

行业弱复苏 中酒助力 白酒产业创新升级

■ 周子冀

白酒行业弱复苏的大环境下，白酒行业企业、协会共商未来，在4月18日举行的中国酒业协会白酒分会上，中酒协秘书长宋书玉对协会2016年的工作做了总结，记者注意到其中几大联盟发挥了重要的作用。

首先是创新联盟，据宋书玉介绍，在中酒协成立的几个联盟当中，创新联盟和酒与社会促进联盟的工作最有成效，尤其是创新联盟，因为创新联盟是在中国白酒169计划和3C计划基础上，打造了白酒产业能够持续推动白酒产业创新能力不断提升的一个联盟，具有很好的基础，集行业的智慧、行业的能力持续推动白酒产业的技术进步。

而在创新联盟工作成效的基础上，宋书玉提到特别希望装备制造企业加入创新联盟，与白酒酿造的生产企业联合，而未来装备制造和酿造工艺技术研究如何有机结合，来推动我们整个装备的升级就是个重要议题。

“其实这几年酿造技术的进步，风生水起，但是有一点，智能制造这个水平虽然达到了历史上的水平达到了最高峰，但是我们不能完全说超越了传统的品质。反过来讲，我们在传统工艺的研究上、未知领导的探索上都需要积累更多的成果，否则智能是空谈，希望装备企业进来持续推动这一块的研究。”宋书玉如是说。

在创新联盟发挥重要作用之外，去年中酒协成立了定制酒联盟，据宋书玉介绍，很多名酒企业已经在定制酒上做了很多探索，也积累了很多经验。去年定制酒联盟的成立，更好集合了行业更多的优势资源，把定制酒更好的呈现给消费者。

而关于定制酒，宋书玉介绍，她不是说简单地在商标上打一个名字，做一个照片就叫定制酒，这里的定制不是简单的定制，是大师和其他跨界大师联袂呈现给消费者，满足消费者更多个性需要，才是真正的定制。

而未来定制酒将大有所为，因此中酒协今年仍然在围绕定制酒如何标准化、系统化，如何更好地持续能够推动满足消费者日益增长的消费升级和个性化需要进行研究。

定制酒联盟之后是酒商联盟，宋书玉坦言，原来白酒经销通过总经销+分销的模式，后来互联网+连锁成为抢眼的方向，但经运作后发现新老模式都有问题，互联网+连锁要想挣钱，还得加一个互联网，总经销+分销要想挣钱，也还得加一个互联网。而在2017年，中国酒业协会还成立了新酒商联盟，未来在新的商业模式下，协会希望能够使酒类创新、营销创新有所成效。

资料显示，目前，商业企业力争在发生着更加明显的变化，特别是在互联网+和物联网、移动通讯、云计算等新技术推生下，营销创新的创新进展迅速，产品销售电商化、平台化、连锁化、联盟化正在加快，销售服务体验化、个性化、精致化正在提升。

近日，“汾酒-中国酒魂号”太原至吕梁直达特快城际列车首发暨“乘汾酒号专列，游山西好风光”旅游季启动仪式在太原火车站隆重举行。

吕梁市委书记李正印，吕梁市委副书记、市长王立伟，太原铁路局局长赵春雷、太原铁路局党委书记江涛，汾酒集团党委书记、董事长李秋喜，吕梁市政府副市长李建国，太原铁路局副局长刘枫，汾酒集团副总经济师，市场部部长杨波，吕梁市政府分管领导李月勤，吕梁市秘书长梁斌及吕梁市市委、市政府各直属机关单位负责人、各县区主要负责人、汾酒山西大区负责人及山西电视台、山西日报等多家媒体出席了本次首发仪式。

汾酒集团党委书记、董事长李秋喜致辞，他指出此次“汾酒-中国酒魂号”直达特快城际列车的开通，是推进落实“治晋理政”总方略，加快吕梁步伐，走出吕梁路径的重要举措，同时本次列车的发行，将进一步深化汾酒集团与地方之间的交流沟通，凝聚发展共识、汇聚发展力量，讲好吕梁故事、传播汾酒声音，打造山西文化旅游产业一个新亮点，在省委、省政府的坚强领导下，共同为“塑造美好形象，实现振兴崛起”做出贡献。

吕梁市委副书记、市长王立伟致辞，他指出“汾酒-中国酒魂号”直达特快城际列车的开通，是吕梁市进一步打开对外开放窗口、扩大旅游知名度及美誉度，拉近与太原经济旅游圈距离的又一重要举措。

汾酒作为山西最靓丽的名片，拥有悠久的酿造历史、深厚的文化底蕴、卓越的清香品质，被誉为“中国酒魂”。此次“汾酒-中国酒魂号”直达特快城际列车的开通，是汾酒心系社会、承担责任的重要体现，不仅为吕梁人民出行提供了更好、更优质的便捷方式，而且将进一步强化汾酒文化旅游资源的板块效应，实现品牌资源、旅游资源带动当地经济发展和就业，从而达到良好的经济、生态及社会效应。（据搜狐）

致力于提供优质葡萄酒的大酒有限公司近日发布公告称，与中国的两大物流服务商顺丰快递和德邦物流签署包裹投递协议。顺丰和德邦负责将产品从上海仓库发往中国各大城市。



致力于提供优质葡萄酒的大酒有限公司近日发布公告称，与中国的两大物流服务商顺丰快递和德邦物流签署包裹投递协议。顺丰和德邦负责将产品从上海仓库发往中国各大城市。

携手中国两大快递巨头

与大酒有限公司的合作昭示顺丰快递澳洲业务的拓展。据顺丰公司官网，目前公司积极创建第三方海外仓，首先目标是快速打开欧洲市场。通过海外本土销售的一站式物流仓储服务，帮助卖家降低物流成本，提升商品曝光率、定价水平，并提升终端消费者的物流体验。

顺丰国际东欧仓已发展较为成熟，提供

大酒签约顺丰德邦 全球名酒 48 小时送抵中国



大宗货物保税清关和快速稳定的末端派送服务。顺丰国际海外仓 WMS 系统实现与市场主流 ERP 系统对接，订单及时响应，当天出库，最快 24 小时签收。

公开资料显示，顺丰快递是中国最大的快递公司之一，公司市值超过 300 亿美元。服务网点覆盖整个中国大陆，达 13000 个以上，自动服务网点约 15000 个。德邦物流主营中国国内公路运输，在全国拥有 10000 个标准化零售商店，覆盖中国 34 个省级行政区，转运中心面积达 130 万平方米。

大酒目标：收罗发售全球好酒

根据公司官网，大酒公司秉持一瓶好酒应是“优质、纯正并且价格合理”的信念，坚

持好酒哲学，致力于为消费者带来全国各地优质、纯正的葡萄酒，提供与葡萄酒相关产品的独家体验。公司与世界各地最优秀、最专业的酿酒师长期保持友好合作关系，将来自全世界最优秀葡萄酒产区的产品销往不断扩大的中国市场，例如法国、澳大利亚、意大利、智利、新西兰和阿根廷等。

大酒公司总裁刘易斯表示，目前公司的主要服务系统包括获取各地优质酒源、国际货运代理、进口、仓储、授权经营、支付平台以及包裹投递等业务。“由顺丰和德邦两大物流公司负责我们的包裹投递业务，能够确保端到端流程顺利进行，降低核心业务风险，为企业发展注入活力，扩大中国地区客户群，使大酒公司客户享受到快速高效的快

递服务。”

刘易斯称，未来几周，公司将引进更多高品质葡萄酒，为开拓中国市场做出不懈努力。中国市场拥有近五亿中产阶级葡萄酒爱好者，市场潜力巨大。

根据公告，大酒有限公司表示，与两大快递集团签署包裹投递业务，为开拓在中国的全国性业务提供更多灵活性。顺丰和德邦将为大酒公司客户提供包裹全链追踪服务，公司承诺将尽量将交货时间缩短在 4 至 48 小时内。

顺丰和德邦均对大运量货物提供优惠价格。目前大酒公司正在对供应系统直接相关的平台进行重新审查，以保证实时确认交货。（据澳华财经在线）

乐啤联盟启动仪式在京举行 啤酒行业巨头云集

■ 伊谢

近来，啤酒行业有了大动作，“乐此不‘啤’”乐啤联盟启动，啤酒行业巨头皆数到场，活动现场发布了“啤酒与健康”研究项目计划。

4月18日，由中国酒业协会主办，中国酒业协会啤酒分会、啤酒原料专业委员会承办的“乐此不‘啤’”乐啤联盟启动仪式暨“2017”中国酒业协会啤酒分会及啤酒原料专业委员会理事研“太会议”在北京召开。

本次启动仪式可谓是盛况空前，“大腕”云集。包括当今中国啤酒五大集团—华润雪花、青岛啤酒、百威英博、燕京啤酒、嘉士伯啤酒企业在内的几十家啤酒及相关企业代表，约 200 余人出席现场活动。乐啤联盟首席发起单位代表—中国酒业协会常务副理事长王琦、中国酒业协会常务副秘书长兼啤酒分会秘书长何勇出席本次活动。

此外，乐啤联盟联合发起单位代表中国食品发酵工业研究院副院长张五九、青岛啤酒副总裁樊伟、嘉士伯啤酒中国区副总裁吕彦东、百威英博市场总监郭彦宏、燕京啤酒总工程师凤超、嘉士伯啤酒中国区总监胡钺、华润雪花技术中心副总经理刘月琴、喜啤士创始人米歇尔等受邀参加了本次启动仪式。作为乐啤联盟的首席发起人，何勇秘书长主持了此次启动仪式。

何勇秘书长指出，根据长时间的市场调查和消费接触，发现部分消费者对啤酒存在一些困扰，往往把啤酒与啤酒肚、痛风等负面因素联系在一起，中国啤酒缺乏自有、稳固的文化基础，这就是我们成立 FunBeer 乐啤联盟的亟需解决的问题。

FunBeer 乐啤联盟的成立，既提供给广大啤



酒爱好者一个交流、学习的平台，也是为了宣扬正确的啤酒消费文化。他指出，乐啤联盟以团结全国啤酒生产、经销、消费、科研、学术、文化传播、政府管理部门、行业协会等所有热爱啤酒、心系中国啤酒业发展的专业机构及个人为宗旨，以弘扬中华民族传统文化为己任，宣传“年轻、健康、时尚、激情、安全”的啤酒优势文化，推动中国啤酒业文化建设，使中国啤酒业不断获得健康发展。凡从事啤酒生产、营销、消费、科研、文化传播、行政管理部门和行业协会等所有热爱啤酒、心系啤酒业发展的团体和个人，自愿申请，均有权加入本联盟，并且享受本联盟集体和个人会员待遇。

中国酒业协会常务副理事长王琦在启动仪式上授予中国食品发酵工业研究院副院长张五九乐啤联盟“首席科学家”称号。随后，张五九副院长发布了乐啤联盟公益品牌委托生产及推广计划。内容包括注册乐啤联盟公益品牌，并免费授权正规啤酒生产单位

生产指定产品；制定一致性产品生产操作规程，所有利润均归该企业所有，但需以不少于 0.02 元/瓶的金额向公益机构捐款。

活动中，由中国酒业协会联合中国食品发酵工业研究院、永顺泰麦芽(中国)有限公司，发布了乐啤联盟“啤酒与健康”研究项目计划。中国酒业协会啤酒分会副秘书长元月、中国食品发酵工业研究院酿酒部主任王德良、永顺泰麦芽(中国)有限公司总经理再波举行了现场签约仪式，标志着啤酒与健康科研项目启动，最终科研成果将向全社会共享。

乐啤联盟首席发起人何勇发布了乐啤联盟官方宣传视频，并与首席科学家张五九以及联合发起人樊伟副总裁、郭彦宏总监、贾凤超总工程师、胡钺总监、刘月琴副总经理、米歇尔小姐共同启动“乐此不‘啤’”乐啤联盟。

相信随着“啤酒与健康”项目启动，乐啤联盟所推崇的，“年轻、时尚、激情、健康、安全”的啤酒文化将深入人心。

蓬莱与韩国侍酒师协会 达成葡萄酒产业合作

■ 王成业

山东省蓬莱市与韩国国际侍酒师协会于近日签订葡萄酒文化交流合作备忘录，双方就蓬莱市葡萄与葡萄酒产业发展进行深度合作。韩国国际侍酒师协会会长高在允，蓬莱市市委副书记林平，市委常委、统战部长薛建伟，市政府副市长孙传武出席活动。

孙传武代表蓬莱市政府与韩国国际侍酒师协会签订了《葡萄酒文化合作交流备忘录》。

林平、薛建伟、孙传武向韩国国际侍酒师协会代表介绍了蓬莱市葡萄酒与葡萄酒产业发展现状和在挖掘葡萄酒文化、葡萄酒旅游等方面所取得的成绩。高在允介绍了韩国国际侍酒师协会近年来的工作成绩，表示将通过自身优势积极宣传蓬莱市葡萄与葡萄酒产业，为蓬莱市葡萄与葡萄酒产业的发展做出贡献。

按照《合作备忘录》规定，韩国国际侍酒师协会将在蓬莱市开展葡萄酒品评活动时安排专业人员参加，并提供咨询服务和技术支持，将对蓬莱市宾馆、酒店侍酒师开展培训。邀请蓬莱市侍酒师参加国际性大赛，并提供帮助，为蓬莱市葡萄酒在韩国营销提供帮助和赞助，将在协会官网上对蓬莱市葡萄酒进行宣传与推广。

民权葡萄酒与深蓝商贸达成战略合作

最近，民权九鼎葡萄酒有限公司敞开大门热烈欢迎合作商驻马店深蓝商贸有限公司客户代表团参观指导。为使民权葡萄酒在驻马店市场能深耕细作，销售再上一个台阶，民权九鼎葡萄酒有限公司与驻马店深蓝商贸有限公司签订了战略合作协议，以后会加大对驻马店市场的投入，争取做一个千万级的地市样板市场。

民权九鼎葡萄酒有限公司总经理朱和平代表公司对深蓝商贸的到来表示热烈的欢迎，朱总在欢迎词中说，我们公司和深蓝商贸已经合作整整 10 个年头，双方互信互利、合作共赢，共同走到今天，邹总的公司也从一个小小公司发展到了今天成为我们最大的合作商，这是邹总和他的团队共同努力，也是在座的各位朋友支持的结果，希望邹总的公司能有更大的发展前景。

深蓝商贸代表团参观了整个工厂，了解民权葡萄酒的发展历史，从 1958 年建厂，经过历代民权酒人的辛勤付出，公司发展到了今天的规模；体验地下酒窖，看到葡萄酒是怎么在橡木桶中储存的；在葡萄藤下感受鸟语花香，温风洗面，蜜蜂枝头纷飞，花香袭来，令人心旷神怡；参观生产罐装车间，引进的全自动意大利罐装生产线，是目前全国最先进的。

民权九鼎老总徐瑞敏女士为大家讲解葡萄酒知识，并品鉴民权葡萄酒。

驻马店深蓝商贸有限公司总经理邹宇祥对民权的热情接待表示衷心感谢！正因为有了民权九鼎公司的大力支持，深蓝商贸才会有今天的成功，以后加强合作，让民权葡萄酒在驻马店更上一个台阶。

随后他们签订合作协议，双方对未来发展信心满满，争取取得更辉煌的成绩！（据糖酒快讯）

“金门高粱”签订大陆总经销 强强联合共赢白酒市场

近日，金门酒厂(厦门)贸易有限公司与北京鹿鸣乐福国际商贸有限公司在厦门签订为期三年大陆地区总经销合作，现场由金门酒厂车正国董事长与北京鹿鸣乐福公司鹿百璟董事长代表签订合同，并特邀金门县副县长吴成典先生莅临见证并授予鹿鸣乐福公司授权牌。

此次携手，促成了“金门高粱酒”与大陆“长白山天池鹿鸣甘露矿泉水”和“两岸好酒好水”的行销渠道合作。透过金门酒厂的品牌搭配鹿鸣乐福公司的营销通路，宣告未来将共同努力深耕金门高粱酒在大陆的市场，彰显“两岸一家亲”的浓烈亲情。金门县副县长吴成典很有信心地表示：金门酒厂是金门的金母鸡，在台湾的市场占有率已趋近饱和，因此我们相当看重大陆市场，很幸运地找到了鹿鸣乐福公司这样一个好伙伴，未来希望我们金酒能与鹿鸣乐福强强联手，将金门高粱酒做强做大。

特推鸿福佳酿 以经典献礼金砖五国峰会

为响应日前福建省省长于伟国与金门县长陈福海会晤中，提出的将全力推动，把金门高粱酒培养成“福建名酒”，并在金砖五国



峰会中得以完美亮相，金门酒厂特推两款新品，分别为 58 度 1 公升“红坛金门高粱酒”和闽南传统建筑“马背”造型的“精选 46 度高粱酒”。红坛金门高粱酒瓶身以红色为整体设计视觉，虽同为经典 58 度，但外包装催陈的效果使其口感更显得回味悠长。精选 46 度高粱酒不似 58 度刚刚，也不同于 38 度的平淡，46 度的口感绵柔、香气饱满，是一款适合聚会共饮的好酒。

发布会现场，新品一经亮相即赢得了赞誉，启封新品，共品佳酒的环节更把现场气氛推向了高潮。来宾陈先生表示：“这两款新品口感醇厚、香醇，必然是金门酒的又一传奇之作。

创新玩法 酒后金言引爆朋友圈

在发布会前期，金门酒厂创新营销推广方式，全新增添线上趣味互动环节。“酒后吐真言，留言点赞获金酒”的活动迅速在朋友圈中火热传开，以金门酒微信公众号和旅游传媒生活类媒体“厦门悦城”发起，众多新媒体大号也纷纷转载。网友们响应“金酒”号召，留言处文采飞扬的留下自己的酒后金言。在发布会现场，活动方“醉”精彩、“醉”好玩的留言互动，也让到场来宾玩得亦乐乎。（据腾讯）