

## 八年持续助学 金徽酒坚守公益正能量

■ 张小虎

善举创造和谐, 爱心传承美德。5月27日,“金徽——正能量爱心助学”第八期助学金发放仪式在兰州大学举行。兰州大学、西北师范大学、兰州交通大学、兰州财经大学、甘肃政法学院等5所高校的50名大学生得到了金徽酒的助学金资助。金徽——正能量爱心助学金旨在帮助和勉励受助学生完成学业,实现人生理想,成为对国家和社会有用的人才,进一步回报社会。

近年来,金徽——正能量公益基金以“感恩社会,扶危济困”为宗旨,先后为教育事业、抗震救灾、抗洪抢险、精准扶贫、扶危济困、新农村建设等社会公益事业捐资近亿元。

金徽酒股份有限公司董事、副总经理王栋表示,爱心助学是一项功在当代、利在千秋的事业。金徽——正能量爱心助学金秉承“追求卓越,服务社会”的价值理念,走过了整整八个年头,而这八年,金徽酒更是坚持以人为本,推动了企业向上向好发展。金徽酒坚持不断引进优秀人才,深化校企合作,坚持改革创新,发展道路,成功在上交所上市,实现了跨越发展。同时,企业也在支持教育事业、助力大学生成长方面不断奉献爱心。特别是捐资助学已成为金徽酒的长期责任,并将一如既往地坚持下去,以期帮助更多学子完成学业,让受助学生感受到来自社会、来自企业的关爱和支持。

在当天的捐助仪式上,兰州大学团委书记李华龙表示,金徽——正能量爱心助学金自2009年设立以来,已持续帮助5所高校的400余名大学生解决了经济上的困难,为他们顺利完成学业、健康成长、顺利发展提供了有力支持,彰显了金徽酒股份有限公司支持西部地区教育事业、发展、情系甘肃学子的高尚品德,展现了当代优秀企业人无私奉献、回馈社会的精神风貌。这种助学行为,值得全社会提倡和学习。金徽酒在捐资助学的同时,也传递了关爱社会、奉献社会的责任与担当,希望受助的学生能够勤奋学习,全面发展,学会感恩,勇于担当社会责任。

共青团甘肃省学校部部长杨成勉勉励受助学生要克服生活上的困难,努力提升自己的各项能力,在生活、学习过程中作出表率,能够牢记金徽酒的爱心,并将之转化为对甘肃这片热土的热爱,在学成之后,能够奉献自己,回报社会,助力幸福美好新甘肃建设。

兰州大学哲学社会科学学院2016级哲学专业学生王佳玉代表受助大学生发言,她对金徽酒的帮助表示感谢,并许下承诺,面向未来,包括自己在内的受助学生将以优异的成绩、过硬的本领履行社会责任,回馈社会关爱。

金徽酒用实际行动诠释了“追求卓越、服务社会”的发展理念,还会不遗余力地将这一正能量向全社会广泛传递。

## 国美酒业集团董事长荣获“2017 创新中国十大榜样人物”称号

■ 郑亮

6月2日,中国创新与经济融合发展大会在北京钓鱼台国宾馆举行。大会由第十届、第十一届全国政协副主席张梅颖宣布开幕,会议旨在发掘创新标杆,让榜样的力量推动创新发展战略,使创新意识更加有效的渗透到当前经济发展过程中,为我国企业的转型升级服务。

来自国家发改委和财政部等相关部委领导和全国各地著名专家学者、企业家、创新精英等1000余人出席活动。会上,国美酒业集团董事长王玉杰荣获“2017 创新中国十大榜样人物”、国美酒业四川有限公司荣膺“2017 中国改革创新十大领军企业”奖项。

受国美酒业集团王玉杰委托,国美酒业四川有限公司党委书记、常务副总经理王冰出席会议并领奖。由经济日报中国经济信息杂志社社长王亚东给予颁奖。



## 独家协办

中国食品工业协会 酒类食品高新技术培训中心

四川省川技王 酒类研究设计院

四川省广元市 酒类技术研究所

电话 (0839)3600888 (0839)3602639

作为全球最大啤酒消费国,中国去年啤酒销量下降了4.2%,再加上巴西和俄罗斯,他们的销量分别下降5.3%和7.8%,这三个国家啤酒销量的减少被IWSR认为是影响全球啤酒销量的重要因素。

■ 闫睿悦

酒鬼可能在变少。据界面新闻刊文,一份由国际葡萄酒及烈酒调查机构(International Wine and Spirit Research,以下简称IWSR)的调查显示,去年全球的酒精饮料销量下降了1.3%,远远高于过去五年平均0.3%的降幅。

在IWSR的统计中,啤酒和苹果酒的销量分别下降了1.8%和1.5%,是造成酒类整体销量下滑的重要因素。静止葡萄酒的销量下降0.5%,但烈酒和起泡酒的销量却分别增加了0.3%及1.8%。

英国品酒类杂志IWSR的编辑亚历山大·史密斯(Alexander Smith)向媒体表示,考虑到全球经济的改善以及全球经济增长率与饮酒之间的密切联系,这一降幅更令人吃惊。他认为,一些新兴市场国家持续的经济颓势以及一些酒类管理方面的规定可能是造成这一现象的原因。

如南非与美国对苹果酒的需求量减少了

# 全球酒精饮品销量暴跌 这和中国脱不了干系



15.2%,导致了全球苹果酒销量的下滑。而在啤酒这个下降幅度最大的品类中,中国则施展了影响力。

作为全球最大啤酒消费国,中国去年啤酒销量下降了4.2%,再加上巴西和俄罗斯,他们的销量分别下降5.3%和7.8%,这三个国家啤酒销量的减少被IWSR认为是影响全球啤酒销量的重要因素。

中国啤酒为什么卖不动了?综合媒体报道,总体消费需求趋于饱和和产品结构单一被认为是主要原因。中国啤酒经历了近二十年的快速增长,形成华润雪花、青岛啤酒、百威英博、燕京啤酒和嘉士伯五大啤酒集团占据我国啤酒市场75%份额的格局,中国的啤酒市场达到成熟市场水平。

据消费日报网报道,目前我国人均啤酒消费量达36公升,超过世界平均水平。啤酒销售在2013年达到巅峰后,开始连续三年负

增长,中国啤酒业发展进入平台期。

中国啤酒一直处于粗放型的竞争模式,低价高量被国内啤酒商作为最主要的营销手段,这曾经帮助啤酒商们开拓了不少市场,但当市场趋于饱和时,产品单一,僵化开始阻碍啤酒业的继续发展。

你应该有这样的经历,在超市货架上,面对一排排包装及规格几乎一致的国产工业啤酒,除了品牌不同,你大概很难说出这些啤酒喝起来有什么区别。

去年啤酒进口量为64.54万公升,同比增长20.06%。

考虑到中国啤酒消费对全球酒精产品的重要意义,以及本土产品同质化带来的机遇,外国品牌开始趁机发力,有着悠久啤酒历史的外国品牌以精致的包装、多样的口味,细分的品类抓住了正在经历消费升级,热衷尝鲜的中国人。“入口焦苦回味甘甜”、“包装高档”

## 第12届上海国际葡萄酒品评赛浦东开幕

■ 浦门

近日,第12届上海国际葡萄酒品评赛(SIWC)在外高桥国际酒类展示交易中心开幕。记者了解到,上海自贸区各类便利化举措不仅加快了一瓶瓶红酒的进口速度,更重要的是,将协助国内贸易商、进口商建立起一个优质的葡萄酒市场。未来,“一带一路”沿线国家和地区将成为外高桥国际贸易营运中心重要的开拓地。

多项第一“涌现”本届SIWC

作为亚洲排名前三的国际葡萄酒品评赛

成长之路 | Road of growth

# 泰山酒业·五岳独尊 摘得 2017“中国酒业最佳大单品”

■ 齐鲁壹点

“一个企业要想长远持久的发展,必须拥有大单品,这个单品必须是企业的主导产品,不仅代表品牌的档次,还要与消费者有极高的见面率,能够促使消费者形成重复购买的消费习惯。而‘五岳独尊’品牌正是泰山酒业在中高档价位上精心打造的大单品。”近日,在山东青州举办的2017年度山东省白酒感官质量品鉴大会上,泰山酒业·五岳独尊一举夺得2017“中国酒业最佳大单品”。在泰山酒业集团股份有限公司董事长张铭新看来,“五岳独尊”融汇了泰酒高贵的历史基因、尊贵的文化基因和宝贵的科技基因,集中展现了泰山酒业厚重的品牌文化和过硬的产品品质,是传统酿酒与航天科技的完美结合。

厚重泰山“尊”文化 持续引领消费升级

谈泰山酒业自然离不开厚重的泰山文化,而五岳独尊又是泰山文化的高度凝炼和集大成者。

据考证,泰山的酿酒历史起始于距今五六千年的大汶口文化时期。自秦始皇起,历代帝王大都要前往泰山封禅以祈求国泰民安,秦始皇、汉武帝、唐玄宗、宋真宗等皇帝,到泰山举行封禅大典所用祭酒都出自泰山脚下的御用酒作坊。清朝皇帝乾隆曾12次登祭泰山,并把泰山酒钦定为宫廷御酒。1945年成立的泰山酒业集团,继承和挖掘泰山古老传统酿酒技艺,经过几代人的薪火相传和几次异地扩建,形成了泰山酒业今天的发展规模。所以说,五岳独尊品牌作为泰山系列酒中的珍品,品质自然非凡。

厚重的泰山文化背书为一个单品的成功夯实了根基,而如何将这种高贵不凡的文化元素产品化、形象化成为一个大单品能否成功的关键。以酒瓶为例,时任泰山酒业集团董事长马西元,之前就是省内知名的制瓶专家,他独辟蹊径,积极寻求泰山元素。泰山山顶上的“五岳独尊”几个大字,是清光绪年间由当时的泰安府宗室——爱新觉罗玉钧题书的,是泰山最著名的标志之一。把“五岳独尊”石刻造型制成酒瓶,将泰山酒与泰山文化

事,SIWC自2010年“移师”外高桥后,其专业性和国际性逐年递增。

本届葡萄酒品评赛创造了好几项第一:参加品评酒款数历年第一,共近1500款酒类参赛;参赛国别历年第一,共23个国家/地区参与;部分国家如格鲁吉亚、罗马尼亚、捷克、斯洛伐克、马其顿、乌克兰等均是首次参赛。此外,本届SIWC还首次设置烈酒组品评,并第一次系统化推出“区块链”酒类可追溯系统2.0升级版。

已经连续7年参与SIWC的联合主席IainRiggs表示,每年SIWC参赛酒样的品质都在提升,而且每年都有越来越多的中国高品质酒来参加比赛。

资料显示,上海外高桥保税区的葡萄酒进口量,约占上海口岸的75%,区域内集聚了大量的葡萄酒批发商和代理商。外高桥国际贸易营运中心有限公司副总经理李春曦表示,国际品评赛的出发点是帮助更多优秀的酒品能够进入到中国市场。“比如去年获得金奖的葡萄酒,已经找到贸易商,并推荐到了国内市场。”

规模化引进国外优质酒商

“一带一路”沿线国家和地区的葡萄酒成为本届SIWC的亮点之一。记者从外高桥国际贸易营运中心有限公司了解到,发掘“一带

底,泰山酒业与山东航空强强联合,通过在山航一百多架飞机上投放语音广播、电视、杂志等广告形式,推动泰山品牌全国化的步伐。

4月20日上午9:15,由青岛开往上海方向的“泰山酒业”号高铁品牌列车准时启动,这标志着泰山酒业在高铁平台上的战略部署正式启动。泰山酒业冠名了5组高铁品牌列车,命名为“泰山酒业”号,集中展现高端品牌五岳独尊。

航天、航空、高铁,泰山酒业实现“三高”联动,五岳独尊酒也重新定义了鲁酒新高度。

太空育种注入航天基因 工匠精神护航泰酒品质

“我们传承泰山传统酿酒工艺,采用独特的皇家小窖工艺,在全国是独一无二的,是名副其实的 innovation。”张铭新介绍说,与普通酿酒窖池相比,泰山酒业所用酿酒窖池最大的特点在于容积较小,被酿酒专家称之为泰山皇家小窖。泰山小窖容积仅为5立方米,表面积为14.5平方米,表面积和容积的比高达3:1,从而大大增加了酒醅与窖泥的接触面积,使窖泥中的多种生香菌的代谢产物充分渗透到酒醅中,酒醅的营养成分又不渗透透到窖壁上,为有益微生物的生长代谢补充营养,生产出来的酒“窖香浓郁、主体香突出、酒体丰满、回味悠长”。

记者了解到,泰山酒业3000多口小窖池全部集中在3万平方米的酿酒车间内,经过数十年的连续使用后,已经形成了独特的酿酒生态小环境。因此,每一口窖池的温度、湿度、空气质量和酿酒微生物菌种的分布基本一致,从而保证了泰山系列产品的品质稳定。五岳独尊酒就是在这样的小窖车间发酵生产的。2007年,泰山小窖酿造车间入选大世界基尼斯之最,被认定为世界上“最大的纯粮固态发酵酿酒车间”。

借力全国白酒领域唯一一家中国航天战略合作伙伴平台,五岳独尊酿酒菌种搭载神舟八号进入太空,开创了浓香型白酒太空育种的先河,为泰山酒注入了宝贵的航天科技基因。该项目已通过省级技术鉴定,产品的感官质量有了显著的提升。

张铭新表示,泰酒人不断追求卓越,把

“比国产好喝”,消费者在淘宝评价着这些来自德国、比利时、荷兰的啤酒。

国家统计局给出的最新数字是,去年啤酒累计进口量为64.54万公升,同比增长20.06%。英国啤酒与酒馆协会则表示,2016年,英国啤酒在中国的增长了500%。

百威英博旗下的科罗娜、时代(Stella Artois)、乐飞(Lefle)和福佳(Hoegaarden),嘉士伯旗下的乐堡(Tuborg)和凯旋1664等中高端价位产品开始出现在货架,期待给啤酒业带来转机。

“过去一年,百威英博在中国额外增长的销售额里面,超高端进口酒占的比例是非常高的。对比上年同期,约有40%以上的额外增长来自于进口酒。”百威英博中国区超高端品牌副总裁徐嘉宏在今年1月透露。

但中国酒业协会常务副秘书长何勇在接受媒体访问时指出,进口啤酒之所以表现抢眼,很大的一个原因在于基数小所以增速快,进口啤酒的整体占比依旧不高,仅占百分之一多点。因此,目前来看,进口啤酒的增长并不能在宏观上拉动中国啤酒的消费。再加上预调酒和亲民低端白酒对啤酒消费产生的跨界影响,及消费者对酒类产品健康和理性消费意识的提升,啤酒的销量在多重影响下逐步下滑。

不过,ISWR也预测,五年后,啤酒在许多亚洲国家以及非洲撒哈拉以南的地区的消费量将会有大幅的增长。

他们同时认为,五年后全球酒业下滑的趋势将回转,威士忌将会成为消费量最多的酒类,混合鸡尾酒,起泡酒也会获得更高的消费量。

尽管预测认为五年以后情形会好转,目前来看,一个确定的事实是全球酒精饮料的消费量的确是一年不如一年了。

“一路”沿线优质酒庄,并规模化地把好产品引入国内市场将成为公司的重点工作内容之一。

目前,格鲁吉亚酒样展示中心等已经落地外高桥。未来,外高桥还将通过设立国家(地区)馆等形式,带动“一带一路”沿线国家和地区参与,将为广大消费者构建了解世界葡萄酒文化的桥梁和纽带,促进中外葡萄酒贸易。

据悉,本届葡萄酒品评赛将于本月11号评选出金银铜奖,获奖酒将被贴上极富含金量的上海国际葡萄酒品评赛奖牌,并授以评委会签名证书。



“工匠精神”融入企业发展的血脉里,把白酒的品质做到极致。泰山酒业成立了山东省白酒行业第一家省级技术中心,拥有中国白酒工艺大师、鲁酒大师等大师级人才5名,国家级和省级白酒评委十余人,科研人员及专业勾调师100余人。公司传承几千年的“泰山酒传统酿造技艺”入选非物质文化遗产。