

# 中国白酒为什么很难国际化？

■ 李后强

从 2021 年 1 月 1 日起正式执行的新的《中华人民共和国进出口税则》，在第 22 章的税号为 2208.9020 的中文列目下，对应的白酒名称英文是：Chinese Baijiu，这是一个具有里程碑意义的历史性事件，从此中国白酒有了自己的国际名字。

中国白酒 (Chinese Baijiu) 与白兰地 (Brandy)、威士忌 (Whisky)、伏特加 (Vodka)、朗姆酒 (Rum) 和金酒 (Gin) 一起并称为世界六大蒸馏酒。按照 2022 年 6 月 1 日正式实施的《白酒工业术语》(GB/T15109-2021) 及《饮料酒术语和分类》(GB/T 17204-2021) 两项新修订的国家标准，“中国白酒”是以粮谷为主要原料，以大曲、小曲、麸曲、酶制剂及酵母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、勾调而成的蒸馏酒。如果含有食品添加剂或者原料以薯类为主或者配料中出现食用酒精，都不能称为白酒，而应该归入“配制酒”类，称为“调香白酒”，与白酒明显区分开来。也就是说，生产日期为 2022 年 6 月 1 日以后的，标签标注是“白酒”的酒水，一定是 100% 纯粮食酒。蒸馏酒的定义是经发酵、蒸馏、勾兑而成的饮料酒。新规要求，白酒均是以纯“粮谷”酿造，“粮谷”指谷物和豆类的原粮和成品粮，谷物包括稻谷、小麦、玉米、高粱、大麦、青稞等。固态法白酒中不得使用食用酒精和食品添加剂，液态法白酒和固液法白酒可以使用食用酒精，但必须是谷物食用酿造酒精，不得添加其他原料发酵食用酒精 (如薯类) 和食品添加剂。

中国白酒是世界上最好的蒸馏酒，因为生态稀缺，工艺独特，文化厚重，成分复杂，功能奇妙。著名微生物学家、江南大学徐岩教授说，中国白酒代表了世界东方酿造最高水平，“国际上说白酒是中国第五大发明”，中国是世界上最早将微生物用于酿酒的国家之一。与其他蒸馏酒相比，中国白酒酒体中的风味物质不仅种类多，还具有独特性，“目前已知白酒中的风味物质组分在 1500 种以上，远高于其他任何蒸馏酒。”1500 多种微量组分主要有醇类、有机酸类、酯类、糖类、吡嗪类等。国际上其他的蒸馏酒如白兰地、威士忌和朗姆酒都采用液态发酵、壶式蒸馏、橡木桶贮存，伏特加酒采用的是食用酒精的生产工艺，而金酒则是将发酵蒸馏得到的食用酒基加入杜松子配以芳香性植物进行提香。这些蒸馏酒中独特的风味物质主要来自后续的贮存、浸提工序，是从植物原料、贮存容器中通过浸渍萃取得到的。徐岩



教授指出，中国白酒酿造体系的独特性、品质优势是国际上纯种液态发酵工艺难以达到的，中国白酒中的生物活性成分也是世界上其他蒸馏酒望尘莫及的。例如，有机酸类、杂环类化合物和酚类化合物含量非常丰富，适量饮用白酒可以减轻人体心脏负担，预防心血管疾病，加速血液循环，调节改善体内新陈代谢。白酒中的酯类化合物，具有抗菌、抗病毒、抗氧化、止痛、促消化、防癌抗癌等生物功能，目前白酒中能检测到的酯类化合物超过 80 种。在酱香型白酒中，吡嗪类化合物的种类和含量是所有白酒中最丰富、含量最高的，具有增加脑血管的血流量等功效。徐岩教授认为，中国白酒中的生物活性成分的健康功效仍然是世界科学难题，随着研究的深入，神秘面纱将逐步被揭开，白酒生产技术将朝着强化有益微生物、减控有害微生物方向发展，从而使白酒生产成为一个可控的过程。

中国白酒绝不等同于酒精 (乙醇)，除了 98% (体积比) 的乙醇和水外，还有 2% (体积比) 的复杂成分、风味物质，正是这 2% 的物质的协同性和耦合性决定了白酒的神奇作用，决定着白酒的风格、品位与特性。据有关文献报道，中国白酒中有 3500 多种有机成分，其中有 1000 多种成分是其其他食品所没有的而对于人体又非常有益。因此可以说，中国白酒是世界食品的奇物，除了过敏人群，适量饮酒有利于健康，但过量饮酒肯定有害。酒精 (乙醇) 对人体肯定有害，但白酒对健康主要是有益。中国白酒是文化，第一属性是社交性，交朋友，谈友谊，第二属性是味美、健康，第三是提神、愉

悦。那么，许多人会问，中国白酒这么好，外国人为什么不接受？我们的回答是，话语体系无法对接，国际传播能力不够。中国白酒陷于“有理说不出、有道说不明、有声传不开、传开声不响”的尴尬境地。“中国白酒很精彩”却“讲不好故事”，“中国白酒很健康”却“讲不出道理”。中国白酒不被外国接受，有人说是味道问题，老外口味不习惯；也有人说是价格太高，老外很节约，很理性，不乱花钱。这些都有一定道理。但根本原因是思维方式不同，话语体系不同，老外听不懂中国人在讲什么，一头雾水。在酒水宣传上，我们讲的是哲学，老外讲的是科学，我们讲宏观，老外讲微观，我们讲感觉，老外讲数据，我们讲模糊性，老外讲精准性，两套话语体系不对接、不同频，无法相互理解。比如，我们说，酱香白酒具有醇厚、典雅、细腻、酒体丰满、空杯留香的特点，老外不知所云。我们自豪地说，浓香型白酒的特点是：芳香浓郁、绵柔甘冽、香味协调、入口甜、落口绵、尾净余长，老外不断摇头，一脸茫然。老外最后说，这些是诗歌语言，不是科学术语。中国品酒大师一般使用“色、香、味、格”或者用甜、酸、苦、辛、咸、涩、奇等品鉴白酒，但没有具体数据，也没有生产的指标体系，温度、湿度、压力、土壤成分、原料来源、堆积密度、酒曲微生物名字、生产者学历年龄职称等都没有准确数据，因此中国白酒不是工业化的标准产品，老外不敢接受。中国人很熟悉的“绵长”“醇香”“回甘”“浓郁”等，老外要求拿出分析的化学成分数据，我们没有。在白酒的海外宣传推销上，我们总是用自

## 从之江到浦江，一批浙商企业发展壮大——“四千精神”力行者背后的上海金融力量

“最快 72 小时！我们就能完成定制化产品从接单到镜片生产，再送达全球主要城市的全流程。”在上海康耐特光学科技集团股份有限公司 (下称“康耐特光学”) 的自动化车房里，机器运转声有些许嘈杂，公司财务总监许胡寅一边比划着，一边向记者介绍着流水线上的各个部件。

切割、抛光、质检、割边、装配，车间作业正井然有序地开展着。而这样忙碌的景象，几乎每天都在上演。“一年 365 天，我们的自动化定制加工中心几乎全年无休。”许胡寅说。康耐特光学身上体现出的“韧性”，也能在其他在沪浙商企业中找到。克服不利因素影响，上海欧本钢结构有限公司 (下称“欧本”) 2022 年销售额突破 30 亿元，较 2021 年增长 50% 以上。“今年一季度我们的合同额约 10 亿元，全年目标是 40 亿元。”欧本董事长陈明对企业的发展充满期待。

从之江到浦江，在“四千精神”的引领之下，浙商企业“跳出浙江”，在上海落地生根并发展壮大。在这过程中，金融力量始终如影随形，为浙商企业的高质量发展注入源源不断的金融“活水”。

### 在沪浙商企业快速发展

凭借“最快 72 小时到全球”的响应速度，康耐特光学逐步成长为树脂眼镜这一细分赛道的龙头。按 2020 年树脂眼镜镜片产量计算，康耐特光学在中国树脂镜片制造商中排名第一；按 2020 年树脂眼镜镜片收入计算，康耐特光学排名全球第九，是全球十大市场参与者中唯一一家总部设于中国的公司。以设计研发为驱动，在“更快更省营造美好建筑”的愿景之下，欧本在厂房、仓库、办公楼建造领域专注地发展了 25 年。如今，欧本承建的项目已遍及全国 30 个省份。“累计工程合同数量超过 10000 个，建筑物数量超过 2000 栋，总建筑面积超过 3000 万平方米。”陈明用“123”概括公司的成绩。康耐特光学和欧本交出的成绩单，是在沪浙商企业稳健发展的缩影。自改革开放以来，从浙江走出来的浙商群体，发挥“四千精神”，以脚踏实地的创业态度，敢想敢试的创新精

神，在中国改革开放大潮中奋发向前。

上海，这片民营企业发展的沃土，也吸引了一大批浙商企业“抢滩”。上海市浙江商会秘书长吴仲春表示，上海在经济发展、营商环境、人才资源、国际化视野和开放性等方面具有很大的优势，又与浙商企业有着深厚的历史渊源和经济联系，吸引了大批浙商企业来沪投资发展。

当前，中国正从高速增长走向高质量发展，不断优化的营商环境，为民营经济发展厚植沃土。党的二十大报告提出，“优化民营企业发展环境，依法保护民营企业产权和企业家权益，促进民营经济发展壮大”。

持续向好的中国经济基本面，提振了民营企业的信心。但在外部环境变化莫测的背景下，机遇和挑战并存。谈及对今年公司经营的预期和布局，“稳”和“创新”是许胡寅和陈明共同提到的关键词。

“由于公司出口占比较大，市场的不确定性、汇率的波动都会左右企业的经营业绩。”许胡寅表示，康耐特光学将夯实制造基础，通过技术和产品的创新，以定制化产品和一站式服务业务模式为抓手，进一步提升市场竞争力。

“截至目前，今年的订单形势总体良好，在手订单充裕，各项既定计划都在有序进行和开展。”许胡寅表示，下一步将考虑如何利用在手订单，发挥企业的产能优势。

“在 2022 年的基础上，欧本对于经营提出了新的增长要求，在高端物流仓储、工业厂房和商业办公等领域力争持续突破。欧本研发的甲壳结构系统，是非常有优势的创新产品，市场前景广阔。我们也加大了推广力度，希望能在更多项目应用这一产品。”陈明表示。

他透露，公司正在积极筹备建立“欧本建筑结构技术研究院”，希望通过不断地研发创新，提升企业竞争力，为客户创造价值的同时，争取有更好的发展。

### 金融护航企业行稳致远

作为实体经济的“血脉”，赋能民营企业发展，金融业肩负着重要使命。在沪浙商企业发展的背后，上海金融业也在主动发力，护航浙商企业“稳进提质”。

经历上市、业务剥离、再度冲刺上市的波折，康耐特光学的资本市场之路迈过了多道“坎”。康耐特光学于 2010 年在创业板上市，2016 年收购大数据科技公司“旗计智能”，后更名为“康旗股份”。

“在收购旗计智能后，短期内公司经营利润直线上升，但后期公司在经营中渐渐发现，两块业务整合始终无法达到最理想的效果。”许胡寅说，当时，由于公司资源有限，是支持眼镜业务发展，还是支持大数据科技发展，面临着相机抉择。

最终，公司董事会在 2018 年 7 月决定将眼镜板块剥离，而着力于更有潜力的大数据科技行业。按照协议，交易对价超 7 亿元，需要在 2018 年至 2019 年期间分期支付。

彼时，与康耐特光学合作的多家股份制商业银行，由于额度管控等原因均无法立即满足企业的资金需求。“如果无法提供剩余融资款，企业即将面临违约风险。”康耐特光学相关负责人倍感焦虑。最终，上海农商银行以多形式复合担保方案，突破“唯抵押论”，给予康耐特光学 4.9 亿元的综合授信。

有了金融的助力，康耐特光学顺利完成了并购交易。积淀近 3 年后，康耐特光学 2021 年进军港股市场，并于 2021 年 12 月 16 日在港交所挂牌上市。

全程参与业务剥离事项，也让许胡寅深切感受到了民营企业面临的“融资难”困境。他回忆道：“在进行资产并购重组的时候，企业缺少融资渠道，自身抵押物和担保也相对较弱。尤其是脱离了上市公司体系后，便很难享受到上市公司的‘福利’，企业融资过程十分艰辛。”

对于民营企业对接银行金融服务时面临的共性问题，陈明感同身受：“好在这些年，国家通过各种手段增加信贷资金的供给和降低融资成本，欧本作为高新技术企业也享受到政策带来的降本红利。”2022 年，上海农商银行对欧本的商票贴现完成授信，解决了企业流动资金紧张的燃眉之急。

谈及上海农商银行对浙商企业的金融服务，上海农商银行副行长应长明用“快、平、信、合”四字概括：“快”是快速，响应快、决策快、审批快；“平”是平等，对待国企民企一视同仁；“信”是相信，综合判断企业成长价值和发展前

己的思维方式去折腾外国消费者，把他们当成了“中国人”，一厢情愿、“单相思”特征突出，结果费力不讨好，劳民伤财。很多与中国多年打交道的老外懂得起，凡是我们在海外的白酒宣传推销活动，只要邀请他们都会积极踊跃参加，因为白吃白喝，免费拿礼物，帮助热闹场面，配合做新闻报道，让中国朋友回国好交账，照相 OK、愉快表情，举大拇指都干，说点客气话、表扬话都可以，但无法真正成交。

著名白酒专家、四川大学教授胡永松先生说得好，我们连什么是“中国白酒”都没有说清楚，什么是“白酒文化”都没有定义，就开始大闹天宫，怎么可能成功。中国白酒在海外还没有破题，没有上路，无法测量与世界水平的差距，只能自娱自乐。使命光荣，任重道远，才是实话。

老外的葡萄酒、啤酒，化学成分、生产工艺、厂家、数据等都很清楚，并且具有可重复性、检测性，还可以追溯源头。中国白酒目前还是诗歌、哲学、“中医”。尽管有数千年历史，但没有工业化标准，不叫工业产品，只能叫实验品。每一批次都不同，因为不同勾调师经历、背景、身心不同，味觉不同，或者每天天气、交通、家庭矛盾、孩子上学、老人生病等个人状态都会影响酒的质量与味道。中国菜特别是川菜也是哲学、艺术，无法量化、标准化生产，“少许”“微火”“适量”“一把”“慢烧”“几粒”，究竟是多少？每个人的理解都不同。同一原材料，每个厨师做出菜的质量和味道都不同。同一位厨师、同一道菜，每天的味道也有差异，有些老外无法接受这种随意性，他们很死板、很僵化、很无趣。工业品必须精准化、科学化，国际上才认可。没有定量的标准化数据，没有工业误差范围，中国白酒只能在“能理解、能包容、能通融”的华人华侨圈内行走，很难国际化，很难真正被外国消费者全面接受。著名学者、国务院参事室特约研究员姚景源谈到，麦当劳能走遍世界，源于工业化生产，食品一定要和工业化结合，工业化的基础是标准化。麦当劳是工业化生产，是标准化。比起国际先进水平，我国食品工业特别是白酒产业还有很大的差距。但是，我们不要怕讲问题，也不要怕讲差距，问题就是增长潜力，差距就是增长空间，食品工业从业者要对标国际先进水平，为满足人们对美好生活的食品需求而努力。汾酒对此有很好的探索，成为中国最严白酒标准的制定者，是“第一个与国际标准接轨”的中国白酒品牌。四川的五粮液、老窖、舍得等也在对标对表国际化、标准化等方面做出了重要贡献。



景；“合”是综合，充分发挥企业和政府、企业和资本市场、企业和生态伙伴的桥梁作用，以综合化的服务支持浙商企业在沪发展。

### 多方合力助力浙商企业发展壮大

民营企业是推动产业升级和科技创新的“主力军”，对中国经济实现高质量发展具有重要意义。支持民营企业发展壮大，离不开“政会银企”多方合力。

“浙商企业的‘四千精神’，时时让我想到上海农信的奋斗精神。70 多年以前，上海农商银行的前身上海农信，栉风沐雨、艰苦创业，走遍田间地头、说尽沪语方言，脚沾露水、衣沾泥土、身流汗水、一心为农，坚持金融为民。”应长明说，正是因为双方在价值追求、奋斗精神、文化理念等层面的高度契合，才能不断拓宽、不断深化合作。

2019 年以来，上海农商银行与上海市浙江商会先后签订两轮战略合作协议，搭建了高效、紧密的沟通互动平台。截至 2022 年末，上海农商银行对接在沪浙商超 7000 户，在沪浙商整体授信规模近 1700 亿元，较 2020 年末增加近 700 亿元。

当前，民营企业的融资结构失衡和融资渠道不畅仍然是急难愁盼问题，企业期待能够获得更充分的金融支持。

“企业的发展过程离不开资金的需求，无论是企业自身发展还是对外投资，我们都有融

中国白酒的出路在于“五个回归”——回归科学、回归文明、回归健康、回归真情、回归法治，这样才能领到世界入场券，目前只能在场外旁听，连“预科生”都不是。中国古代的四大发明，造纸术、指南针、火药及印刷术，是中国古代劳动人民的重要创造，但是技术，而不是科学，因为没有清晰概念、基本原理、作用机理的透彻说明，很难继续深化，最后被外国人拿去发扬光大，白酒也有这个风险。到目前为止，我们很多领域和产业，没有完成工业化进程，尚处于工业化初期或者中期阶段，生物工程特别是微生物工程更突出。

从根本上说，中国白酒的国际困境在于中国的思维方式，过去一直不重视基础研究，只重视实用技术，很多产业始终停留在碰运气、试手艺、搞仿制阶段，很难走远、走深、走高、走强、走大。随着数字技术的广泛运用，白酒工业的生产、营销和传播模式，也随之发生巨变，企业将拥有“虚拟空间+现实”的两面性，将通过“虚拟场景+赋能场景”实现虚拟营销；企业将由“人工智能+区块链+5G6G+机器人+疾速物流体系”组成，把产品快速送达各地，对于消费场景和消费者形成巨大冲击。中国白酒的国家标准和地方、企业标准，主要规定了某些成分不能超过多少，而没有指明酒体中还有哪些成分、具体是什么、含量是多少、功效是什么，因此不是工业化的产品标准。白酒质量的优劣，目前还是依靠人的感官鉴定，通过眼、鼻、舌三方面的感觉来判断酒体，经验成分太多。

中国白酒是中国原创的有根的产业，最能代表中国元素走向世界，要努力增强国际传播能力，提升国际话语权。当今国际舆论场是西强我弱，主动正面宣传中国白酒的外国媒体很少。因此，在新的时代背景下，中国白酒的对外传播，首先是“传播好中华悠久的优秀传统文化”；二是“讲述好中国白酒故事”；三是采取国外“乐于接受的方式、易于理解的语言”；四是“增信释疑，扩大朋友圈”；五是加大人工智能技术在生产、检测、勾调、营销等方面的应用。中国白酒要搭建华人华侨的桥梁和圈层，以海外中国餐馆为基地，不断拓展境外市场，逐渐突破国际化困境，以中国式现代化途径走向世界。

(作者系四川省委省政府决策咨询委员会副主任、成都市社科联主席、四川省社会科学院二级教授、博士生导师。本文写于 2023 年 4 月 12 日第 108 届春季全国糖酒食品交易会开幕式。)

陈佳怡