

权威机构发布研究结果 喝葡萄酒可降低 新冠感染风险？

近日,疫情防控措施优化调整,烟火气的回归让人感觉亲切又温暖。关于“如何做好个人防护”、“如何提高抵抗力”等话题被人们热议。日前,一项来自英国生物银行的研究发现,饮用葡萄酒的习惯或可降低新冠肺炎病毒感染风险。

英国生物银行项目共有 **50** 万余成年志愿者入选,通过采集问卷数据,体格测量数据以及生物样本,目前已在包括《新英格兰》、《柳叶刀》在内的顶级杂志发表多篇论文。这项研究包括 **473,957** 名受试者。研究人员为受试者提供每周的饮酒量方针,分为四种不同类别,包括少于 **14** 单位的饮酒量;超过 **14** 单位的饮酒量;少于 **28** 单位的饮酒量;以及大于 **28** 单位的饮酒量。

研究结果表明,与不喝酒的人相比,每周饮用超过 **280ml** 的红酒(**1-2** 杯),感染风险可降低 **10%-17%**,饮用白葡萄酒和香槟感染风险可降低 **7-8%**。为进一步探讨二者的关系,2021年,陆军军医大学西南医院和深圳康宁医院基于英国“生物银行”大型数据库开展了一项前瞻性队列研究,对饮酒的类型、剂量、频率等与新冠感染率之间的关系进行详细分析,文章发表在期刊"Frontiers in Nutrition"上。

文章进一步分析显示,饮酒较从不饮酒能降低 **9%** 的感染风险;每周饮酒超过 **3** 次者较从不饮酒者感染风险低 **10%**;特别有意思的是,每周饮超过 **5** 杯葡萄酒保护效果最佳,能降低 **17%** 的感染风险;每周喝超过 **5** 杯啤酒反而提高了 **28%** 的感染风险。总的来说,喝酒在一定程度上降低新冠感染的风险,其中红酒效果最佳。

此外,据《参考消息》援引俄罗斯《消息报》网站报道称,葡萄酒、花生、开心果和深色果皮的浆果或有助于抵抗新冠肺炎。研究指出:葡萄酒含有丰富的抗氧化剂白藜芦醇,对肺组织和消化系统中一种名为 **ACE2** 的酶可以产生一定的影响,从而有助于抵抗病毒。科学家发现,病毒可以通过 **ACE2** 渗透进细胞。**ACE2** 这种蛋白质对机体的生命活动来说必不可少,它存在于肺组织、心脏、肾脏和大脑中。根据中国北京同仁医院内分秘科专家的结论,新冠病毒可破坏各种器官中 **ACE2** 的活动。

科学家还通过小白鼠对 **ACE2** 这种蛋白质对机体进行了进一步研究,发现大量 **ACE2** 能降低随新冠肺炎并发的急性呼吸窘迫综合征的不适感,而白藜芦醇可以促进 **ACE2** 的数量增加来降低这种不适感。值得一提的是,多项研究表明,葡萄酒蕴藏了多种氨基酸、矿物质和维生素等人体必需的营养物质, 还含有较多的微量元素硒、锌、锰等,有助于抗衰老和预防各类疾病。

看来葡萄酒真是杯宝藏饮料啊! 不过美酒虽好,大家切莫贪杯哦,适度饮酒才是健康的做法。

(据中国酒业新闻网)

关注环保事业
皇家礼炮在中国
推出 21 年玻璃瓶新装

日前,上海——苏格兰调和威士忌品牌皇家礼炮正式宣布,旗下标志性产品皇家礼炮 **21** 年(**70CL**)玻璃瓶新装在中国正式发布。全新的镀膜玻璃瓶樽将逐步取代此前标志性的陶瓷酒瓶,致力于减少对环境的负面影响并积极贯彻落实保乐力加集团的可持续发展目标。

为减少生产过程中的碳足迹,皇家礼炮几经探索以寻找适合的酒瓶替代材质,力求在复刻原有经典设计的同时延续瓶中珍酿的高品质。全新的皇家礼炮 **21** 年瓶身与瓶底略窄于旧款陶瓷瓶,瓶底原有的白色陶瓷质地也被革新为与瓶身颜色一致的玻璃材质。玻璃瓶樽也更清晰地刻画了瓶身处的压花细节,以更精美的外观延续王者锋芒。

相较于陶瓷,镀膜玻璃瓶樽采用了能源密度更低的生产工艺,玻璃材质也更容易被循环再利用。得益于此,皇家礼炮在产品包装过程中将减少超过 **70%** 的碳足迹。在革新酒瓶材质的同时,皇家礼炮致力于延续瓶中高年份酿成的优质风味。品牌对新材质进行了一系列严谨的安全性测试,以确保高品质酒液在装瓶、运输和销售等环节的长期稳定。

自 **1953** 年面世以来,皇家礼炮 **21** 年便以标志性的陶瓷瓶樽设计深入人心,获得了广大消费者的喜爱。为此,皇家礼炮在革新酒瓶材质的同时精益求精,力求复刻陶瓷酒瓶的经典形象,继续以高品质酒液和传承风味与威士忌爱好者们共享不凡体验。

“我们始终关注并投身于环保事业,致力于降低产品生产过程中对环境的负面影响,并积极着眼于节约自然资源和减缓气候变化等议题。”皇家礼炮全球市场总监马修·德斯兰德斯表示:“此次推出皇家礼炮 **21** 年玻璃瓶樽是彰显我们可持续发展承诺的又一重要举措,进一步助力集团在 **2025** 年实现所有包装材料可回收、可降解、可循环使用的宏大目标。”

皇家礼炮 **21** 年系列,包括经典调和威士忌和麦芽混合威士忌(**70CL**),即日起将以全新镀膜玻璃瓶樽焕新上市。此后,皇家礼炮 **21** 年(**50CL**)、**30** 年王国之钥以及 **38** 年命运之石镀膜玻璃酒樽也将逐步登陆中国市场与消费者见面。

(新文)

长江第一城——“中国白酒之都” 宜宾打造大国浓香产区

■ 张瑜宸

目前,宜宾产区的第二张名片已“亮相”并释放出“名酒+产区”的积极效应,相信未来,在政府搭台、企业参与的“梦幻”联动下,宜宾,一定会成为让消费者爱上中国造的世界知名烈酒产区。

在东经 **103°36'~105°20'** , 北纬 **27°50'~29°16'** 之间,是宜宾市所在的地理位置,摇曳的竹海,奔流的江水,氤氲的空气,孕育出了源远流长的酿酒文化。所以,这里不仅是长江首城、中华竹都,还是中国酒都。

日前,一场以“品宜宾酒,聚天下客”为主题的“宜宾酒”新品发布会顺利召开,将浓香白酒与宜宾产区再度带入公众视野。这背后不仅释放出了“产品+产区”的竞争力和附加值,也进一步突出了宜宾作为大国浓香集大成者的不可替代性。

大自然的选

要知道,不是所有的浓香型白酒都能被称作大国浓香,也不是所有盛产白酒的地方都可以叫中国酒都。一直以来,为宜宾打上这些美誉标签的,是大自然。

从地图区位上看,宜宾地处川、滇、黔三省结合地带,“三江九河”穿流而过,森林覆盖率高。据宜宾市经济和信息化局党委委员、副局长李强介绍,宜宾拥有独有的生态滋养,不仅雨量充沛,年降水量在 **1050** 毫米~**1618** 毫米;气候也温和,年平均气温大约在 **18.5℃** ;同时,湿度还大,年平均湿度达到 **74%** ;此外,宜宾土壤保水性较强,含有对酒分子结构有益的微量元素“镍”和“钻”。

可以说,正是这种独特的气候、土壤、水源“三位一体”的自然条件,造就了宜宾特别适合白酒酿造微生物菌群生长,为高品质白酒酿造提供了得天独厚、不可复制的生态环境。也因此,宜宾先后被中国轻工业联合会和中国酿酒工业协会联合授予“中国白酒之都”,被联合国教科文组织及粮农组织认定为“在地球同纬度上最适合酿造优质纯正蒸馏白酒的地区”。

显然,自然界的馈赠为宜宾酿造大国浓香印上了不可复制性与地域唯一性,并且在这个过程中,孕育了宜宾悠久的酿酒文化,滋养了其独到的酿造技艺。

据悉,目前宜宾有五粮液老作坊、红楼梦糟坊头老作坊两个被列入中国世界文化遗产

预备名录的文化遗产;有以“长发升”“利川永”等为代表的八家古传酿酒作坊构成的“明清古窖池群落”;还有迄今为止窖池结构保存最完整、微生态环境保持最连续、不间断使用时间最长的“活窖”。其中,距今 **650** 余年的明代古窖于全国白酒行业都是极其珍贵的资源,是中国最古老的窖池,在 **2005** 年,五粮液



的灵气,以及五谷精华共同蓄起宜宾白酒产业的集群发展,并在逐步成长壮大,向规模化、名牌化、高质量化全面发展的赋能下,催生出了一张世界名酒品牌以及一批名酒背后的巨人。因此有了“川酒甲天下,精华在宜宾”之说。

尽管口口相传,但宜宾仍是一座被低估了的酒都。

一是因为龙头企业与产区的结合相对脱节,导致产区知名度反而在业内更响,在消费者中尚不清晰;二是梯队化企业的发展还不完善,欠缺衔接性的企业,也欠缺能够代表产区的具备全国性影响力的其他品牌。

“宜宾是全国第一个跨入千亿俱乐部的白酒产区,是大国浓香的引领者,也是全国第一个酒都。宜宾白酒产能,销售收入在全国首屈一指。但五粮液的知名度大于宜宾的知名度,主要是产品品牌和产区品牌分离。茅台产自茅台镇,泸州老窖的商标就是‘泸州’,都易于传播。”中国白酒学院常务副院长杨柳在接受记者采访时表示,尽管如此,但包括泸州在内的中国浓香型白酒产区现在基本都在生产多粮浓香。

“以前成都产区是以生产单粮浓香型白酒为主,现在全部改为多粮,这就说明多粮浓香是市场的引领者。”杨柳表示,多粮浓香早已成为广大消费者广泛推崇的品质,并引领着中国白酒向高品质发展。

据宜宾市经济和信息化局发布的 **2021** 年度白酒产业年鉴显示,去年宜宾市白酒产量突破 **70** 万千升,营业收入突破 **1600** 亿元、利润总额突破 **360** 亿元,同比分别增长

所以,千百年来,优越的酿酒环境,独具匠心的生产工艺再加上集长江、岷江、金沙江

被低估的酒都

清理渠道库存 激活终端动销
白酒市场利好 酒企冲刺春节

■ 王紫兆

进入 **12** 月,白酒行业迎来春节旺季备货期以及 **2023** 年增长预期,产业链中的各环节都在“勤于动销”,各大酒企备战冲刺。

近日,多地省市对有关疫情防控政策措施进行优化调整,股票估值和渠道信心进一步得到提振,为即将到来的春节旺季增加了更多可能性。公开数据显示,白酒板块近一周涨幅达到 **6.94%** ,近一个月涨幅达到 **19.30%** ,表现优于大盘;多家券商也在近日发布的 **2023** 年主题策略中表示看好白酒市场回暖。

值得关注的是,根据最近的市场反馈,部分经销商表示由于库存积压、消费受限等因素,“业精于勤”的困难还是比较多。库存消化与旺季备货逐渐展开的正面交锋,能否迎来消费复苏等多方催化的转机将强劲攻势转化为良性互动,共同点燃 **2023** 年开门红烟花?各券商在研报中呈现出不同的观点。

供需缺口或仍将拉大

从供给方面来看,近两年,企业积极布局社区团购、团餐、特通等新渠道,缩短环节,减少加价;同时,头部企业持续优化粗放式的费用投入,直接做消费者教育,如茅台上线“i茅台”电商平台、五粮液举办和美文化节等,持续拉近与消费者之间的距离,渠道扁平化加速发展。

基于此,招商证券发布的调研报告中表示,企业的真实经营情况可能比传统经销商反馈要更好;多重外部压力下,渠道扁平化进一步挤压了传统经销商的生存空间,渠道反馈往往比实际情况更加悲观。

同时,消费的不确定性使得白酒销售整体传导不通畅,行业目前渠道库存处于偏高水平,经销商、终端进货积极性均不高,招商证券进一步指出,目前库存水平好于 **2018** 年下半年,与 **2013** 年完全不可比,虽然该轮内生结构调整没有上一轮剧烈,整体也处于可控状态,但需求扰动和外因更加复杂,而且 **2023** 年春节在 **1** 月 **22** 日,打款节点提前给经销商带来较大压力。

对此,华创证券也表达了相同的观点。同样关注到消费情况及春节回款预期,华创

证券表示,当前终端往渠道回款的情况不算乐观,终端与渠道、渠道与酒厂之间博弈加剧,除茅五等一线酒企外,渠道对其他品牌回款存有拖延情绪,预计 **12** 月中旬普遍开始一轮回款。

需要注意的是,当前渠道库存较高,在渠道及终端春节回款压力下或存在抛货行为,华创证券在分析中举例,河南百菜亦有较多存货亟待消化,待 **12** 月打款备货后,供给端整体存量或进一步增加;一方面供给端仍在增长,另一方面终端需求持续疲软,预计春节商务、宴席等消费场景受影响较大,供需缺口或仍将拉大。

有业内人士表示,清理渠道库存、激活终端动销已成为白酒市场在存量竞争中的关键,也是影响企业第四季度以及明年业绩的主要因素。

关注到供给端和需求端的变化,华安证券分析,短期关注渠道备货情况,从目前部分酒企的反馈情况来看,对于业绩理想目标依然有一定要求,仍需关注渠道回款情况,库存压力及价盘变化;长期需要关注政策波动下的消费修复节奏,一季度或在报表端存在部分压力。

此外,国海证券从基本面角度看,今年疫情变化确实对白酒消费场景和消费需求产生影响,部分酒企动销弱、库存高,报表端表现较优的酒企实际动销也可能偏弱。从市场预期角度看,当前市场对白酒基本面的预期主要基于疫情管控趋势,若防疫政策仍较为严格,即便上市酒企实现报表端良好增长,对市场信心的提振也有限。

近日,北京、上海、重庆、广东、山东、成都、乌鲁木齐、郑州等多地省市都对有关疫情防控政策措施进行优化调整,为消费回暖提供了更多机会。对此,国信证券表示,疫情政策改善带来消费场景的恢复是消费复苏的第一阶段,相关行业的销量、客流量、单店收入等逐渐向好改善;第二阶段是随着经济的逐渐复苏,居民消费力和消费倾向也逐渐复苏和提升,体现为价的提升、产品结构的进一步高端化、消费升级的加速,由于白酒和经济活动关联度最为紧密,白酒有望率先受益。

底部盘整静待消费复苏

考虑到白酒企业新年度目标尚未落地、春节备货的不确定性以及同期高基数,开源证券的分析并不悲观,虽然白酒短期市场情绪不佳,明年一季度部分企业或面临经营压力,但酒企应根据市场需求情况制定合理的季度以及年度目标,当前底部盘整,静待消费复苏。

在外部环境短期变化及需求平淡的背景

下,酒企也在孕育转机,主动应对。国泰君安表示,厂商之间针对合同博弈周期可能会拉长,目前企业库存同比略有提升但仍在可承受范围内,批价相对疲软,未来基本面修复取决于终端动销趋势,但行业良性运行下酒企抗风险能力已有显著提升,例如茅台分红+增持提振信心、内参控制配额等。

此外,在国泰君安看来,最近积极的地产政策对白酒修复来说也是一大利好。**11** 月以来,关于房地产的政策密集出台,从资金端、销售端、需求端等多点落地,**11** 月 **28** 日,证监会宣布调整优化涉房企业五项股权融资措施进一步提振了市场信心,白酒消费与地产基建等投资活动相关性较强,且充分受益宏观经济回暖,地产政策边际优化对白酒产生积极利好,本轮地产宽松政策叠加防控边际优化下,白酒有望迎来边际修复。

提及高端白酒的表现,国泰君安指出,高端产品渠道端与报表端韧性相对充分,全年平稳运行即将收官,预计开门红压力相对较小、动销有望保持平稳。

同时,针对不同层次白酒在第四季度以及春节旺季的表现,招商证券表示,年初是关键检验点。春节期间各酒企仍催促回款,经销商能否牺牲价格保量,需要在春节期间验证,此外,各价格带主力产品的牺牲价格也会竞争对手造成份额的侵蚀。值得一提的是,与以往在春节前掀起涨价浪潮不同,今年众多酒企更多的是推出各种渠道动销政策、消费者培育策略,控货、稳价,应对市场对企业品牌力和渠道力的双重考验。

需要关注的是,白酒升级的底层逻辑并未改变。即便是在疫情和需求的双重扰动下,在居民收入提升、疫情影响较小的区域,大众价格带仍在快速升级,如古 **8**、古 **16**,招商证券也指出,在疫情扰动相对较小且产业快速发展的地区,中档酒升级将延续。

此外,关注到地产酒的发展,中泰证券表示,从今年增速规划和达成度来看,地产酒目前全年完成度较高,明年规划清晰已开始布局开门红,进度在细分板块中超前,在基本面确定增长的背景下,相较于全国化次高端品牌来说,地域性壁垒确保区域白酒业绩持续增长,整体地产酒成长性及边际改善趋势已初步显现。