

## 智利葡萄酒在中国 打出“高端组合拳”

■ 李燕萍

继澳洲酒因反倾销反补贴措施在中国市场遭遇“滑铁卢”，众多产酒国都加大了对中国市场的投入，意欲瓜分澳洲酒原有的份额。法国、智利、西班牙、意大利、南非、阿根廷以及中国各产区的协会和酒庄，都在积极通过参展、路演或举办各种规格的品鉴会争夺市场份额。

在这些产酒国中，表现最为亮眼的当属智利。从今年前三季度的进口数据看，智利葡萄酒对中国出口量达到了96,258千升，超过法国和澳大利亚，一跃成为中国最大的进口葡萄酒来源国（按进口量算）。

### 智利进口量跃居第一

近日，由智利贸易促进局主办的“见新·见智”智利葡萄酒92+品鉴会和大师班分别在深圳和上海举办。45家智利精品酒庄展出了在国际市场获得92分以上的明星酒款，供1000多名国内专业人士、爱好者和媒体品鉴，并邀请葡萄酒界备受追捧的两位葡萄酒大师赵凤仪、朱利安和侍酒师大师吕杨共同主讲大师班。

智利葡萄酒顶尖品牌魔爵红(Don Melcor)在深圳鹏瑞莱佛士酒店举办了一场高规格的垂直年份大师班。据魔爵红品牌方透露，这场活动从全国各地请来了重要的经销商参加，立志要在国内占领澳洲奔富的市场份额，并在华南市场大展雄图。

这只是近期智利葡萄酒在中国举办的多场活动的一个缩影。今年以来，在智利政府的支持下，智利贸易促进局(ProChile)组织智利酿酒商和进口商参展ProWine China、春季糖酒会等多个重要的国内酒展，并出品了“饮游智利”脱口秀节目，还举办了智利葡萄酒路演和“智利周”活动。种种迹象表明，智利葡萄酒加紧了开拓中国市场的脚步。

从今年前三季度的进口数据看，智利葡萄酒对中国出口量达到96,258千升，超过法国和澳大利亚，一跃成为中国最大的进口葡萄酒来源国（按进口量算）。法国酒排进口额第一，进口量第二，西班牙、意大利、阿根廷、南非的进口量和进口额均比去年同期有较大增幅。

智利酒在中国市场取得亮眼成绩，重要的一点是，智利葡萄酒对中国出口享受免关税，这意味着在澳洲酒退潮之后，智利酒在众多产酒国中拥有无与伦比的价格优势。眼下，越来越多的智利酿酒商出口酒到中国（至今约有250家）。

### 从“智利臭”到“智利美”

专业人士认为，智利和智利的葡萄酒有几个了不起的地方：在干燥的沙漠上种葡萄；绵延4000多公里湛蓝的海岸线；特别新鲜、高质量、甜美的海鲜和水果；冰冷湛蓝的海水；浓厚、又白又冷的雾气；葡萄不需要嫁接砧木（因未受到根瘤蚜的侵害，这在全世界除南澳以外可以说是绝无仅有）。但是，20多年前，赵凤仪在英国组织盲品葡萄酒时，当时大部分人都看不起智利葡萄酒，因为他们觉得智利葡萄酒都是智利臭，生青味、大批量、没有特色。她认为，智利葡萄酒在中国最大的问题之一，是很多人对它的印象还停留在便宜、产量大上。但很多国家现在对智利葡萄酒的看法完全变了。现在，智利葡萄酒走的方向是对的，酿造商们更了解自己不同产区的特色，酿造工艺，不同品种的表达与特色，并且智利也越来越国际化。

20世纪80年代，智利就像当时的中国，几乎没有人出国，到了90年代，才有更多一点国际的影响。在最近20年，随着智利出国人数的增多，他们更了解国外的文化和酿造工艺，也把这些引进了国内。

最近五六年，智利的酿酒工艺取得了巨大进步。大约在2013年，赵凤仪第一次到智利当葡萄酒评委时，品了许多智利的酒后说：“你们酿的酒没有给我留下任何带有智利特点的印象！”

如今智利的酒，情况完全变了，有了自己的性格，也能表达智利这个国家的葡萄酒特色：果实的健康度、阳光的纯净度、有机栽培特色、老藤特色等等，而且智利葡萄酒也在往更自然、酒精度更低、更新鲜、更清爽、更优雅的趋势发展。

### 中国市场的高端化策略

“智利对中国出口的葡萄酒中，有28%是高端葡萄酒，这是一个了不起的成就！”智利葡萄酒协会亚太区总监Nicolai Samsing自豪地告诉笔者。虽然目前出口中国的葡萄酒均价较低，但智利葡萄酒在中国的销量、价值和平均价格方面一直在“进化”。

谈及在中国的市场策略，Samsing表示，智利葡萄酒协会目标是在中国主推智利的高端酒，提升智利葡萄酒在中国的品牌认知度和高端酒的市场占比。为此，智利葡萄酒协会坚持强调对中国出口品牌的工艺和质量，带领旗下酒商主推精品。

智利葡萄酒92+品鉴会和大师班，是在中国一线城市建立智利葡萄酒高端形象的重要举措。Samsing认为，中国一线城市的消费者在某种程度上更加成熟，愿意尝试新型葡萄酒，也为葡萄酒消费不太成熟的二三线城市提供引领和启发作用。

# 酒业科技创新是产业永恒的动能



■ 卞川泽

进入酒类生产销售旺季的第四季度，依然有多家酒企相继宣布技改启动计划。仅11月份，茅台集团茅台科技大楼和青啤集团科技研发中心(国家重点实验室新基地)就南北遥相呼应地举行了开工典礼。

中国酒业协会发布的《中国酒业“十四五”发展指导意见(征求意见稿)》指出，预计到2025年，中国酒类产业将实现酿酒总产量7010万千升，比“十三五”末增长20.7%，年均递增3.8%。

要实现这一战略目标，扩大产能、技术创新、转型升级成为重要的战术手段。在不少大型酒企的“十四五”规划中，技改扩能、数字化转型成为其发展战略的重要组成部分。

### 技术创新和转型升级成酒业常态

中国酒行业在技术创新和转型升级方面一直没有停止脚步，尤其是头部企业和名酒产区政府。

记者浏览头部酒企的“十四五”规划发现，多家酒企都提到了扩产扩能、技术创新和转型升级等。

茅台提出，面对加速扩张的市场需求，扩产能成为首要任务。去年10月，茅台酒股份公司技改扩建项目全面完工并投入生产。新生产房投产后，基酒年产能将达5.6万吨。

茅台集团所在的仁怀市提供了更有力度的配套扶持政策，《仁怀市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要(草案)》提到，全力推动服务茅台集团

“十四五”发展综合交通规划项目建设，服务茅台集团物流运输和生产经营，推进茅台201厂3万吨酱香系列酒技改工程及配套设施、习酒1.9万吨技改、国台酒庄1万吨优质酱香型白酒技改、鸭溪酒业年产5万吨白酒技改等。

五粮液在“十四五”规划中提到，包括30万吨陶坛陈酿酒库一期工程、勾储酒库技改工程等在内的总投资计划131亿元的技改项目启动。

洋河集团在“十四五”规划中则提出，在“强内功、夯基础”中提质增效，在“新变革、大转型”中提档升级，从调整期跨越到增长期的曲线上来，实现新旧动能转换。

业内人士指出，多年来，我国中低端白酒产能过剩，高端优质基酒却始终处于产能不足的状态，基于这样的背景，产品和结构升级成为当下行业刚需，而实现产业升级也势必会成为企业进行技改的动力。

受企业规模、实力等限制，本轮投入重大技改和产品升级的企业主要集中在头部品牌，其项目内容涵盖了优质高端酒的智能化技术改造，以及从原料、酿造、包装到物流配送的全生产链数字化、智能化。这也是头部企业为适应5G和数字时代背景下的必选题。

从生产、销售等领域看，每一个带码的酒瓶、瓶子都成了连接生产者与消费者、经销商的端口。数以亿计的数据，经过“超级计算”，可推断消费习惯和消费趋势。

利用大数据深度联动消费者，以一物一码标签体系和大数据分析获取会员精准画

像，将不同产品在一定程度上满足不同市场、不同渠道、不同消费人群的个性化需求。数字化转型已经为包括茅台、五粮液、泸州老窖等头部酒企实现从种植、生产、营销到管理等环节的转型。

经济学家龙永图认为，中国的制造业正在经历深刻的改变，传统制造业正在和新的技术，特别是智能化技术紧密结合在一起，改造了中国的传统制造业，这是一个历史的潮流。

“未来白酒产业的智能制造，一定会呈现层级化递进的特征。也就是说，从我们现在只关注单元级的设备的改造和创新，到发展产线和车间层面，再扩展到厂级，未来可能向整个产业集群，甚至全产业链的方向去发展。”华工科技智能酿造首席专家李佑莉说。

### 技改是企业持续发展的保障

数据显示，白酒产业规模以上企业在“十三五”末比“十二五”末减少了40%以上，2020年的利润却增加了50%。

2020年，茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、汾酒、古井贡六家白酒龙头企业的销售收入之和接近整个白酒产业的40%，利润之和超白酒产业的50%。从白酒行业格局来看，以头部企业为代表的品质引领日趋明显，利润主要集中在产业前4%的龙头企业。

数据显示，这些销售和利润增长明显的头部企业，在技术改造、转型升级方面的投入和营业收入是成正比的。这也充分说明了科技研发是驱动企业创新最为强劲的“硬核力量”。

以白酒为例，消费需求增速放缓的趋势在2012年开始显现，规模以上白酒企业的产量增速在2010年时高达26%，2014年降至2.52%，2016年开始出现负增长并持续至今。但在2020年，数字经济在酒类产业中快速实施，从产品端到渠道端，再到消费端，数字化已经开始纵贯并赋能酒类全产业链，为白酒产业高质量发展带来驱动力，加速产业结构调整。

未来，白酒产业的发展必然会以满足高端化、多元化、特色化消费升级需求为导向，加快向高附加值产品转型升级，产业发展模式从规模主导型向利润主导型转变。

技术改造对于产品本身具体表现在哪里？五粮液集团党委书记、董事长李曙光曾举例说，浓香型白酒的名酒率一般在20%左右，因此具有稀缺性。如果名酒率能提高1个百分点，可以增加五粮液每年1000吨的优质酒供给，增加20多亿元的收入；如果增加10个百分点，可以增加两三百亿元的销售收入。但做到这一点很不容易，要通过创新来提高成品率。

而茅台的领先，很大程度上也来自科技的领先。11月19日，茅台集团党委书记、董事长丁雄军带队到访江南大学，并指出，“酿造微生物是茅台最重要的生态密码”，希望与江南大学在拓展科研课题、建设科研平台等方面深入合作，为茅台高质量发展提供强大的智力和技术支撑。

在啤酒行业，酵母是啤酒的灵魂，对啤酒口味产生着至关重要的影响。青岛啤酒在国内率先开展拉格酵母全基因组测序，绘制了精细的基因组分子遗传图谱，直接在生产啤酒时为啤酒风味指标做参考，实现了对啤酒风味的深度解析和把控。

在消费升级的大趋势下，“提高品质”是把握新机遇的坚实根基和必要引擎。4月27日，中国酒业协会第六届理事会第二次(扩大)会议上，中酒协还颁发了多个科技奖项，表彰了“中国酒业科技进步奖”23人，“十三五”中国酒业科技进步特别奖”43个，2020年度“中国酒业协会科学技术奖”获奖项目19项。

在这些获奖名单中，头部企业的名称和技术带头人赫然在目。中国酒业协会理事长宋书玉提出，必须清楚地认识到产业永恒的动能所在，行稳致远的核心所在。从品质、消费、服务上突破，而要实现这些突破离不开酒业科技力量的升级与支撑。

酒业要高质量发展，关键还是转方式、调结构，推动产业结构加快由中低端向中高端迈进。通过技术改造和数字化升级，企业可以在安全、质量和效益方面都得以进一步提升，实现可持续发展。

# 辽酒高质量发展需要人才战略支撑

■ 金峰

“辽宁酒企要发展，人才是关键。每轮次的设计大赛、技能大赛，包括评委年会等，就是要把老中青、中高低各层别的优秀人才选拔出来。”

近日在大连举办的辽宁省酒类感官质量品鉴活动上，著名白酒专家、第五届全国评酒会“六人专家组”成员王贵玉的这番话掷地有声。感官质量品鉴不仅是辽酒操作技术的风向标，还是辽酒技能人才培训、培养、选拔的重要活动之一。

随着消费升级和生活水平提高，人们对品质好酒的期望更体现在健康、口感等层面，因此，下大力气培养过硬、技术精湛的技术人才，是辽宁省酿酒协会的目标和方向。

在行业竞争日趋激烈的背景下，人才无疑是促进辽酒竞争与发展的关键因素之一。激发辽酒创新活力，提升辽酒品牌形象，背后需要人才体系的战略支撑。

### 构建高质量人才队伍

酒类感官质量品鉴活动在辽宁省酒行业已经传承多年，也是每年为全省酿造技术人员举办的固定活动。

一直以来，人才培养在辽酒的发展过程中占据着重要位置。王贵玉曾坦言，中国酒业迎来了高质量发展时代，高品质产品需要高水平技术支撑，打造一支顶级技术人员队伍，是辽酒高品质发展的保障。

酒业技能人才要释放技能报国的“正能量”，离不开品鉴、竞赛等平台的搭建。近年来，从酒业发展来看，无论是中国名酒还是区域名酒，都在通过一系列培训、竞赛等活动积极为酒业人才“出圈”提供机会，同时也在通过吸纳人才，构建高质量人才团队。

全国人大代表、辽宁省工商联副主席、辽宁省酿酒协会会长吴京耕在辽宁省酒类感官质量品鉴活动上表示，发展实业是民生社稷的根本，再铸辽酒辉煌是辽酒人的梦想和追求。

企业想要做强做大，离不开质量过硬的产品，更离不开优秀的技术人才，因此，为了培养和提高辽酒专业技术人员技能水平，促进辽酒技术创新与交流，秉承匠人匠心酿造固态好



酒态度，协会每年都举办一次感官质量品鉴活动。

盘锦市盘山酒业的谭军辉就是在包括感官质量品鉴等活动中脱颖而出的国家评委。当年，经过省内各品类品鉴活动的历练，仅25岁的谭军辉就成为辽宁省省级白酒评委。

“始终坚守生产一线的谭军辉所取得的成绩和荣誉，既是个人努力的结果，也离不开协会一以贯之的培训、培养和指导。”吴京耕表示。

如今，谭军辉已经是能酿酒、懂品酒、会调酒，并擅长化验分析的白酒全能型人才。

### 赛事赛出匠心匠人

相关数据显示，未来两年内，我国高端白酒市场规模将超过2000亿元，市场份额将达到40%以上，而名酒中低端市场占有率为下降。

但是，辽宁省白酒市场多为中低端产品，是白酒需求的刚性市场。地方区域性白酒产品在当地具有较高的知名度和消费者忠诚度，因此，在辽宁白酒人看来，企业在研发高端产品的同时，还要不断提高中低端产品的内在品质。

“所以说，辽酒企业要发展，人才是关键。每轮次的设计大赛、技能大赛，包括评委年会等，就是要把老中青、中高低各层别的优秀人才选拔出来。”王贵玉表示。

王贵玉认为，辽酒行业最需要的是有工匠精神的人，需要对自己所生产的产品精

雕细琢、精益求精的人，白酒产品不能忽略其品质灵魂。匠人多了，匠心汇聚在一起才能保证辽酒长盛不衰。

国家评委、国家品酒师、三沟酒业调酒师、三沟酿酒工艺第十代传人王志海就是通过技能大赛、培训学习等活动选拔出来“有工匠精神”的人。2006年，王志海被聘为国家白酒评委。其研发的龙虎霸王和百年窖酒，分获辽宁省食品科技进步奖和辽宁省优秀新产品奖。

“辽宁正是‘以考代训、以赛促训’等形式，让辽酒人不但在竞争激烈的竞赛中有获得感、成就感，技艺得到行业认可，还能对酒企技能成果进行检阅，为行业选拔优秀人才。”辽宁省酿酒协会秘书长刘立新认为，评委年会、酒体设计大赛、技能大赛等，在推动辽酒高技能人才建设中起着重要作用。

“老带新”“传帮带”是辽酒的优秀传统，这既是年轻辽酒人成长的摇篮，也是辽酒人才辈出的一个渠道。

栾作禄是第五届全国评酒会评委，也是辽宁省酿酒工业协会专家技术委员会副主任委员。他认为，白酒是辽宁传统的发酵产业，酿酒技艺通过师傅带徒弟的口传心授代代相传，看似落后的形式，却让技艺中的“德”与“匠”文化得以传承。

沈阳清王酒业生产厂厂长丁勇是栾作禄的徒弟。采访中，丁勇告诉记者，他时刻被师傅身上所体现出的老一辈辽酒人务实勤干、精益求精、耐心细致、毫无保留的辽酒文化感染

着，老一辈辽酒人“活到老、学到老”的态度，以及带着责任“追、赶、拼、超”的精神，始终激励着新一代辽酒人。

### 以负责的态度超前培训

相关数据显示，今年国内老酒市场规模将近千亿元。

“老酒市场的快速发展，带来的专业人才的缺乏。目前来看，只有在老酒人才队伍上的培训、培养下功夫，才能追得上老酒产业发展的步伐。”王贵玉表示。

有舆论认为，中国老酒市场规模不断壮大，价格不断攀升，消费人群持续增加，使得老酒的市场空间十分广阔。行业协会有责任引导、培养、选拔一批懂文化、懂名酒、懂品鉴、懂价值的老酒专业化复合型人才，让这些优秀的老酒人才把专业性知识转化为通俗语言，走进消费，走进社会，引导消费者认知老酒，欣赏老酒，消费老酒，让陈年白酒溯本正源，促进酒类产业高质量发展。

“辽宁酿酒协会正在筹划与中国酒业协会一起，共同在沈阳举办首届‘辽宁酿酒协会·陈年白酒鉴定师培训班’，培训以‘引领东北老酒市场，培育老酒爱好者’为宗旨，致力于培养一批老酒专业化复合型人才。”刘立新表示。这对于辽酒以及东北酒业，甚至是北方老酒市场来说，都有举足轻重的意义，有利于东北老酒市场的规范化发展。

对于培养辽酒人才，刘立新有着自己的看法：“我始终认为，对于辽酒人才的培养必须动态来看，要看得出五年后甚至十年后，辽酒市场、东北酒市场，甚至是全国酒市场需要什么样的人才。”

在新冠疫情的冲击下，数字化转型从一个热词变成了酒业的一件大事。由于酒企缺乏数字化方面的技能培训，这让市场一线在执行中总会遇到一些挑战，为应对这一挑战，相关调查数据显示，超过70%的酒企计划在未来两年增加对技术和数字化工具的投资。

“数字化人才的培训、选拔，也在我们的思考和规划中，下一步协会在人才引导以及培训上要多和酒企沟通，或者是与酒企相互合作，以市场为导向，酒企需要什么样的人才，协会就往那个方向使劲。”刘立新表示。