



大清香 打造命运共同体

■ 尚青

“第四次工业革命已经到来，宏观经济增速减缓是大势所趋，白酒蛋糕已到极限，从林法则在白酒产业上演，消费者领域将是最后的蛋糕。”在河北衡水举办的中清酒业酿造技艺发展中心一届五次理事会上，中清酒业酿造技艺发展中心理事长、汾酒集团董事长李秋喜，著名白酒专家、中清酒业酿造技艺发展中心副理事长高景炎、著名白酒专家、中清酒业酿造技艺发展中心高级顾问沈正祥、中清酒业酿造技艺发展中心副理事长兼秘书长赵严虎、衡水老白干酿酒（集团）有限公司董事长刘彦龙、高级顾问张永增、劲牌有限公司董事长吴少勋、青海互助青稞酒股份有限公司董事长李银会、北京红星股份有限公司总经理肖卫吾、北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂厂长宋克伟、北京二锅头酒业股份有限公司董事长程学昌、北京华都酿酒食品有限公司总经理朱华、内蒙古骆驼酒业集团股份有限公司董事长刘源、汾阳王酒业有限责任公司王再武、宝丰酒业有限公司副总经理葛少华、内蒙古鄂尔多斯酒业集团有限公司副总经理高宇程等中心的理事长、副理事长、理事成员单位代表到会，中国白酒葡萄酒专家范长秀、河北省白酒葡萄酒工业协会会长张志民、天津科技大学教授肖东光等协会及科研院所代表参加了此次会议。

清香类型企业抱团谋发展

中清酒业酿造技艺发展中心是由民政部审批、管理的部管社团组织，旨在振兴国际清香类型白酒。此次理事会，中清酒业酿造技艺发展中心理事长、汾酒集团董事长李秋喜，著名白酒专家、中清酒业酿造技艺发展中心副理事长高景炎、著名白酒专家、中清酒业酿造技艺发展中心高级顾问沈正祥、中清酒业酿造技艺发展中心副理事长兼秘书长赵严虎、衡水老白干酿酒（集团）有限公司董事长刘彦龙、高级顾问张永增、劲牌有限公司董事长吴少勋、青海互助青稞酒股份有限公司董事长李银会、北京红星股份有限公司总经理肖卫吾、北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂厂长宋克伟、北京二锅头酒业股份有限公司董事长程学昌、北京华都酿酒食品有限公司总经理朱华、内蒙古骆驼酒业集团股份有限公司董事长刘源、汾阳王酒业有限责任公司王再武、宝丰酒业有限公司副总经理葛少华、内蒙古鄂尔多斯酒业集团有限公司副总经理高宇程等中心的理事长、副理事长、理事成员单位代表到会，中国白酒葡萄酒专家范长秀、河北省白酒葡萄酒工业协会会长张志民、天津科技大学教授肖东光等协会及科研院所代表参加了此次会议。

此次理事会，清香类型白酒骨干企业悉数到会。高景炎主持会议，刘彦龙进行了会议致辞。

会上，李秋喜总结了上年度工作，作了下一年度安排。中清酒业酿造技艺发展中心下一步将围绕战略、合作、质量、管理、标准、文化开展工作，将构建“共商共建共享”的“清香命运共同体”，提升清香类型白酒企业的综合竞争实力；围绕“品类战略、产区战略、品牌战略”，形成清香类型企业共同体行动纲领；引导“风味导向、健康导向、文化导向”，研究体制改革、机制改革、营销改革和加强企业管理、人力资源管理、生产管理，制定企业标准、团体标准、国际标准，形成清香核心竞争力，通过哲学、科学、美学艺术，实现厂家、商家、消费者互动，实现大清香的发展。

白酒正在上演行业巨变

在做行业分析时，李秋喜说，白酒产业正在面临着以下五大变化：

第一，第四次工业革命已经到来。
第二，宏观经济增速减缓是大势所趋。
第三，白酒蛋糕已到极限。白酒产业经过 40 年的高速发展，国内市场年消费总量基本上达到了极限。随着 80、90 后成为白酒消费的主流人群，白酒消费的动能也在一定程度的减弱。因此，即便由于平均价格有所上升带来销售收入的一定增长，但消费量的总蛋糕不会扩大了。

第四，从林法则在白酒产业上演。经过 30 年的发展，名酒的平均营销能力得到了大幅度的提升。“名酒既靠品牌又靠营销”的竞争力量，使名酒成为新周期增长的核心动能。无论是名酒还是光瓶酒，大的竞争格局基本已经形成，百亿俱乐部的新面孔可能会越来越少。

第五，消费者领域是最后的蛋糕。媒体的消费者数字化运营，每个人都有强烈的感知。虽然终端为王的时代暂时不会结束，但消费者致胜的时代必然到来。“得消费者得天下”将是白酒产业不远的未来。

会上，各清香类型骨干企业参会代表进行了座谈交流，一致认为，在中清酒业酿造技艺发展中心的引领下，大清香白酒将加速发展。

中清酒业酿造技艺发展中心高级顾问沈正祥做了大会总结发言。在清香类型企业的团结奋进中，清香类型白酒发展将取得辉煌成就。

注销公告

高新区众记龙抄手餐厅统一社会信用代码(92510100MA6D904X4U)经营者决定注销公司。请相关债权债务人于本公告见报之日起 45 日内申报相关债权债务。

遗失启事

高新区三托记餐厅统一社会信用代码:92510100MA6CA3JX20,营业执照正本遗失作废

聚是一团火 化作满天星

贵州飞满天酒业媒体研讨会在贵阳举办



■ 孙晓琳

近日，中国品牌酱香实力运营商暨贵州飞满天酒业媒体研讨会在贵阳国际生态会议中心举办。本次研讨会由贵州飞满天酒业有限公司与和君咨询共同主办，中国酒业协会、华夏酒报、中外酒业·酒评、酒业家、中国酒业、新食品等协会领导及多家行业媒体代表参加了本次会议，同时邀请到贵州习酒销售有限公司领导以及贵州飞满天酒业部分实力大商共同参与，各方通过敏锐的洞察力、丰富的资源，站在专业的视角为贵州飞满天酒业的发展提供有价值的建议，并愿意提供优质的资源助力飞满天酒业的发展，共同研讨酱香酒发展趋势，共同助力飞满天酒业的新发展。

据悉，贵州飞满天酒业有限公司(以下简称飞满天公司)成立于 2018 年，是一家专业从事酱香型白酒品牌开发、销售的实力企业，与多家上市公司深度合作，同时也是贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司(以下简称习酒公司)的特许品牌运营商，习酒公司旗下特许品牌“飞满天”的唯一指定运营商。

一直以来，飞满天公司的自我定位都是致力于贵州酱香白酒文化的传播，以高端工艺，匠心精酿谱写新时代语境下的“酒礼”与“酒西文化”，倡导一种儒雅润生、多姿多彩的生活方式。

2018 年，飞满天公司推出自有酱酒品牌飞满天·天承、天恩系列及飞满天·珍品、珍藏系列，在产品上也延续了原有的定位和调性，从酿造工艺上看，飞满天·天承、天恩系列及飞满天·珍品、珍藏系列传承酱香酒古法酿制技艺，坚持三高三长酿酒工艺，并采用坤沙工艺保留传统酱香白酒的风味和口感，将原料经九次蒸煮，八次发酵，七次取酒并经过五年

以上窖藏，确保每一瓶好酒都来自于本厂生产，也确保飞满天系列产品的酒质清雅柔和、落口甜润、唇齿生香。

飞满天方面表示，自有产品也将秉承公司一以贯之的匠心工艺、纯粮精酿"的战略，恪守“贮足老酒，不卖新酒"的质量铁律，坚持以“纯正”之心，造正宗”之酒。

更值得关注的是，由于飞满天公司提倡不过度包装，降低成本，保护消费者权益，因此飞满天·天承系列首先采用了 CKP 环保材质做外包装。据悉，这也是一项行业首创。

为了让大家进一步了解贵州飞满天酒业的发展情况，贵州飞满天酒业董事长史作敏、贵州习酒销售有限公司副总经理李斌、北京和君咨询酒水事业部主任李振江分别从贵州飞满天酒业的现状、习酒发展对飞满天的展望以及飞满天品牌营销传播三个方面进行说明。

蓄势待发 飞满天迎来新发展

贵州飞满天酒业有限公司董事长史作敏介绍到，贵州飞满天酒业有限公司是一家专业从事酱香型白酒品牌开发、销售的实力企业，与多家上市公司建立深度合作。同时贵州飞满天酒业有限公司为贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司实力品牌商，其多彩习酒·飞满天系列秉承习酒酿造工艺，在包装上突出多彩的主题。他认为，在习酒优质产品品质的保证下，在酱香酒快速发展的大背景下，结合智业公司、行业媒体、经销商合作伙伴共同助力下，飞满天一定拥有更广阔的市场和发展前景。

习酒的发展及对飞满天的展望



贵州习酒销售有限责任公司副总经理李斌对行业发展趋势以及习酒的发展与大家进行了分享。他认为，酒业发展的集中度进一步提高，行业优势资源进一步向知名企业集中。在集中化趋势的大背景下，习酒保持了快速发展势头，跑步奔向百亿规模，主要得益于习酒对品质的坚持、对品牌的保护、对营销的创新、对管理的强化，今年习酒获得全国质量奖，就是公司多年努力的结果。他希望贵州飞满天酒业秉承习酒的发展理念，共同做大习酒的大市场。

瓶储时间长 老酒量更多

2019 年和君咨询酒类事业部与贵州飞满天酒业建立全面战略合作伙伴关系，全面助力飞满天的发展。在本次研讨会上，和君咨询酒类事业部主任李振江首次在行业发布飞满天酒业的品牌营销战略并着重强调，品牌酱酒的发展根基在于品质，多彩习酒·飞满天的承诺是：不卖新酒！并提出“瓶储时间长，老酒量更多”的核心卖点，同时发布了对于发展合作伙伴“99 满天星计划”，强调贵州飞满天酒业发展的不仅仅是代理商，更是未来共建共享的合作伙伴，强调的是理念一致。

今年，这一轮“酱酒热”的根源主要是来自贵州茅台酒的“引领性表达”，茅台作为多年的“国快速发展的茅台为酱酒品类的发展提供了强大的发展背书。可以说此次“酱香热”很大程度上是由茅台带动的。茅台酒作为白酒行业的领头羊，始终引领中国白酒的发展，为中国白酒市场树立了一个发展的标杆。在茅台酒的带动下，酱香品类白酒在白酒行业的占比也持续走高，白酒行业也进入了一个“酱酒大时代”，这给酱酒企业树立了极大

的信心，对白酒行业的发展也起到了一定的提振作用。

作为本次研讨会的主角，行业协会及行业媒体代表从不同的角度对酱香酒市场的观察以及飞满天的发展提出建议。

抓住行业高质量发展新机遇

中国酒业协会副秘书长刘振国对中国酒业发展形势作出判断，他认为，中国白酒产业的品牌集中度进一步加强，无论是资本、人才、经销商还是消费者都向优势品牌集中，在这个大背景下，白酒产业的增长方式从规模增长转向高质量增长。高质量增长体现在产业升级、产品升级、品质升级、营销升级四个方面，同时他认为，酱香酒风口的到来，本质是消费升级的推动，对于贵州飞满天酒业的发展，刘振国认为一定要抓住酱香酒发展的机遇，抓住习酒高速发展的机遇，从多个方面实现高质量发展。

随着居民的收入不断增加，人们的健康意识越来越强，理性健康的消费方式逐渐趋向主流化。在白酒的消费上，更加注重追求酒的品质，“健康饮酒，饮健康酒”也成为人们的普遍追求。酱香型白酒因其特殊的酿造工艺，“易挥发物质少，对人体刺激小，酸度高，富含有益健康的有效成分，酚类化合物多”等特点，使得酱香型白酒独频频出现在人们的餐桌上成为“酒中新贵”。

作为行业的观察者，酒业行业媒体站在不同的视角，从产品、文化、渠道、消费者等多个角度对贵州飞满天的发展献计献策，同时根据自身的资源助力飞满天的快速发展。相信在行业领导以及行业媒体的助力下，贵州飞满天酒业一定能聚力发展，宏图大展！

保乐力加双桶创酿工艺开启新纪元



■ 刘建建

近日，“创酿”始于传承——保乐力加澳大利亚葡萄酒主题品鉴会在上海举办，奉上旗下葡萄酒品牌杰卡斯和圣雨果的四款来自南澳洲的臻酿配以佳肴。杰卡斯双桶创酿系列突破传统葡萄酒酿造工艺，大胆采用威士忌酒桶二次陈酿，带来全新味觉体验。圣雨果作为手工酿造的高端典藏葡萄酒，满足品质生活的奢华享受，展现对品牌精神的优良传承。保乐力加酿酒师团队首席酿酒师 Dan Swincer 更是亲临现场，与全球首位且唯一一位华人侍酒师大师吕杨一起带领现场嘉宾共同领略澳洲葡萄酒的魅力。

活动现场，来宾们品鉴了杰卡斯双桶创酿系列西拉干红葡萄酒 2017 年份及未经威士忌桶陈酿的同年份葡萄酒，通过两者的对比，让大家直观领略了突破传统的酿酒工艺所带来的独特口感。醇厚的雪松、香草豆和黄油香气，成熟的黑莓、李子与车厘子气息层次分明，柔滑优美。

这一独特的口感得益于杰卡斯双桶创酿系列在酿造工艺上突破传统方法，首先在烘烤过的传统橡木桶中熟化，再经以陈年威士忌桶完成最后工序，这给予了葡萄酒多层次的风郁口感，醇厚顺滑，别具特色。该系列与中国菜的多样性和浓郁风味相得益彰，适合家庭及朋友聚会，轻松而充满愉悦。

作为澳大利亚销量领先的国民葡萄酒品牌，杰卡斯丰富多样的产品组合深受广大葡萄酒爱好者的喜爱。据统计，平均每天有超过 160 万杯的杰卡斯葡萄酒被全球各地的人们享用。正如品牌全新的广告语“这一杯，澳意



盎然”，无论你来自哪里，当杰卡斯摆上餐桌，就是在分享澳式生活的真谛。

此次呈现的双桶创酿系列，其酿造工艺拓宽了葡萄酒酿造的边界，为广大葡萄酒爱好者奉上了全新的味觉体验，并以卓越的品质和独特的风格续写杰卡斯的传奇。

圣雨果用品牌内蕴讲述奢华

每个年份的圣雨果葡萄酒都至少斩获一个国际金奖，是极具代表性的澳大利亚高端葡萄酒品牌。活动中，来自该品牌的三款臻酿获得了来宾的一众赞誉。正如 Dan 所说：“圣雨果酒庄 80% 的葡萄酒都以手工酿造为主，每一个酿造过程都凝聚了酿酒师团队的心血，只为呈现出最极致的葡萄酒体验。”

第一款圣雨果库纳华拉赤霞珠干红葡萄酒 2014 年份由库纳华拉产区的顶级赤霞珠酿造而成，集力量优雅于一身。自 1980 年份迄今，每年备受金奖肯定，已然成为澳洲顶级赤霞珠的代表。近日，该酒款的 2016 年份更是在品醇客亚洲葡萄酒大赛 (Decanter DAWA) 获得 97 分最优铂金大奖。

接着是圣雨果臻域巴罗萨设拉子干红葡萄酒 2010 年份，该酒款结构完美，优雅均衡，具有黑色浆果口味，单宁细致，辅以香草、雪松和樱桃的香味。巴罗萨葡萄酒产区的风土变迁可追溯 2 亿年，还保存着上百年的老藤西拉葡萄树，把历史沉淀和风韵凝聚在品尝者舌尖。从“古老”与“纯净”的风土中甄选葡萄是臻域系列的底蘊所在，亦是圣雨果始终恪守的酿制优质葡萄酒的准则。

最后，品牌奉上了不可多得的库纳华拉

赤霞珠干红葡萄酒 2005 年份，将现场气氛推向了高潮。该款酒把圣雨果葡萄酒的陈年潜力勾勒的淋漓尽致，亦突显了圣雨果葡萄酒的收藏价值。

圣雨果葡萄酒不仅是搭配精致奢享生活的不二之选，圣雨果酒庄更是被澳大利亚著名葡萄酒评论家詹姆斯·哈利德 (James Halliday) 的“澳大利亚葡萄酒指南”评定为五星酒庄，使得葡萄酒爱好者们纷纷慕名前往，探寻其纯净的风土和悠久丰厚的历史底蕴，这也是南澳大利亚必不可少的私享体验。

首席酿酒师 对话中国首位侍酒师大师

杰卡斯及圣雨果皆来自于澳大利亚葡萄酒的“心脏”——南澳大利亚，享有新世界酒不拘一格的特质。品鉴会通过 Dan Swincer 和吕杨之间深入浅出的对话，呈现了杰卡斯双桶创酿背后的技术革新，以及圣雨果于历史沉淀中始终坚持着的精益求精。

Dan 是澳大利亚新生代领军酿酒师，他出类拔萃的酿酒才华在业内有目共睹，早在 2006 年就荣获权威机构澳大利亚葡萄酒协会 (The Wine Society) 颁发的“年度青年酿酒师”奖项。而作为杰卡斯及圣雨果的首席酿酒师，Dan 无疑是对于这两个品牌内蕴乃至酒本身的精髓了解最透彻的人。Dan 表示：“非常高兴能为中国消费者带来杰卡斯双桶创酿及圣雨果葡萄酒，让大家感受品牌对于葡萄酒酿造传承与创新的执着与追求。”

作为国内业界先锋人物，中国首位侍酒

师大师吕杨与来宾们分享了他对于南澳大利亚葡萄酒的看法：“南澳是新世界产区的佼佼者，风土纯净氛围轻松，有特色且蕴含着无限潜力。”吕杨还说道：“虽然伴随着新世界轻松愉悦的氛围，杰卡斯和圣雨果无论是在品质把控还是酿酒工艺上，一直以来都一丝不苟。杰卡斯双桶创酿系列的创新与突破，不仅惊艳了味蕾，更赋予了葡萄酒更多的可能性；圣雨果葡萄酒始终恪守匠心精铸，每款酒都说了品牌的魅力，且都具有窖藏实力。”

在中国，保乐力加是进口酒类国际集团中无可争议的第一。早在二十多年前，一些主要品牌如芝华士、马爹利、皇家礼炮就已进入中国市场，并逐步成长为中国进口烈酒市场的领导品牌。近几年对联合多美和 Vin & Spirit 的成功收购，进一步巩固了保乐力加在中国的领导地位。随着 2005 年百龄坛、玛姆、巴黎之花、必富达、甘露和马利宝，2008 年绝对伏特加以及 2016 年猴王 47 黑森林等品牌的加入，公司强大的产品组合得到不断丰富。

目前，保乐力加在中国拥有一家独资贸易公司——保乐力加（中国）贸易有限公司，总部位于上海，分销网络覆盖全国，并在北京、广州、厦门、武汉等地设有分公司。

保乐力加中国的发展秉承了集团的“创享欢聚”这一企业价值观。2017 年，“创享欢聚”项目荣膺由全球权威公关行业资讯机构霍尔姆斯报告颁发的亚太区“最佳品牌数字平台”大奖。

集团业务和旗下核心品牌在中国市场迅猛发展的同时，保乐力加也积极着眼于中国社会的可持续发展。通过一系列倡导“酒后不驾车”以及“未成年人及孕妇勿饮酒”的公益项目，保乐力加中国在鼓励公众培养“理性饮酒”的态度、推动社会和谐方面取得了显著成效。与此同时，公司及旗下品牌通过举办或参与各种形式的活动在推动中外文化交流工作方面也做出了积极的贡献。

保乐力加为推动中国社会可持续发展所作的努力得到了社会各方以及业界的认可，并因此屡获殊荣。在“2018 中国企业社会责任榜”颁奖典礼，保乐力加中国荣获“2018 第一财经·中国企业社会责任榜”优秀实践奖。此外，保乐力加中国还荣获了“澎湃·2018 年度责任践行榜”颁布的“年度责任践行企业奖”。