的全程陪同下，协会一行先后参观了永乐古窖文化（广东）体验中心的旗舰店、历史文化馆、企业文化馆，对非遗文化展示区、酿造工艺主题区、名人封坛区及宜宾产区沙盘等多个特色区域深感振奋。参观期间，伍倩雯董事长结合各区域的亮点，向胡桂明会长详细介绍了永乐古窖的发展历史，“双遗”、“三老”的传统优势，以“中国明代两大古窖之一”为战略定位布局，打造宜宾第二名片，结合非遗文化传承主题规划的特色非遗文化景区，为永乐古窖在业界与消费者心中树立“百年传承”的全新形象持续贡献自身力量。

在参观过程中，协会一行在永乐古窖特设的开放定制区前驻足，仔细鉴赏诸多政商界团体及个人独立定制的珍藏版佳酿，感知每一支佳酿背后蕴含的独特背景和意义。在品鉴环节中，永乐古窖的老酒系列产品，其醇厚柔滑的香气和口感于无声中惊艳众人味蕾。来宾们在品鉴后，对于永乐古窖浓香老酒的客观评价是：酒的性价比高，比同系列产品陈一点。经过全程的认真观摩和仔细品味，来宾们对包罗万象、浓缩

600年历史精华于一馆的永乐古窖之旅回味无穷，对永乐古窖注重品质与体验感的经营理念，追求极致、不负时光的酿造品质，以及覆盖了生产项目、营销升级与文化传承的精细管理体系等方面所作的努力，更是有了一致深刻的了解和体会。

在随后于体验中心会议厅举行的总结座谈中，胡桂明会长对伍倩雯董事长作为协会常务副会长及企业女性领袖，身上所体现的胆识与魄力，强烈的文化传承责任感表示赞赏与钦佩。他提到，粤港澳大湾区作为当前经济驱动的发展重心区域，需要各行各业在党和国家政策指导下不断吸引有独特优势、有长远发展眼光和实力的民营企业进驻，开展健康竞争与资源合作以保持区域核心竞争力。广东省民营企业协会经过这些年的努力，凝聚了一大批省内优秀民营企业；经过今天的走访，对永乐古窖所取得的成果，尤其是在目前酒业激烈的竞争环境下勇于坚持初心，潜心笃行的精神令人十分钦佩。随后协会将组织会员大会等交流活动及通过媒体合作等，积极宣传永乐古窖作为酒类行业在文化传承方面所取得的成果；并发挥自身的资源优势，扮演好协会牵线人的角色，挖掘协会会员间开展合作的商机，帮助永乐古窖开拓更广泛的市场渠道。

伍倩雯董事长表示，在省统战部、省工商联及省民营企业文化协会的指引下，永乐古窖一定能找到越来越多志同道合，心存高远的兄弟企业，并随时向有合作意向的伙伴敞开大门，邀请大家到中山来，亲身体验永乐古窖的独特魅力。未来，永乐古窖希望凭借从内心打动消费群体的硬实力和市场表现进军全国市场，将优秀的中华非遗文化传承下去，并最终走出国门，打造新时代中国有影响力的全新白酒品牌。

来源：宜宾永乐古窖

## 贵州宋代官窖年中销售会议圆满召开

7月1日，值此建党101周年之际，贵州宋代官窖酒业销售有限公司2022年上半年销售工作总结暨下半年工作部署会在贵阳贵州宋代官窖全国营销中心召开。

贵州酒中酒集团董事长曹本强，贵州宋代官窖酒业销售公司总经理曹烈鹏，湖南湘贵实业董事长王静，贵州晋熠商贸有限公司董事长曹进，集团公司副总经理胡晓刚以及各市场大区销售总经理参加了此次会议。

会议对贵州宋代官窖2022年上半年销售工作进行了总结，2022年上半年，在董事长曹本强的领导下，在各子公司的共同努力下，公司从安全生产、产品研发、新品发布、市场布局上保持了高歌猛进、跨越发展的良好势头，迎来了宋代官窖销售的开门红。面对如今疫情反复、多点位爆发对整体市场影响，公司决心面对困境，逆境涅槃，从4月开始布局，对重点市场如广东、福建、河南、贵州等区域投放了近3亿元广告，助推市场品牌知名度，抢占市场占有率。随后各大区负责人分别对各区域市场做了上半年工作总结，面对酱酒热逐渐回暖，全国性大商或跨界大商再次将锚头对准酱酒，这是一个机会，时间紧、任务重，在下半年的市场销售布局中，只有牢牢抓住市场动态才能更好的占领市场。

各区域负责人根据各自市场提出了宝贵意见，对于市场动销、铺市、市场布局做了心得交流，取长补短。湖南湘贵实业董事长王静谈到，做市场与做团购的差异性，对于每个市场都需要根据实际情况出发，取长补短，学习别人好的东西，才能够更好的让消费者接受并成为忠实的粉丝，再加上广告的投入，品牌的提升，相信在未来的市场上会有更多的消费者热爱酱酒，热爱官窖。广东大区负责人王洪力表示，一流的团队是决定性的因素，天道酬勤，功夫不负有心人，在销售总公司团队全力以赴地拼搏下，宋代官窖赢得了新的跨越发展时期，只有努力坚持，继续保持，才能成就百年企业，做到百年品牌。

贵州宋代官窖酒业销售公司总经理曹烈鹏对宋代官窖销售今年上半年取得的成绩表示肯定和祝贺。同时提出对于部分还未达标的市场要加强市场布局，比学赶超。公司领导班子将提前谋划、精准驾驭，争取在生产、销售、科研、管理、品牌等各方面都取得良好的发展，各部门、各市场还需加强战略规划，力争完成宋代官窖“五年规划，百亿市场”的计划目标。同时深入浅出的分析了目前市场，指出领导班子要团结一致，全员要充满拼搏奋斗的干劲，对问题要冷静思考和总结，谋划更大的发展。

最后，贵州酒中酒集团董事长曹本强作了2022年下半年销售工作的部署，指出品牌的提升不是一朝一

夕，而是漫长的过程，宋代官窖自成立以来一直是集团高度重视的项目，而且今后也会一直持续下去，宋代官窖将继续坚守初心，保持定力，清醒头脑，提升能力，立足新发展，贯彻新发展的理念，构建新发展能力，以永不懈怠的精神状态和不畏艰险、锐意进取的韧劲，继续苦干实干、继续奋斗，强大宋代官窖“五年规划、百亿市场”高质量发展的营销引擎，推动宋代官窖发展再上新台阶、再铸新辉煌。

来源：宋代官窖

## 龍泉名品集团承办的习酒窖藏 1988 佛山客户盛夏联谊会圆满成功

7月5日，由茅台集团习酒公司主办，龍泉名品集团承办的“鰭部酒谷·酱香天骄 | 习酒窖藏 1988 佛山客户盛夏联谊会”，在佛山南海和华希尔顿逸林酒店盛大召开。

贵州习酒销售有限责任公司粤北区总经理凌鹏，区域经理吕玉涛、王健，业务经理袁中凯、穆凤凰、赵会议等厂方领导与龍泉名品集团董事长温泽凯，总经理温俊勇，副总经理戴俊远等龍泉领导出席了本次盛宴，与众多佛山核心客户盟友精英欢聚一堂，共同领略习酒窖藏 1988 的魅力！

习酒窖藏 1988 秉承赤水河畔传承千年的中国酱香白酒传统工艺，采用纯粮固态酿造，经“12987”等酿造工艺和长期窖藏陈酿的特殊工艺精制而成，从原料到制曲，从酿造到入库，完善的检测工序保证了产品的品质。

凌鹏表示 2022 年是习酒创立 70 年，是公司“十四五”战略承上启下的关键之年，也是习酒实现“第二个百亿”之年，习酒的发展被赋予了更大的责任和担当。习酒公司在各级党委、政府、社会各界、茅台集团的关心、支持和精心呵护下，先后斩获了“省长质量奖”“全国质量奖”“亚洲质量卓越奖”，成为行业内唯一一家连续三年问鼎省级、国家级、国际级质量管理荣誉的企业。习酒公司更是在 2021 年第 13 届华樽杯中国酒类品牌价值评议中，以 1108.26 亿元的品牌价值位列中国前八大白酒品牌，酱香型白酒第二大品牌。高端产品“君品习酒”荣获“第 21 届比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛大金奖”。

广东省酱酒大浪潮形成，越来越多的消费者融入到酱酒的消费热潮中。习酒，可以说是这股浪潮的先行者，近年来，佛山市场已成为了习酒公司重要的省外战略市场之一。

习酒在佛山能取得跨越式的发展，离不开龍泉名品集团的大力开拓，正是有着以温董为首的龍泉团队的全力支持与努力，才创造了这非凡的成绩。同时也表达了对客户盟友和消费者的感谢。习酒的发展离不开消费者对习酒的支持和喜爱，也离不开龍泉与在座各位客户盟友和习酒同甘共苦、一同奋斗！

未来，习酒公司将始终坚持党的领导，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，融入新发展格局，坚持“行稳致远”工作总基调，以“转型升级”为发展路径，牢牢守好“三条底线”，持续践行君品文化，深化卓越绩效管理，推动高质量发展、大踏步前进，坚定不移地朝着“百年习酒，世界一流”的愿景砥砺前行，努力酿造好每一滴酒，为消费者提供更优质的产品和服务。

温俊勇首先向我们的党，我们的祖国致敬，2022 年是中国共产党成立 101 周年，香港回归 25 周年！感恩我们的党，感恩我们的祖国，缔造了人民富裕，国家强盛的盛世华章！

同时 2022 年是龍泉成立 23 周年，是龍泉与习酒合作 11 周年，温俊勇代表集团董事长温泽凯对到场的厂方领导、客户盟友表示最热烈的欢迎和最衷心的感谢！

2022 年是习酒实现销售收入 200 亿的关键年，是龍泉名品集团营销升级和客户服务升级的关键年，是龍泉名品集团与习酒公司在佛山重点爆发式增长和重点研究客户利润增长的关键年，随着防疫政策优化，疫情对经济的冲击将进一步减弱，一系列稳经济政策逐步显效，经济已逐步回暖，市场将进一步增长。

龍泉名品集团也将一如既往贯彻习酒的营销理念，继续做好品牌文化传播工作，整合一切可发挥的资源与能量，与众多客户盟友一起深度挖掘和布局佛山市场，拓宽合作的广度和加强合作的深度。与各位客户盟友强强联合，携手推动习酒的运营升级，打造佛山习酒市场的新格局。

宴会现场，贵州习酒销售有限责任公司粤北区总经理凌鹏与龍泉名品集团董事长温泽凯及一众领导，向当晚来宾敬酒，寓意着贵州习酒与龍泉名品集团及客户盟友们携手同心，一起谱写新篇章！

高雅的节目展现，让晚宴的氛围更加浓烈，与习酒相互辉映。在一片欢声笑语中，在场嘉宾均提起酒杯，共同品鉴习酒窖藏 1988 酱香美酒，感受习酒文化。

宴会上还设置了抽奖互动环节，以丰厚的大奖回馈客户，惊喜连连。晚会中龍泉名品集团董事长温泽凯现场追加习酒君品文化传播推广奖（5 件习酒天玺）与特等奖（现金 14990 元），将晚会的氛围推至高潮。

“鰲部酒谷·酱香天骄 | 习酒窖藏 1988 佛山客户盛夏联谊会”活动通过别具一格的艺术形式，让贵宾们了解习酒鰲部酒谷·酱香天骄的文化、领略习酒窖藏的魅力，赢得了大家的一致好评，让所有来宾一起度过了一个难忘的习酒联谊之夜。在一片欢快祥和的氛围中，鰲部酒谷·酱香天骄 | 习酒窖藏 1988 佛山客户盛夏联谊会圆满成功。

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。坚定不移地贯彻和执行贵州茅台集团习酒公司的营销规划和营销思路，践行习酒君品文化，全面升级集团营销水平和管理水平、升级技术与服务能力，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

## 常德临澧开展“走进石湾”品牌推广活动

7 月 4 日至 8 日，在临澧县委、县政府统一安排部署下，县白酒产业发展领导小组办公室组织下，临澧县各乡镇（街道）与临澧酒协组团走进常德石湾酒厂，开展“走进石湾”品牌推广系列活动。

活动期间，临澧各乡镇（街道）分管领导、白酒产业品牌开发工作专干、全体站办所长、村（社区）支部书记、酒业协会会员等参与活动，先后参观了发酵车间、动力车间、蒸馏车间、包装车间和文化展厅，近距离了解石湾酒生产工艺流程和企业历史文化。

6 日当天，临澧县人大常委会副主任钟音、广东石湾酒厂集团总裁、常德石湾酒厂董事长钟长贵等参与座谈。

县人大常委会副主任钟音要求，各乡镇（街道）要学习石湾酒近两百年的历史文化，主动适应石湾酒清雅纯净的口感，认可本土品牌；要积极广泛宣传，进一步提高石湾酒品牌的认可度与社会知名度；要打通销售市场，真正让石湾酒走进消费者的生活，将石湾酒打造成为临澧地域消费名片，为县域经济的发展添砖加瓦。

座谈会上，常德石湾酒厂总经理李湘国介绍了石湾酒生产工艺、品牌故事、项目建设和未来规划。临澧县白酒产业发展工作领导小组办公室主任刘小波针对各乡镇（街道）如何支持常德石湾酒厂发展工作提出具体方案，并对市场产品提升及结构优化、营销团队建设、市场网点布局及消费引导等方面提出建议。

期间，各乡镇负责人就如何推广营销石湾酒进行表态发言，积极建言献策。

此次临澧乡镇（街道）“走进石湾”品牌推广活动的顺利开展，体现了临澧县委、县政府对常德石湾酒厂项目的高度重视，对石湾玉冰烧品牌品质高度认可，对石湾酒厂助力临澧产业发展充满信心与期望。全县各乡镇（街道）陆续参观常德石湾酒厂，感受本土白酒企业的发展魅力，助推石湾酒提升品牌形象，开拓下沉市场。

来源：广东石湾酒厂集团

## 九八七酒业集团与广州市森骏股权投资基金正式签约

2022年7月5日下午，广东九八七企业控股集团有限公司副总裁、广东九八七酒业股份有限公司执行董事张志威分别和广州市森骏股权投资基金有限公司执行董事朱灼焯、深圳市正川贸易有限公司董事长卢嘉金分别签署了系列合作协议，标志着双方的合作进入了一个新阶段。

签约前，集团总裁徐汉洲代表张景佳董事长对到场签约代表和见证签约代表以及森骏团队表示了热烈欢迎。徐总裁表示，九八七集团一直秉承“大平台、大服务、大品牌”的企业品牌发展战略，愿意以九八七集团为大平台，纳入不同业态和思维，以高品质酱酒结合优势资本，共同打造上中下游供应链体系，进行高层次、高质量的合作。徐总裁同时系统的介绍了酱酒的趋势和未来，对双方的合作进行了展望。徐总裁表示，今天的签约，代表了双方共同开启了一个新的合作阶段，双方要紧密协作，按计划、按步骤，扎扎实实推进每一项工作，共同发展，取得双赢。

广州市森骏股权投资基金有限公司林谦董事长在致辞中首先感谢徐总裁和九八七同仁对森骏投资的信任，对九八七集团资源共享做强做大的合作心态表示高度赞同。林董表示，和九八七集团的合作从有初步意向到现在正式签约，持续了将近一年时间，在此期间，森骏投资对九八七集团从茅台酿造基地和东莞酱酒庄进行了多次考察，增强了和九八七集团的合作信心，并以各下属团队所在城市为基础，对大湾区供应链建设进行了初步规划；在此基础上，对双方的合作切入点进行了反复探讨，打磨出了和九八七集团紧密合作的方式和方法。

森骏投资将发挥本身团队优势，将从资本和供应链层面和九八七集团开展全方位的合作，对粤港澳大湾区进行深度布局，利用三到五年的时间，做深做透大湾区。

广东九八七企业控股集团有限公司副总裁、广东九八七酒业股份有限公司执行总裁樊科峰对集团和股份公司基本情况进行了介绍，并对与会嘉宾重点介绍了集团和股份公司重点产品“新盛宴”和“陈酱九八七酱酒庄”的总体拓展思路。

签约后，深圳伟安创新产业集团有限公司董事长朱胜伟发表了签约见证致辞，对双方的合作进行了祝福。

来源：陈酱九八七酒业

## 汾阳王酒业&知酒传媒领导一行来访广东粤强酒业

2022年7月7日，汾阳王酒业董事长王再武先生，在资深媒体人、知酒传媒创始人向宁先生的陪同下，带领汾阳王酒业销售总经理靳利生先生，汾阳王酒业品牌总监王海刚先生，汾阳王（正一堂）项目总监吴凡先生一行到访广东粤强酒业有限公司交流洽谈。广东粤强实业集团有限公司董事长王富强先生，广东粤强酒业有限公司副总经理彭兰英女士，广东粤强酒业有限公司办公室主任郑刚先生，广东粤强酒业有限公司大客户部经理张学蕊女士，广东粤强酒业有限公司团购部经理林妍女士热情接待并深入座谈。

座谈会上，汾阳王酒业董事长王再武介绍了汾阳王酒业的概况和未来发展规划，山西汾阳王酒业有限责任公司位于山西清香型白酒的核心产区，一直遵循着“传统工艺、始终如一”的古训，专注于品质的不断提高，汾阳王注册商标被评为“中国驰名商标”。并表示，广东粤强实业集团有限公司旗下的广东粤强酒业有限公司是广东省一流的酒水流通大商，拥有举足轻重的行业地位，本次到访粤强酒业，希望能与大商一起探讨合作的机会。

粤强集团董事长王富强先生介绍了粤强酒业发展情况，众多酒类头部品牌的运营情况及渠道网络的建设发展情况。对汾阳王酒业运用传统汾酒生产工艺并结合现代科学方法精心酿制，严格勾兑而成，具有清香型白酒清雅纯正，绵甜爽净、酒体丰满，余味悠长的典型风格，三十多年坚持不懈，突破创新打造出中国清香白酒核心产区第二大白酒企业表示非常的赞赏。

广东省酒类行业协会会长彭洪先生列席参加了双方对发展趋势与市场前景等深入的探讨和交流。

这次交流洽谈非常有效，希望在今后的发展中，加强信息交流、资源共享、优势互补、合作共赢，共同促进酒业健康有序发展。

来源：广东粤强酒业

## 红荔助力容桂街道第一届职业技能大赛圆满落幕！

由顺德区总工会指导和容桂街道主办的 2022 年顺德区职工职业技能大赛暨容桂街道第一届职业技能大赛决赛于 7 月 10 日圆满结束。

技能竞赛既是一个优秀的竞技平台，也是让广大技工展现自我、实现自我价值的舞台；同时亦是容桂贯彻落实产业工人队伍建设改革的重要举措、全区开展职工职业技能竞赛的一项重头戏，有助于更好地挖掘本地优质技术人才、树立职业技能竞赛典型并激励职工争做劳动模范。红荔非常荣幸能作为支持单位为本次技能竞赛贡献力量。

作为中国百亿品牌价值企业，红荔一直用行动承担社会责任、回馈社会，发挥示范引领作用。相信通过本次技能竞赛，不仅能挖掘本地优质人才、树立一批有影响力的技能竞赛典型，更能进一步打造粤港澳大湾区高水平人才高地，助力顺德高质量发展。

来源：顺德酒厂企业宣传

## 王朝怡色半干白荣获 2021 “青酌奖” 年度新品

2022 年 7 月 15 日，第十七届中国国际酒业博览会在泸州正式开幕，作为经国家商务部批准举办的唯一国际酒类专业展览会，王朝公司携旗下产品惊艳亮相，王朝怡色半干白荣获 2021“青酌奖”年度新品。

王朝携手五大系列及获奖新品惊艳全场

本次酒博会共有来自 20 个国家和地区的 240 家参展商共同参会，作为其中葡萄酒类最亮眼的品牌之一，王朝公司携旗下五大系列及怡色、373ML 系列新品亮相参会，获得了参会代表的广泛关注。

参会期间，多位行业协会领导、著名专家及同行等均莅临王朝展位参观、指导，并与中法合营王朝葡萄酒有限公司总经理李广禾亲切交流和探讨行业的未来发展趋势及方向。

在现场，王朝更受邀参加了主办方举办的现场直播带货活动，在互联网上同样引起了不小的声浪。

王朝怡色半干白荣获 2021“青酌奖”年度新品新品同时本次酒博会重头戏之一——2021 年度“青酌奖”酒类新品颁奖盛典同时落下帷幕，王朝怡色半干白荣获 2021“青酌奖”年度新品。

作为酒类行内最专业、最严苛的酒类产品评价活动之一，所有获奖新品均要经过由酒业专家、消费者、媒体及经销商组成的强大评委阵容，通过闻酒香、观酒色、品酒味，对参选酒品的色泽、口感、风味、风格等进行全面评价，最终才能授予这项顶级荣誉。此次的获奖，充分体现了王朝一直以来的产品研发实力和技术积累。

本次获奖的王朝怡色半干白，以干白葡萄酒为基础，独具王朝特色的清新爽净、轻松易饮，是王朝为满足消费者需求，实现产品的年轻化、个性化、差异化的代表产品，为消费者带来了更时尚、健康、易饮的产品体验。

来源：王朝酒业

## 华商 MBA 同学会工程行业协会|龙程酒业专访

7月16日下午，由桑黎主持、广州龙程酒业有限公司主办的“华商 MBA 同学会工程行业协会|龙程酒业专访”活动，在广州龙程酒业有限公司优美的园区内隆重举行。

桑黎在活动中向与会的各位同学表示热烈的欢迎，热情地向各位同学介绍广州龙程酒业有限公司的发展历程，和几十年来取得的傲人成就，并讲述了自己与广州龙程酒业有限公司的不解之缘。

泸州老窖代表对此次能够参加本次活动表示感谢，同时，向华商同学会的同学们声情并茂地讲述了泸州老窖的发展背景和公司特色，以及极具竞争力的产品特点。

与会的各位同学也热情地在会上进行自我介绍，并对广州龙程酒业有限公司的发展做出真切赞美。“华商 MBA 同学会工程行业协会|龙程酒业专访”活动也拉近了同学们之间的感情，为彼此之间未来的合作打下基础。

会议中华商 MBA 同学会工程行业协会还向广州龙程酒业有限公司赠送了礼物并表示感谢。

桑黎在会后带领同学会的各位同学们参观了公司的展示柜、仓库和优美的园区。并逐一对公司的各大品牌进行了讲解，引起了同学们极大的兴趣。

参观完公司，华商 MBA 同学会工程行业协会的各位同学们皆表示收获颇丰，并在园区内合影留念，期待着下次的相遇。

来源：龙程酒业

## “朗斐和酒总裁私享宴”引爆羊城

7月17日，由宁夏朗斐葡萄酒有限公司和广州市威莱贸易有限公司联合举办的“朗斐和酒总裁私享宴”在广州六棵松酒店成功举行。本次品鉴晚宴邀请了酒业协会领导、企业家、葡萄酒发烧友等20位嘉宾，共同进行了一场时尚有趣、别开生面的品鉴会，本场晚宴由广州市威莱贸易有限公司总经理陈军主持。

首先广东省酒协会会长彭洪先生，对中国葡萄酒的发展和广东葡萄酒市场进行了深刻的分析，同时说到宁夏贺兰山东麓是业界公认的全球最适合种植酿酒葡萄和生产高端葡萄酒的黄金地带之一，在国内外各种葡萄酒大赛上，宁夏葡萄酒频频折桂，并着重表示他只为中国葡萄酒站台！

朗斐执行总裁仲伟德代表朗斐公司给现场的嘉宾介绍了朗斐，我们紧跟国家政策，以振兴民族品牌为己任，致力于塑造中国葡萄酒的民族品牌，振兴葡萄酒产业，做葡萄酒行业的“逆行者”，让世界认可中国酿造。朗斐团队以塑造民族品牌，振兴葡萄酒产业为己任，同时助力乡村振兴。携手宁夏产区的伙伴们，打造出一款填补市场空白的国产高端葡萄酒的明星大单品，拥有代表中国葡萄酒产业水平的高品质。同时表示十分认可广州经销商，并表达了美好的祝愿。

嘉宾们翘首以盼的品鉴宴会在广州市威莱贸易有限公司总经理陈军先生的致词中拉开了序幕。陈军首先对莅临现场的嘉宾们表示欢迎和感谢，并表示有信心和决心做好广州市场，与朗斐公司一同把宁夏的这张“紫色名片”传递给每一位消费者，让更多的人认识宁夏，了解宁夏，爱上宁夏，爱上朗斐。

朗斐营销总监刘程做了本次品鉴会的用酒“总统国礼·朗斐和酒”的介绍，随着中国的崛起，中国人民恢复了民族自信、文化自信，国力强盛更是带来了品牌自信和品质自信！因此国潮来袭的标志就是“新国货”红利时代来临，越来越多的人认为高品质、高颜值、高性价比的国货才是“首选”和“优选”，国人的国货自信正在悄然生长。朗斐和酒正是宁夏产区高品质的代表，受到了国内外专家和国内消费者的认可！

现场的品鉴嘉宾们亲身感受到国产葡萄酒的品质比肩大牌丝毫不差，可以和世界名酒媲美，现场企业家们纷纷要当场购买以表达对中国宁夏佳酿--朗斐和酒的认可，并表示以后在自己企业招待、赠礼用酒都会优先选择我们的朗斐和酒！其中著名企业家盘玉更是一口气购买10箱朗斐和酒，将晚宴的气氛推向了最高潮。

席间，广东省江苏兴化商会会长汪晓军、南昌商会会长付松山两位说到，平时自己的商务接待比较多，喝的都是国外品牌的葡萄酒，这次品鉴会让他们耳目一新，丝毫不输平时喝的那些国外大牌，以后就喝咱们中国人自己的酒。宁夏产区未来可期，朗斐和酒未来可期！不远的将来，朗斐和酒必将成为商界精英，高净值人士的餐桌必备饮品！

在推杯换盏的愉快氛围中，晚宴圆满落幕。

来源：朗斐红酒荟

## 宝酝集团创始人李士祎：充分释放超级 IP 带来的市场动能

7月19日，1935超级IP思享会再度重磅开启，陕西省糖酒副食流通协会副会长、食品新观察总编刘强，宝酝集团创始人、董事长兼总裁、天塞酒庄联席董事长李士祎，宝酝集团合伙人、副总裁兼市场部总经理侯峰等领导嘉宾、各地经销商以及酱酒爱好者共同出席了此次思享会，1935超级IP思享会进入新一轮的高潮。

此次1935超级IP思享会再度席卷覆盖了20+大战区，50+城市，数百人参与，在分享行业新观点、品鉴美酒、相互交流的同时，也再度将仁怀·1935的行业热度带到新的高度。在1935超级IP思享会的一场场思想碰撞中，1935超级IP的价值也越来越得到各界的认可。

陕西省糖酒副食流通协会副会长、食品新观察总编刘强在致辞中表示，在白酒产业文化品牌大行其道的今天，仁怀·1935这样品质过硬的同时，又兼具酱酒核心产区“仁怀”和精神文化符号“1935”两大超级IP的优秀产品，有极强的市场竞争力。再加上宝酝集团专业的品牌、市场运营能力，未来大有可为。

宝酝集团创始人、董事长兼总裁、天塞酒庄联席董事长李士祎则表示，仁怀·1935作为中国酱酒领域的一款超级IP产品，自上市以来就备受各界赞誉，这种赞誉在市场上也形成了非常良性的影响，也让仁怀·1935成为少数在过去一段时间的不稳定环境下逆势上扬的白酒产品。此前，仁怀·1935就收获了老宋的微醺23点、那爷说酒、丁酒年等众多评酒大V的点赞认可，强势登陆各大城市地标的广告大屏。1935超级IP思享会系列活动更是宝酝集团在全国各大战区重点市场布局的重磅品牌营销动作。宝酝集团近几月重点聚焦仁怀·1935，构建线上线下全方位、立体式的品牌营销体系，持续引爆话题，充分释放超级IP带来的市场动能。仁怀·1935有着“酒质特别好、产量特别稀缺、升值空间特别大、拿到特有面儿”等特点，仁怀·1935成为爆品，可谓实至名归。

在李士祎董事长做出重要演讲之后，宝酝集团合伙人、副总裁兼市场部总经理侯峰也从品牌、品质以及文化等方面详细介绍了仁怀·1935。仁怀·1935在经过宝酝集团和仁怀酱酒集团的合力运营下，在各大城市投入巨大，包括大屏广告、媒体报道、知名社交平台KOL种草等等，在渠道层面也有像1935超级IP思享会这样的持续性大规模活动，为仁怀·1935的品牌建设和产品动销提供了充足的推动力。

目前，无论是经销商层面还是消费者层面，仁怀·1935都获得了广泛的认可，不仅仅是纸面实力的出众，更获得了良好的口碑，是实打实经过市场检验的高端酱酒标杆，再加上其流量已经产生雪球效应，仁怀·1935必将引爆千元价位酱酒市场。

来源：酒业报

## 2金3银4铜！“桑醇酒业”斩获佳绩

2022年7月19日，第一届CFWA中国果酒挑战大奖赛组委会官宣获奖名单，广东桑醇酒业有限公司报名参赛的10款“桑醇酒业”果酒斩获佳绩，其中，[青梅起泡果酒]（4.5度）与[荔枝起泡果酒]（4.5度）荣获金奖，[青梅原酿]（6度）、[青梅蜜柚气泡酒]（6度）、[黄皮气泡酒]（3度）荣获银奖，[荔枝原酿]（6度）、

[荔枝利口酒]（15度）、[荔枝冰酒]（11度）、[柳橙气泡酒]（3度）荣获铜奖。这次大奖赛共有来自全国各地的120余家企业、近300款酒品报名参赛。广东桑醇酒业有限公司在挑战赛中斩获佳绩，载誉而归。

2022年7月11-12日，第一届CFWA中国果酒挑战大奖赛在成都成功举办。来自四川、重庆、吉林、广东、浙江等全国各地的11位评委分成水果发酵酒、水果配制酒、水果蒸馏酒三个评审组，采用国际通用的盲品方式，在不了解产品品牌、生产企业等市场信息的情况下，用了近一天的时间，分别对参赛的近300款不同品类的果酒，根据外观、香气、口感等众多指标，对每一款参赛产品的品质、风格典型性等进行评选和打分，并写出具体点评意见。这次参赛产品涵盖了青梅、桑葚、猕猴桃、荔枝、山楂、蓝莓、葡萄、李子、脐橙、柑橘、柚子、石榴、樱桃、杨梅、榴莲、苹果、水蜜桃、蔓越莓、菠萝、树莓等近30种不同类别水果原料发酵或配制、蒸馏的果酒，品种丰富，各具特色。

正是由于这次参赛果酒的水果原料和酿造工艺五花八门、风格各异，远比烈酒和葡萄酒评选复杂，为了对大赛负责和对参赛企业及品牌负责，7月12日上午，部分评委又对获得金奖的所有参赛产品进行了第二次复评。评审专家在评审过程中仔细品、做记录、写评语，认真对待每一款参赛产品，各小组评出的36款金奖产品经过复评均无差错。

桑醇酒业是一家致力于品牌果酒的研发、酿造与批量供应的科技型龙头企业。

公司五大核心优势：

- 1.深耕纯酿果酒22年，精心打造特色产品；
- 2.深度掌握100%鲜果及原汁酿酒技术；
- 3.拥有多样化的亚热带原产地鲜果直供产业链；
- 4.高效的研发能力与生产能力，持续为广大客户提供个性化批量定制服务；
- 5.实力原厂，合作共赢。

来源：桑醇酒业

## 京匠·陈酿品鉴晚宴在深圳圆满举行！

以酒会友，品鉴历经时光窖藏的京匠佳酿；相聚一堂，欢度美酒佳肴齐备的酱香盛宴。7月29日，由深圳市六景酒业连锁有限公司（以下简称“六景酒业”）主办的“岁月惟陈·历久长新”六景酒业感恩答谢晚宴”活动在深圳星河吉酒店圆满举行，贵州京匠梦想酒文化传播有限公司（以下简称“京匠酒公司”）副总经理刘同出席活动并致辞。

据悉，六景酒业是集批发、零售为一体的全渠道名酒专业营销公司，其销售网络遍布全国各大城市。2021年7月，六景酒业与京匠酒公司签订战略合作协议，成为京匠酒旗下藏系列之京匠·陈酿的全国总经销商，倾力宣传贵州酱酒文化，为全国酱酒爱好者提供一款有品质、有文化的酒。

弘扬中国优秀酱酒文化，助力酱酒高质量发展。活动中，京匠酒公司副总经理刘同表示，六景酒业作为京匠·陈酿的全国总经销商，积极宣传优秀酱酒文化、京匠文化，已取得优秀业绩。希望双方精诚合作、共谋发展、实现双赢，为广大酱酒爱好者提供更优质的服务。

六景酒业总经理林燕边强调，诚信为本，合作共赢，感恩并进，六景酒业持续携手京匠酒公司，为酱酒爱好者提供更优质的产品，推动深圳酒类行业市场健康发展。

悦享高端绝伦的酱香盛宴，品鉴匠心独运的京匠美酒。活动现场，京匠·陈酿精美大气、极具文化韵味的包装吸引了现场嘉宾的目光，并以酱香突出、入口柔绵醇厚的口感获得爱酒人士的连连称赞。

来源：京匠酒

## 科通（广州）国际名酒展组委会一行参观广东柏熹酒业

2022年7月30-31日，科通国际展览（广州）有限公司董事长贾燕平女士赶在即将举行的第28届科通广州国际名酒展前受邀参观了参展企业广东柏熹酒业有限公司，并邀约了中国陶瓷工业协会名誉副理事长付维杰女士进行参观考察，受到了广东柏熹酒业有限公司郭森镇董事长的热烈欢迎和接待。

韩公液传承品质精神，擎起“粤酒振兴”大旗

潮州有近千年的酿酒历史，“韩公液”在传承了潮州人祖祖辈辈的工匠精神，真可谓“技艺精湛，存乎一心”，其董事长郭森镇首创采用多曲并用的雅韵清香纯粮白酒生产配方和工艺。

经国家级白酒专家组品鉴，广东柏熹酒业出品的52°“韩公液”酒得到一致的肯定和好评，并定下品鉴结论：“无色清亮透明，香气幽雅，三香复合，绵柔爽净，诸味协调，回味怡畅，空杯留香持久，自成一格。”

潮州酒文化历史深厚，韩公液致敬千古流芳

“潮州有很多宝，潮绣、木雕、潮剧、工夫茶、潮州菜等，都很有特色，弥足珍贵，实属难得。我们爱这个城市，就要呵护好她、建设好她。”国家领导人考察潮州时这样评价。潮州八景更是值得大家慕名参观，带着孩子可以学习中国千年的历史和文化，这几天游人如织，比波尔多的步行街热闹多了。

“扰扰驰名者，谁能一人闲。我来无伴侣，把酒对南山。”是韩愈《游城南十六首》诗词中的《把酒》篇——出自韩愈任潮州刺史期间，在治理韩江水患时所写。

广东柏熹酒业董事长郭森镇谨记韩愈“道之所存，师之所存。”的至理名言，将公司研发的白酒取名“韩公液”，以纪念韩愈为潮州人民做出的贡献。

潮州人是对中国酒类流通领域贡献最大的人群，从粤强名酒王董，龙程酒业温董，鼎澳酒业温董，俊涛酒业张董，骏德酒业杨董，深圳银宽酒业谢董，不得了酒业蔡董.....潮州人是最有情怀的商人之一，一定会钟爱家乡的美酒。

韩公液酒“酿造纯粮酒、良心酒、放心酒，让百姓都能喝到真顶上酒”，为“南派清香”的开创者和发起者，成为南方清香型白酒的典范，为粤酒振兴奉献了巨大力量。

科技改变生活 蝶变“南派清香”

“韩公液”的出品人也是中国陶瓷行业的功勋人物，得到了中国陶瓷工业协会和中国轻工业联合会的高度认可，50多年来他们生产的“兴业陶瓷”名扬海外，为中国争光，品质让全世界欣赏，全球酒行业独一无二“钙负离子生物陶瓷技术”，巧妙运用到了“韩公液”的酿酒过程，让清香型风味世界欣赏。

来源：INTERWINE 科通名酒展

## 2022 中法友谊美酒会圆满收官！

在夏日浓浓的7月最后一天，天下合酒业携手蔚来汽车、中国酒情局，在广州蔚来中心举办了一场中法友谊暨约瑟夫家族泰雅克精品垂直品鉴酒会，酒会迎来了约五十多人的嘉宾欢聚一堂！

会上，天下合酒业董事长李丽洪女士致欢迎辞感谢所有嘉宾热情的到来，真挚的分享了举办酒会初衷与对未来坚守初心，继承传统，积极进取的展望；广东省酒类行业协会葡萄酒及烈性酒分会会长陈华先生、秘书长陈泳女士，佛山市酒协副会长和开云酒业总经理谢志荣先生、中国酒情局联合创始人夏总、党总出席了酒会并分别发表了讲话，和大家分享了对葡萄酒行业市场的了解与看法，同时他们也高度肯定了天下合酒业一如继往的在法国葡萄酒行业上的专业、专心、专注的执着精神！他们的精彩发言获得了全场嘉宾的掌声！

会中，法国天下合酒业与中国酒情局举行了战略合作的签约仪式，酒情局党总作签约仪式发言，他表示中国酒情局是搜集和研究天下好酒信息的机构，为大家提供喝好酒，交好友的平台，而天下合酒业旗下的家族酒庄拥有非凡的历史沉淀，从专业的角度看，无论从品质、服务或酒庄品牌文化的积累等方面看，

找好酒，就找法国天下合是非常可靠的。

接着，法国天下合运营总监冯昀女士带领大家进入了探索发现泰雅克酒庄的历史文化，随着和身在法国的少庄主菲利普先生的现场视频互动，现场气氛非常活跃！现场的特邀嘉宾也为大家分享了曾经在酒庄的参观经历和品鉴感受！

重点来了，此次垂直品鉴了历史上曾为一级庄的泰雅克精品系列，分别是泰雅克特酿干白，以及三款干红：25 年左右树龄的传统版、45 年的特酿版、70 年以上的稀有珍藏版！其中特酿版和珍藏版均为刚到中国的特殊好年份 2015，数量有限，嘉宾们纷纷尝试体验和交流，现场赞叹声不绝、欢笑声此起彼伏！

合作皆于信，仁聚天下合。让中国消费者都能喝上正宗且高品质的法国葡萄酒，是我们的使命。

整个下午的品鉴会在欢乐声中圆满结束！

品鉴细节分享：

鉴赏会上的五款酒，主要是来自法国波尔多右岸的布尔丘泰雅克酒庄的精品系列以及为了给到大家做不同的口感对比，还安排了一款来自马尔贝克原产地卡奥尔产区的谷龙城堡传统，同时还现场连线了泰雅克酒庄少庄主菲利普先生，他当时正在葡萄园里工作，现场连线让大家进行了互动，并相互问候，他希望在现场品鉴的朋友们尽享美酒，欢迎大家抽空到酒庄做客，现场气氛达到了高潮。现场另大家非常惊艳的，不仅有泰雅克城堡的珍藏干白，还有传统干红、特酿以及珍藏版，同时谷龙城堡的马尔贝克也是备受瞩目。泰雅克珍藏干白开瓶后呈现出浓郁的果香与花香，清新的青苹果、柑橘、番石榴以及小白花的香气让人垂涎欲滴，入口清新爽脆，适宜的酸度沁人心脾，加上恰到好处的冰镇温度，使人仿佛进入到清凉的自然环境中去，心情愉悦。当然，我们为了让大家有更好的体验感，特别为大家准备了制作精美的下午茶点来搭配，更加为此次活动增添了色彩。

泰雅克城堡酒庄曾经在 1920 年已经被评为布尔丘的一级庄了，后来因为政治历史原因整个产区退出了酒庄评级，但是因为他们特有的地理位置和得天独厚的风土环境，使得他们的葡萄酒受到国内外市场消费者的喜爱与追捧。泰雅克城堡传统就是其中之一，2016、2017 年份连续几年均获得了“消费者喜爱酒款奖”，俘获了众多的中国葡萄酒粉丝。漂亮的宝石红颜色，果香浓郁，入口柔顺，单宁细腻，酸度适中，来宾们在还未品尝前就已经被它的果香四溢所吸引，纷纷赞美此款酒的香气馥郁，大家的那种发自肺腑的喜爱溢于言表。

为了让大家进行对比，有不同的体验与感受，特别在第三款准备了谷龙城堡传统干红，一款具有典型特色的来自发源地卡奥尔的马尔贝克的混酿，80%的马尔贝克和 20%的梅洛，让在场的品鉴者大呼过瘾，因为本身此款酒不仅有丰富的果香，但是跟泰雅克传统的风格完全不同，一个是温顺柔美，一个是个性霸气女王范儿，两种截然不同的风格呈现让大家感受到了葡萄酒的丰富有趣与变化多端。

接下来的泰雅克特酿也是令人着迷，因为 2015 年份对于法国葡萄酒来说是个大年份，也是个成熟的年份，葡萄的品质非常好，同时此款酒也是用了 45 年树龄的葡萄，并在 24 个月的橡木桶中陈酿而成，深邃的宝石红颜色，果香馥郁，酒体饱满，层次感丰富，单宁细腻丝滑，与恰到好处的酸度有非常好的融合，平衡感做的很到位，同时开瓶 1 个小时后层次感更加多元化，余味悠长，令人回味。这是今年刚到港的新款，虽然是新款但是却是限量版，因为本身的国内配额有限，所以特别建议尝鲜的朋友可以先到先得。

最后的压轴酒款就要属泰雅克珍藏干红了，此款酒的亮点不仅仅是用了 70 年的老藤葡萄来酿造，同时也是在法国新旧橡木桶里陈酿了 24 个月，75%的赤霞珠、25%的梅洛与 5%的品丽珠混酿而成，酒裙是十分浓郁的朱红色，有细微的暗紫石榴红色，具有非常集中的成熟水果味道，樱桃、黑醋栗、黑莓等果味不断呈现，还有饱满的花香和精致的橡木香气，口感醇厚而丰富，天鹅绒般柔软的单宁与完美的酸度相结合，构成了这款精致优雅且纯正的葡萄佳酿。喜欢此款的朋友现场不在少数，因为是用老藤葡萄酿造，产出的酒非常的限量，仅有的几十支 2014 年份和 2015 年份，大家觉得物以稀为贵，纷纷尝试体验和交流，现场一片的赞叹声、欢笑声此起彼伏。

来源：法国天下合酒业

## 小糊涂仙酒业摘取“酒界奥斯卡”五项大奖，品质实力获国际认可

日前，第23届比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛（Spirits Selection by CMB）公布了本届比赛结果。来自34个国家和地区的120名国际评委经过为期3天的评审，从来自60个国家和地区的2030款样品中，评选出大金奖、金奖、银奖三大奖项。

中国白酒品牌小糊涂仙·经典系列（普仙、典藏）、小糊涂仙·睿（睿9、睿12）、高端柔顺酱香心悠然·鉴心在本次大赛上斩获了2金3银，再次展现小糊涂仙酒业集团超强的品质实力。

截至目前，今年上半年三大国际烈酒赛事：IWSC（国际葡萄酒与烈酒大赛）、SFWSC（旧金山世界烈酒大赛）以及布鲁塞尔国际烈酒大奖赛均落下帷幕，小糊涂仙酒业集团凭借着出众的产品品质，摘取三大国际烈酒大赛共21个奖项。

### 2金3银突围“酒界奥斯卡”

布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛，集国际性、专业性、公正性于一身，素有“酒界奥斯卡”之称。而本届大赛共有来自60个国家和地区的2030款烈酒同台较量，比2021年的1801款增长了13%，创造了样品数量的历史之最，竞争激烈程度可想而知。

小糊涂仙酒业集团选送参赛的五款产品在本届大赛突出重围，获得殊荣。小糊涂仙·经典系列的普仙与典藏两款产品获得金奖，小糊涂仙·睿系列的睿9、睿12以及高端柔顺酱香心悠然·鉴心则获得了银奖。

本次获奖已经是小糊涂仙·经典系列第三次在国际大赛一展实力。作为小糊涂仙酒业集团的核心产品，焕新之后的经典系列产品充分彰显了“东方智慧”为核心的品牌文化内涵之美，包装设计以东方经典配色为灵感，中国红与雅致金相得益彰，酒体口感醇厚甘柔，陈、窖、粮香诸香协调，经典风味独树一帜。

小糊涂仙·睿系列的酒瓶设计灵感源于太阳系、银河系和浩瀚的宇宙星空，星河璀璨中更凸显品牌“东方思想 睿见不凡”的探索精神和坚定的逐梦追求。酒体甄选8年以上优质基酒及20年以上的老酒加持，细酌雅品可感受到窖香、陈香、粮香和曲香的次第变化，凸显了“轻柔绵甜、一品四香”的口感，展现了“高端新锐浓香”的品牌定位。

首次参加国际大赛便收获银奖的心悠然·鉴心，以“柔顺酱香”的差异化表现，在高端酱香白酒中独树一帜。

心悠然·鉴心外形如智者剪影，自然流畅的三道褶皱，蕴含着三生万物的东方文化。瓶身是历经百道工序的红官窑名瓷，质感温润细腻。酒体入口绵软甘润，陈、醇、甘三重口感协调融合；落喉顺滑温和，柔、顺、绵三层感官由舌入胃；饮后余韵悠长，爽、畅、雅三种韵味留藏唇齿。

心悠然此次获奖，代表了其高端酱香白酒的品质实力得到了国际评委的认可，也标志着心悠然在竞争激烈的高端酱香市场中具备了开辟一片天地的能力。

从今年3月份的IWSC到布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛，小糊涂仙酒业集团旗下四大产品系列在三大国际大赛上收获颇丰：小糊涂仙·经典系列共获得了5金1银，小糊涂仙·酱酒系列收获3金3银，小糊涂仙·睿系列斩获5金3银，心悠然则将一项银奖收入囊中。在这共计21项国际大奖中，包含IWSC的两个杰出金奖，以及SFWSC的5个双金奖，国际大赛的至高荣誉为小糊涂仙酒业的品质实力写下了强有力的证明。

### 品质之上 展现品牌力量

国际大赛的奖项是品质的直接证明和有力背书，而品质是品牌建设的基础。在白酒行业中，过硬的品牌实力绝非一朝一夕形成的，它来自经年累月对品质的严格要求，对工匠精神的不懈追求，以及在传承中的不断创新。

为了酿造高品质白酒，小糊涂仙酒业集团扎根优质白酒核心产区，利用得天独厚的生态优势，甄选当地优质的生态原粮作为酿酒原料，秉持传统酿造工艺，融合现代微生物工艺，坚持“高标准”、“零缺陷”、持续精进的方针，确保每一瓶产品都保持高品质的水准。

今年年初，小糊涂仙酒业集团完成了“两浓两酱，浓酱并举”的品牌和产品战略矩阵构建，并从视觉、内涵、品质和体验四个维度，对核心产品系列进行焕新升级，以更好地满足消费者对高品质产品的需求。小

糊涂仙酒业集团收获的 21 项国际大奖，全部来自今年焕新升级的产品。

小糊涂仙酒业集团焕新升级的成果不止体现在大赛奖项上，更直接体现在市场消费端。据日前披露的小糊涂仙酒业集团 2022 财年第一季度（2022 年 4-6 月）显示，第一季度完成年度目标的 50%，销售收入同比增长 50%。其中，小糊涂仙经典、酱、睿事业部一季度销售收入均超过年度目标 50% 以上。

增长是品质最直接的证明，在品质之上，小糊涂仙酒业集团也不断创新品牌营销举措。自四大系列新品在全国上市以来，既有激活终端消费的“金喜日”、“睿品荟”、“酱享会”、“尊享日”等推广活动，也有体现各个品牌精神的“中国之路”、“睿鉴探索”、“共·时代”等 IP 品牌活动，在端午节、父亲节等重要节点，也运用丰富的传播手段，营造节日氛围，输出品牌价值观，不断强化消费者对品牌的印象，提升好感度。

小糊涂仙酒业的这一套组合拳出击，在消费略显疲软的上半年，精准击中消费者心理，给白酒市场注入一股新鲜的活力。

品质为基，品牌为旗，文化为魂，小糊涂仙酒业集团“三位一体”，用一瓶瓶优质的产品，将东方智慧、东方思想、东方品位融入其中，带给消费者高品质品饮体验的同时，小糊涂仙酒业集团也将向着更高质量的未来发展稳步迈进。

来源：糖酒快讯

## 新加入会员名单

江门市乡纯酒业有限公司	广州心体验营销科技有限公司
广东果香百纳酒业有限公司	加把火（广东）文化传播有限公司
翁源县周陂镇参福米酒坊	广州深寰宇酒业有限公司
广州亚加大贸易有限公司	台山市台城百国商行
贵州珍酒酿酒有限公司	邑卡洛国际酒业有限公司
广州茅粉荟商贸有限公司	广东金壶春酒有限公司
四川善池酒业有限责任公司	贵州安酒股份有限公司

---

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：020-36172939

邮编：510000

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

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

网址: <http://www.gdjytc.org.cn>

省酒协官方微信号：GDPAIA



广东酒协网站



广东酒协微信