

## 2017 中国白酒健康论坛举行 普及白酒健康文化

■ 钟闻

11月20日,上海国际酒交会期间,由中国酒业协会主办,古井贡酒承办的“2017中国白酒健康论坛暨古井贡酒健康因子技术研究成果发布会”举行,行业大咖共同站台讲述中国白酒健康故事。

中国酒业协会理事长王延才在会上表示,中国白酒历经几千年传承,至今依然被人们所青睐,这既是中国白酒的魅力所在,也是中国白酒文化传承和健康价值的体现。随着“大健康、大卫生”概念的提出和“健康中国”战略规划的推进,白酒产业必须牢牢把握时代发展方向,与时俱进,进行转型和升级。

王延才称,今年3月份,由安徽古井贡酒股份有限公司倡议发起的中国白酒健康研究院成立,集协会、高校和行业三方力量,联合探索白酒的健康奥秘,为白酒健康文化宣导提供科研基础,但健康不仅是产品品质因素,还是饮酒行为习惯因素,在积极推动白酒科研技术工作的同时还要大力倡导文明、理性饮酒的社会新风尚。

中国工程院院士、北京工商大学校长、中国白酒健康研究院院长孙宝国称,白酒传承历史悠久,自古以来就有“医源于酒,药酒同源”的说法。白酒中含有多种能调节人体机能的物质,简称“健康因子”,是白酒有益健康的物质基础。多粮多菌、自然接种、固态发酵、甑桶蒸馏、陶坛贮存、勾调成酒,每一道工序都是中国一代代酿酒大师匠心基因的流传,白酒是中国的“国酒”,要树立白酒文化自信,提倡“适量饮酒”和“文明饮酒”,坚持“风味、健康双导向”,让“baijiu”世人皆知。

谈及世界十大烈酒产区——亳州产区中国名酒对白酒健康发展的贡献,中国酒业协会副理事长、江南大学副校长徐岩认为有三方面:一是文化自信。古井贡酒在发展传承与创新相结合的工匠精神和弘扬传统文化的同时,已经将“贡献文化”贯穿在产品中,从包装的设计到内涵的品质都能充分地体现出古井这种文化的自信感。二是品质自信。中国的白酒是人与自然天人合一的产物,古井贡酒在悠久的历史传承中已形成完整的气候、微生物、水土、工艺等酿酒生态圈。三是科研自信。古井贡酒是中国白酒健康研究院的发起人,为中国白酒健康研究的发展做出了贡献。

著名白酒专家、中国白酒标准技术委员会名誉主任季克良也出席了论坛,他表示,饮酒健康的前提是适量。近年来,白酒行业科研的一系列突破,证明了白酒是健康的这一主流观点。有研究表明,人体内含0.23%的酒精时能够达到最佳的身心状态,对健康有裨益。在中国百岁老人饮食习惯调研中,66.23%的人有饮酒习惯,足以证明白酒是健康的。

而在古井集团党委书记、董事长梁金辉看来,中国白酒的发展最重要的是从三个方面保证其品质,诉说中国白酒的品牌故事:一是中国白酒健康的价值。白酒是中华传统医学养生智慧的结晶,具有独一无二的健康价值,蕴含着丰富的健康因子。二是讲好中国白酒健康故事的重要性。当前关于中国白酒健康的故事讲少了。中国白酒中有很多健康因子,消费者并不是很了解。因为公众对于白酒知识了解甚少,误解很多,从而对中国白酒产生不公平对待。三是普及中国白酒健康文化的呼吁。中国白酒缺乏对健康文化的引导。要想推动白酒的健康发展,必须要下一番功夫完成对白酒健康知识的再教育。希望行业同仁积极参与中国白酒健康研究院的各项活动,共同推动白酒行业的进步。

此外,本次论坛上,中国白酒健康研究院、中国酒业协会、古井集团再度携手启动了古井贡酒健康产业项目,联合对外发布了《古井贡酒健康因子技术研究成果》白皮书。

■ 萧萧

11月19日,以“世界名酒·共享荣耀”为主题的2017上海国际酒交会隆重开幕。在这场旨在打造专业水平最高、世界影响力最大、产品交易最活跃的国际酒类盛会中,中国酒业协会固态白酒原酒委员会理事长、泸州老窖集团前董事局主席、泸州老窖股份有限公司前董事长谢明结合十九大报告关于“中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”的论述,提出了供给侧改革是白酒发展新动力这一全新观点。

他进一步表示,白酒供给侧改革的核心在于满足大众品质升级需求,而实现品质升级则需满足不同消费者不同的品质需求和性价比需求,简而言之,白酒行业应提供更多层面的满足消费者品质需求的高性价比产品。

### 供给侧改革核心在于 满足大众品质升级需求

谢明认为,供给侧改革的本质是满足大众需求,提升中国产能的质量。在他看来,过去遵循的是满足市场需求的简单易行的功利化之路,落实到企业层面就是生产质优价廉的产品。只是在企业执行过程中,质优缺判断标准,价格就成为了竞争的主要手段。在低价竞争风靡大背景下,很多企业都缺乏诚信精神和对于质量的坚守。于是乎,低价竞争、假货盛行、以次充好现象比比皆是。这表现在白酒行业就是以低价竞争为核心,低价就等同于质优价廉,自然消费者因喝酒而伤身的现象时有发生。

谢明阐释了供给侧改革实质在于把握消费端的需求。“当下,中国消费者正在向现代化升级,作为中国老百姓情感和双重消费载体的白酒同样面临消费升级的巨大挑战和诱惑。消费升级趋势下的品质升级,对白酒行业而言,就是需要在供给面上让消费者有多种选择,而这种选择是真真实实的消费者需求。”谢明表示,供给侧改革的核心内容就是满足消费者对品质消费的需求,落到白酒层面就是让消费者清楚该喝什么样的酒才能有好处,才能让身心健康愉悦。

“这就涉及到了企业诚信问题。”谢明指出,推进白酒供给侧改革首先应落实到打造诚信体系上,只有企业诚信生产、赚取生产环节的合理利润,商家诚信经营、赚取流通环节的合理利润,才能让制假、售假者无处

# 供给侧改革:白酒发展新动力



**消费升级趋  
势下的品质升级,对  
白酒行业而言,就是需要  
在供给面上让消费者有多  
种选择,而这种选择是真  
实真实的消费者需  
求。”**

藏身,才能让市场上有  
大量真正质优价廉的、  
满足消费者需求的好产品。

“行业缺乏诚信体  
系,这样造成的结果就是行  
业知识产权保护缺失严重,  
品牌溢价能力受限,售假贩假现  
象严重。”在谢明看来,企业缺乏诚  
信的一个负面影响就是缺乏品牌意识,自然  
也就没有品牌保护意识和品牌创新意识了。  
所以,打造诚信体系还应重视知识产权的保  
护。他继续指出,坚守工匠精神、坚守品质是  
企业诚信体系的最高表现。“很多企业的产  
品质量为什么搞不好?原因虽然很多,但最  
终可以归结到一个方面上来,就是做事缺乏  
严谨的工匠精神。”他认为,企业专注于琢磨  
自己的产品,精益求精,自然经得起市场的  
考验和推敲,当真正优质的产品极大丰富之后,  
自然也就不会出现到日本疯抢马桶盖、  
电饭煲这类尴尬事了。

### 供给侧改革应满足不同消费者 对品质的不同需求

基于消费是分层分级的特点,谢明表示,  
白酒供给侧改革在满足品质需求前提下,  
还要满足不同层级消费者的的不同需求,  
而不能用一个产品去面对不同层级的消费者。

“供给端的改革需要侧重在供给而非生  
产,需要从消费者和使用者的角度来考虑问  
题,一定不能只从生产者的角度来考虑,否  
则从需求端出发加大总需求的老路径无法  
改变。”谢明表示,在品质升级大趋势下,茅  
台、五粮液、国窖1573等优质名酒品牌的需  
求会越来越高,同样优质固态原酒的需求量  
也将大幅提升,“随着供给侧结构性改革的深  
入,白酒将迎来品质消费升级,消费者在

供给面上会有更多选择。供给侧改革的核心  
内容对白酒行业而言就是品质升级、消费升级,  
价格回归理性,有良心和责任心的企业、  
行业机构必须在供给面上考虑到不同消费  
者之间的差异化消费需求,让消费者真真实  
实的选到优质、放心的产品。同时应该让消  
费者清楚喝什么样的酒才是健康的,知道自  
己喝的是什么酒,自己该喝什么酒。”

谢明认为,消费者在不同场景下对白酒  
的需求与选择是不同的,对酒的品质文化和  
品牌要求也是不一样的。这样一来,固态纯  
粮原酒是优质白酒之源的认知就能被消  
费者接受。“过去,集中度的低下,导致了白  
酒产品质量的参差不齐,也造成了消费者的  
迷惑。行业集中度在提升的过程中,品牌企  
业的影响力会越来越大,对品质的重视,会  
促使更多的企业去选择优质的固态原酒;而  
在消费者趋向理性的前提下,通过持之不懈  
的宣传和沟通,他们对固态发酵法、固液发酵  
法和液态发酵法的认知也会更加地清晰,  
这将成为优质固态原酒需求提升的重要推  
力。”

据谢明透露,正是在这一背景下,中国  
酒业协会固态白酒原酒委员会成立了。而该  
机构当下的一大工作重点就是推动产业结构  
调整,激发白酒产业活力,在淘汰落后产  
能企业的同时,集中优势资源提高原酒的产  
品质量以满足消费者升级的需求。

值得庆贺的是,在该机构的大力推进下,  
加大纯粮固态原酒产品供应助推中国白  
酒产区得到了行业的广泛认知,而越来越多  
的消费者也形成了“同等价格看品质、同等  
品质看品牌的”消费理念,也出现了泸宜遵  
原酒购酒有限公司这样专注于出品优质  
原酒的企业。

在谈到纯粮固态原酒时,谢明补充说  
道:“当下正处于固态原酒发展的机遇期,  
而未来还会出现新一轮的发展期。要迎合新的

发展趋势,固态原酒需要注重两方面的内  
容:第一是食品安全、食品标准一定要宣传  
到位,责任到位;第二是并非谁都可以生产  
固态原酒,生产优质的固态原酒是要看产地、  
看规模、看历史传承、看窖池、看文化、看  
生态、看环境的,只要我们的原酒企业注重  
工匠精神,注重工艺传承,注重传承,那么就  
没有什么好怕的。”

### 供给侧改革需要满足消费者 对性价比的追求

满足不同需求有不同产品品级,自然就  
会有不同的价格,因而供给侧改革的另一重  
重任就是解决产品的性价比。

谢明指出,目前我国产能、去库存上有  
较大压力,而问题出现的原因在于供求双  
方信息沟通不及时,甚至失真。如何将真  
实的需求信息、需求趋势极速传递到生产企  
业?最大限度地减少中间环节就可能减少信  
息传递出现的问题;同样中间环节的减少,  
也有助于降低渠道流通成本,让消费者得到  
真正的实惠。

谢明透露,中国酒业协会固态白酒委员  
会首款推荐酒泸宜遵固态发酵原酒生产的  
初衷就是减少中间环节,让消费者能直接买  
到性价比更高的优质白酒。

据了解,作为泸州市泸宜遵原酒购酒业  
有限公司推出的一款涵盖酱香、浓香、小曲  
清香三大中国白酒主流香型的白酒品牌,泸  
宜遵固态原酒是全球首款按照固态发酵原  
酒标准生产的产品,该酒在中国最优质白酒  
的核心产区——中国白酒金三角(泸州、宜  
宾、遵义)核心产区优中选优,精中取精,掐  
尖10%优质原酒,涵盖中国白酒三大主流香  
型(浓香、酱香、小曲清香),充分体现了中国  
固态发酵纯粮原酒的独特魅力。“泸宜遵固  
态原酒优选粮谷、固态发酵、固态蒸馏、陶坛  
洞藏老熟,无任何人工添加与修饰,是经过  
中国食品发酵工业研究院166项全方位质量  
检测的纯粮真原酒。”九石机构总裁秦柯  
盛赞泸宜遵固态原酒。

据悉,普通合格白酒的质量检测项目一  
般仅为30余项,而泸宜遵固态原酒通过了  
中国食品发酵工业研究院166项检测指标,  
其中白酒理化、卫生指标7项,氨基酸18  
项,邻苯二甲酸酯类23项,甜味剂8项,农  
药指标40项,酚酸16项,风味组成53项以  
及同位素真实性1项。

不仅如此,泸宜遵固态原酒作为白酒行  
业率先“吃螃蟹”的企业品牌,用供给侧改  
革打造了发展新动力,采用F2C原产地直供直  
销模式,通过线上线下一体化营销模式,打  
破了传统经销模式,砍掉了中间利益环节,  
缩短了消费通路,让优质产品可从原产地、  
厂家直达消费者,从而在价格回馈消费者,  
让消费者能真正享受到高性价比产品。

## 遵义仁怀40余家酒企亮相上海酒交会

■ 袁跃

11月19日上午,由中国酒业协会主办的  
2017上海国际酒交会在上海虹桥国家会  
展中心开幕。

中国酒业协会会长王延才出席开幕式并致  
辞;中国酒业协会秘书长宋书玉主持开  
幕式;中国酿酒大师、茅台集团名誉董事  
长季克良,遵义市副市长鲁成军,仁怀市副  
市长邓帆,市酒协执行副会长、秘书长吕玉华  
等参加开幕式。

此次酒交会,仁怀市国台、怀庄、古坛、  
钓鱼台、珍酒及“遵义十大名酒”“中国酒都  
十大质量奖”获奖企业等40家酒企组团参  
展。开幕式结束后,鲁成军、邓帆、吕玉华还

前往仁怀集中展示区检查布展情况。每到一  
处,季克良、鲁成军都与负责人深入交流,详  
细询问产品开发、市场价格、销售收入等情  
况,为各家企业不断探索创新,丰富和完善  
高中低端产品,积极拓展外部市场的举措  
“点赞”。

他们表示,遵义、仁怀酒企要充分利用  
上海国际化大都市的开放平台,突出酒文化  
特色,着力在品牌、质量等方面精准发力,不  
断唱响以十大白酒品牌为引领的遵义白酒  
“好声音”,讲述遵义白酒“好故事”,不断扩  
大遵义白酒的知名度、影响力;进一步结合  
实际,始终紧盯市场抓机遇,创新方式强营  
销,切实加大各类市场拓展力度,有效满足  
不同层次消费者现实需求,大力宣传和推介

酱酒文化,促进“酒+旅游+文化+互联网”深  
度融合发展,推动仁怀酱香白酒走出国门、  
飘香世界。

“醉美遵义·酱香仁怀”集中展示区位于  
上海国家会展中心2号馆,展区面积3300  
平米。展台风格统一、古色古香,颇有古镇韵  
味。本次“酒交会”以“世界名酒·共享荣耀”  
为主题,主要进行全球名酒展示和全产业链  
展示,并举办世界名酒价值论坛、“问酒”高  
端对话、全国大学生品酒大赛决赛、中国生  
态白酒产品推介、世界名酒产区发布等十多  
项活动。

本届酒交会展区总面积6万平方米,设  
有国内外著名产区展区、国内外名酒展区、  
时尚酒饮展区,以及国内外知名酒类技术装



备展区、酒类原辅材料展区、酒类配套及服  
务展区、酒类包装及器具展区等。作为具有  
国际视野的酒类展会,本届酒交会期间,将  
举办“世界名酒价值论坛”“问酒论坛”“世  
界十大烈酒产区发布”“1119全球名酒节”“世  
界酒文化之夜颁奖盛典”“中国白酒酒庄酒  
推介会”等一系列业界高端互动与对话活  
动。

## “我和你精酿酒”与消费者一见如故

要做到严格的把关,一蹴而就的产品不可能  
经受住市场的考验,历经4年的研发,确保酒  
体与工艺,在未来不会被同行复制。

北京我和你酒业是一家集研发、销售、文  
化传播为一体的现代白酒企业。公司立足北  
京科研优势,在传承白酒传统酿造工艺基础  
上,结合现代食品生物技术进行创新,致力于  
为当代消费者提供更好的味觉体验。而此次  
在白酒领域率先提出“精酿酒”概念,引发了  
行业关注。

### 锁定新兴消费群体, 丰富的主题活动架起品牌交流桥梁

在本次2017上海国际酒交会上,北京我  
和你酒业有着极富个性的展位,整体呈现出  
新北京的时尚都市特色,一扫往常对北京文  
化除了四合院就是故宫、胡同的传统印象,展  
现出新北京时尚品质的新一面。同时,公司还  
以“一见如故”为主题,通过“我和你在这里相  
遇”、“我和你聊的很开心”、“我和你的关系”  
等一系列活动,积极与消费者互动,传达品牌  
理念。也让来自全国各地的消费者认识了这  
一拥有全新产品理念和态度的行业新品。

记者走访中看到,主办方请来了京沪两  
地有百万粉丝的主播,通过京沪文化、友谊秀  
以及介绍“我和你精酿酒”为话题与粉丝互动,  
两位主播这次合作正好通过此次活动实现了  
“我和你在这里相遇”,现场气氛热烈。

而在“我和你聊得很开心”的活动区域  
内,通过“致远方朋友的一句话”的参与形式,  
参与者在瓶标写上一句送给朋友的话,“北京  
我和你酒业”的工作人员随即当场将精酿酒  
寄给那位朋友,以酒作为朋友间的沟通交流

媒介,传递友情、亲情与爱情。据负责人介绍,  
活动当天准备的100箱酒,在很短的时间内  
就为热情的参与者签送完毕。

而“我和你的关系”的活动则更加强调互  
动性,参与者需手持关系形容词牌合影。关系  
牌上有印有“好基友”、“神对手”、“老同学”之类  
形容关系的词语,与朋友一起来参展的观众  
热情很高,活动氛围火爆热烈,“北京我和你  
酒业”跟观众玩到一起,借助微信、微博等自  
媒体平台,为品牌带来了自传播流量。

而这一系列活动的展开背后,也表明了  
“我和你精酿酒”的核心消费人群。产品以“精  
选、精酿、精生活”为品牌定位,面向30岁左  
右,心理成熟有追求、工作事业有积淀的主力  
消费群体。公司致力于为日常朋友聚餐,提供  
优质精酿酒,公司希望通过不断的产品创  
新和优质服务,和广大消费者一起追求品质  
生活,享受美好当下。



■ 吴铭

11月19-21日,北京我和你酒业有限公  
司受中国酒业协会邀请参加“2017上海国际  
酒交会”。公司最新产品“我和你精酿酒”以  
“一见如故”为主题,在上海国际酒交会正式  
上市。

### 四年磨一剑, 首创白酒行业“精酿”概念

“我和你精酿酒”从源头到生产过程均  
突显出一个“精”字主题,原料选自诞生于数万  
年前的黑土地上的优质大米,原始森林小兴  
安岭山麓的优质糯米以及海拔3500米的大  
凉山野生苦荞。通过层层把关的82道工序,  
结合二次淳化、双重发酵等工艺,确保酒体和  
口感的醇厚自然。

目前整个产品体系由“蓝晶”、“黑晶”,主