

“贸易战”下的中国酒业



■ 刘保健

史无前例的“中美贸易战”，正在发生中。你来我往之间，被卷入的中美两国商品，势必面临一场新挑战。当前，伴随着美方的咄咄逼人，中方亮出“奉陪到底”明确底牌，“中美贸易战”的未来是走向扩大化，还是偃旗息鼓、达成协议？已成国内外经济学家们争论的焦点。

最终结果暂且不论。以当前双方试探性的“交手”看，“中美贸易战”带来的影响无疑是巨大的，中美双方当然首当其冲，全球的影响也不容小觑。也许，只有等到双方都意识到市场和经济将因此受到重大影响后，事情才有好转的可能性。

从当前的贸易摩擦阶段分析，中国制造业和中国市场应对这份“零和博弈”的压力最大。在一系列不确定环境下，中国酒业到底该如何面对这份挑战？

迟早要来的“贸易战”

“中美贸易战”自出现以来，就受到了全球关注，并最终走到了今天“短兵相接”的阶段。整个过程中，尽管中方不断释放善意并积极行动，但由于美方不断变本加厉提要求，以及单方面数次毁约，最终让“贸易战”不可避免。

“贸易战”最终还是到来了，尽管我们不确定这是长期还是暂时的。关于它，国务院发展研究中心市场经济研究所所长任兴洲曾对《华夏酒报》记者表示，这场贸易战迟早要来，因为它有几个方面的原因。

首先是全球背景。自“金融危机”发生以来，反自由贸易、逆全球化的倾向在国际上

李洪辉：好风景莫过于这杯清香



■ 金峰

谦和大方、稳重睿智的李洪辉是黑龙江绿谷酒业有限公司(以下简称绿谷酒业)的副总经理，在产品营销的同时，还兼顾着产品的开发和生产。在国内白酒行业倡导“南酱北清”的大舆论环境下，说坚持使用传统工艺酿酒的绿谷酒业在东北白酒行业是最大的一家清香酒生产基地之一毫不为过。

酿清香酒的北乡人

绿谷酒业是李洪辉和其两位哥哥从老父亲手中接过的企业，年产5000吨清香型大曲基酒，5000吨瓶装白酒。

“我家刚开始只是想赚钱解决温饱问题，没想到坚持了一年又一年。”李洪辉介绍说，“日复一日粉高粱、蒸生料、拌大曲、下地缸发酵、装甑蒸馏的酿造过程里，加深着我对工匠精神感悟和理解。”

李洪辉表示，清香型白酒以高粱等谷物为原料，以大麦和豌豆制成的中温大曲为糖化发酵剂，采用清蒸清糟的酿造工艺、固态地缸发酵，其强调“清蒸排杂、清洁卫生”，在一个“清”字上下功夫。清香型白酒以山西汾酒、浙江同山烧、河南宝丰、厦门高粱酒等为代表，属大曲酒类，入口绵、落口甜，香气清正。清香酒的清香纯正正是因为主体香乙酸乙酯与乳酸乙酯的协调搭配，琥珀酸含量高，无杂味、酯香匀称、干净利落。

“沉渣”泛起。这个倾向并不单单是从美国开始，很多国家已筑起了贸易壁垒的高墙，只不过美国表现得更绝对、更极端一点。

其次，中国作为当前世界最为瞩目的崛起大国，与美国这样的守成大国有着天然的冲突和博弈。美国在经济发展、贸易地位和高技术发展等方面具有垄断性优势，它无法容忍另一个“后起之秀”对之形成挑战。

第三，是特朗普政府的经济和贸易思维的影响。

特朗普政府在全球多国通过贸易战或发动贸易战的威胁，迫使贸易伙伴开放市场、让渡经济利益。这一做法，在今年更有全球蔓延的形势，除了中国，日本和欧盟这种“友军”也在特朗普的贸易大棒下受气，另外，近期与美国接壤的墨西哥也“躺着中枪”。

从中不难看到，美方此举既有遏制潜在竞争对手的想法，又有维护世界霸权地位的打算。为此，美方似乎并不在乎，一旦贸易摩擦发生，也会对美国的出口和经济产生影响，比如说短期拖累经济增速，依赖出口的企业受影响较大。

任兴洲表示，对中国来说，这种风险是可控的。首先，中国经济完全有能力通过扩大内需促进高质量发展对冲影响，“中国经济整体增长韧性，中国市场不断提高的内需潜力，中国企业竞争力在不断增强”。

谈到应对之策，近期中国人民大学副校长吴晓求表示，除了深化改革、扩大开放外，眼下我们最重要且最应该做的是保护企业，采取精准的政策措施，要给企业充分的预期和积极性，尊重企业家的创新精神，同时要建立丰富的、多样化的政策工具箱。

独具特色的地方传统酿酒工艺与现代工艺相结合，几十年如一日的古法纯粮大曲酿造，让周边地区消费者对绿谷酒业产品的品质非常认可，不但有大量回头客，即便外地慕名来的客户也在不断增加。

“现在我能感觉到酿酒已经不单单是我这个大家庭解决温饱的事了，绿谷的酒让很多人期待着，这是一种压力，更是一份责任。”李洪辉接着说，“让更多的消费者喝上纯粮酒，得到更多人们的认可，变成了我的一个梦。一辈子坚持酿造好酒，是我家人对‘做诚信人、酿纯粮酒’的立厂初衷最好的诠释。”

李洪辉表示，东北人性格粗放豪爽，在域外人的眼里，生活在东北的男男女女都能喝上两口酒，也常常以酒会友。东北的白酒就如同生活在这里的人们一样豪爽、奔放，并有较大规模的消费市场支撑。当然，东北酒人也应清楚地看到，东北酒类产业发展中存在企业规模小、城外市场影响力低、缺少资金、营销环节薄弱等差距和问题。

“面对瞬息万变的国内白酒市场，东北酒人要寻求转变。首先要有重构品牌的思维，推动品牌价值观与时俱进，让品牌深入消费者内心。其次要迎合消费者的消费价值观，从空洞的口号走向更接地气的人文关怀，建立优秀完善的售前、售后服务。最后是从‘王婆式’的‘卖点推销’到‘走进消费者的生活方式’，实施顾客体验式的‘买点共鸣’。”李洪辉坦言，让东北白酒品牌诉求说出消费者购买的理由，进而生产出让消费者捧在手里、含在嘴里、记在心的产品才是王道。

产品才是王道

李洪辉认为，工匠精神及工艺文化是未来东北白酒谋局发展、腾飞之路上的两翼。传承东北酿酒历史、传承东北白酒的责任与品质，严格按照传统生产工艺操作，同时采用高新科学技术与高新科技产品辅助传统技艺，提高白酒出酒率，东北白酒才能与时俱进、质量更上一层楼，企业才有持续旺盛的生命力。

今年的第100届全国糖酒商品交易会期间，由黑龙江省工业和信息化厅主办，《华夏酒报》、中国酒业新闻网承办，主题为“青山绿水、黑土红粱、大美龙酒”的“黑龙江省酒水产业展销新闻发布会暨酿酒原料推介会”在成都市举办。

一时间，黑龙江的“好水好粮”在行业内



做大做强“对冲”贸易战影响

撇开美国，不言而喻的是，“贸易战”的出现，将对我国宏观经济特别是实体经济带来不确定因素。

对企业而言，面对压力，正确的途径就是埋头做事。

茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳近期谈到，“今年三月全国两会期间，习近平总书记在建代表团参加审议时强调，做实体经济就是要实在，心无旁骛地做事业。作为实体领域的一员和国内业界的知名品牌，不论中美贸易战会带来什么样的冲击和影响，兢兢业业、扎扎实实、做强实业方能立于不败之地。”

因此，李保芳呼吁，全行业尤其是头部企业，要保持定力，埋头做事。特别是在压力面前，更应该保持本心、做好本份，抓好自身发展，带动行业发展，促进经济发展。

“不管中美贸易战如何，我国的外需越来越旺盛，内需越来越强劲，国内宏观经济长期向好的基本面不会改变。面对压力，企业宜埋头干事，做精主业。”李保芳很自信，茅台作为酒类行业的头部企业，也会化压力为动力，把不确定因素转变为新的机遇，以创新为引领，对标先进、完善秩序、优化治理，提升跨文化品牌推送水平，引领和带动整个行业向全球价值链高地迈进。

除了埋头干事 企业还要创新谋事

李保芳说，华为就是创造价值链高端的典范，白酒企业也要做深产业链，提供高价值的产品和服务。因此，茅台还要站在全球市场的角度，在有序竞争的同时强化合作，这对于

走向世界的中国品牌来说，尤为重要。他希望，从机制上建立、完善和深化行业合作，让遵循标准、追求品质、打破门户之争、倡导良性竞争成为共识。

李保芳呼吁，行业企业凝聚合力，多抱团成事。茅台要以全球优秀企业为榜样，保持包容和谦逊的态度，共同营造更好的行业发展新生态和新环境。

从整体酒行业而言，壮大消费新增长点，是行业应对贸易摩擦的重要举措。

因此，任兴洲认为，中国酿酒产业应该大力推进高质量的发展，深化供给侧的结构性改革，进一步细分酒类品质消费市场，精准做好对接，细分市场；继续发扬工匠精神，提高品质，强化标准体系，加强品牌建设；再者，提升酒文化的内涵，向消费传递文化信息。

“中美贸易摩擦暴露出我们还存在大而不强、技术创新不足、核心技术过度受制于人、改革力度不足等问题。”面对这些问题，我们需要坚定不移地推进改革，让市场配置资源发挥决定性作用，更大力度地扩大开放；加大技术创新力度，保护知识产权，强化体制和制度安排；转变发展方式，深化供给侧改革，实现高质量发展；加大产业结构调整，着力培训发展新动能；重视人力资源培养，提高竞争力。

白酒是中国的自有产业，在对外出口中占比较小，贸易摩擦并不会对其销售产生过大影响。但“贸易摩擦”长期持续，必定会影响中国白酒国际化进程，以及受到其他产业景气度下降，带来的消费量降低等。

据此分析来看，中国白酒产业要想对冲“贸易战”的影响，除了做大国内消费市场，还应该做强白酒消费，让白酒成为国内市场上不可或缺的消费点。

工作之余“动”起来

在紧张的酿酒、售酒之余，李洪辉最喜欢参与各项体育运动，在“动”起来的项目中，李洪辉最喜欢的是游泳。

游泳运动是男女老幼都喜欢的体育项目之一。其产生于居住在江、河、湖、海一带的古代人。古人为了生存，必然要在水中捕捉水鸟和鱼类作食物，通过观察和模仿鱼类、青蛙等动物在水中游动的动作，逐渐学会了游泳。

“游泳一是让我体力充沛，二是让我精神焕发。游泳时，水刺激皮肤血管收缩、扩张，促进血液循环，让皮肤更有光泽；游泳后，肌肉变得紧致，这样让我整个人看起来有精气神。游泳过程中要不间断地换气，由此肺活量会加大，这样身体消耗的能量也会增多。长期下去，心肺功能会增强。”李洪辉还说着自己的运动心得，游泳可以让人新陈代谢速度加快，能使全身得到按摩、锻炼。且在冷水的刺激下，皮肤血管收缩扩张、扩张收缩，如此循环，血液循环的速度得以加快。

除了提到游泳对人体本身机能有很多好处之外，李洪辉还悟到游泳运动对心理和精神层面的作用。

“游泳是一个很神奇的项目，通过游泳能帮助人们达到身心健康的目的。”李洪辉接着说，“精神层面上，首先是勤奋。游泳是一个很消耗体力的运动，更是一个从懒惰到勤奋的过程，这个过程会让你越来越勤奋，越来越努力，每一个坚持游泳的人，都不会是懒惰的人。其次是坚强。游泳是一个很‘孤独’的项目，水中游进的时候，除了自己的呼吸声和浪花声，一切都显得那么的安静。长期游泳，会让人的品格韧性得到锻炼，在逆境中保持竞争力，而坚韧的品格会让人在困难的处境中逆流而上。”

李洪辉认为，现代人生活的压力都不小，每天抽出些时间游泳会缓解工作、生活中的大部分压力，还会在游泳中给自己的心放一个假。游泳结束后，洗个热水澡，心情自然而然就舒畅了。所以，懂得游泳的人，抗压能力都很强大。另外，喜欢游泳的人，都能养成早起的习惯，不会多睡懒觉，因为生活更规律，有强烈的自律意识，有助于对抗生活中的各种诱惑。

“有个健康的身体、三观正能量的思维，才能更好地酿酒、卖酒。”李洪辉最后笑言。

山东省糖酒商品交易会将再度登陆临沂

■ 孙晓琳

时隔两年，久负盛名的山东省糖酒商品交易会将再度登陆临沂。

日前，山东省糖酒副食品商业协会与临沂市人民政府达成协议，共同决定将2019年（第82届）山东省糖酒商品交易会设在临沂市举办。据悉，该次会议由山东省糖酒副食品商业协会主办，临沂市会展业服务办公室和临沂国际会展中心具体承办，兰陵集团和山东九州集团协办，会议时间定于11月8日~10日，主会场设在临沂国际会展中心。

会议分春秋两季，一年召开两次，一般在山东省内各地市轮流举办。近年来，特别是自2013年以来，春季会基本在淄博举办，截至目前已连续成功举办7届，秋季会分别在东营、临沂、泰安、滨州等地巡回召开，以在临沂举办为主。

临沂市是全国物流之都、山东省重要的酒类和食品生产基地，同时也是山东省糖酒会重要的承办地之一，先后4次承办山东省糖酒会，不但积累了大量的办会经验，也在办会过程中与协会建立了良好的合作关系。

“首届四川省十朵小金花”评选即将公布

■ 徐雅玲

经过近两年的酝酿，参选、调研和评选，“首届四川省十朵小金花白酒企业”评选活动结果已经呼之欲出。

日前，记者从四川中国白酒金三角酒业协会独家获悉，经过数轮紧张角逐，目前“首届四川省十朵小金花”已经评选了出来，分别是四川绵阳丰谷酒业有限责任公司、四川省文君酒厂有限责任公司、四川泸州三溪酒类(集团)有限责任公司、四川省古川酒业有限公司、四川远鸿小角楼酒业有限公司、四川省宜宾市叙府酒业股份有限公司、四川江口醇酒业(集团)有限公司、四川仙潭酒业集团有限责任公司、四川广汉金雁酒业有限公司、四川泸州玉蝉酒业集团有限公司等十家。

“之所以我们还没有正式对外发布，是因为为了确保本次评选的公平、公正、公开性，从今天开始会进行为期一周的公示阶段。”四川中国白酒金三角酒业协会(下称“白酒金三角协会”)相关负责人告诉记者，“在7月8日之前，社会各界可通过电话、传真、或E-mail等方式发表意见，欢迎社会各界监督、评议。”

据了解，本次评选活动从2017年10月13日首次在成都召开筹备会，由四川省经信委、商务厅、食药监局、

白酒金三角酒业协会等单位共同发起和参与，目的在四川省白酒生产企业中开展“第一届四川省十朵小金花名酒企业”评选活动，以再次提升川酒的整体品牌力量及二、三线川酒品牌的品牌指数。

早在2017年下半年，四川省政府发布《关于推进白酒产业供给侧结构性改革加快转型升级的指导意见》(以下简称《意见》)。《意见》全文对整个四川白酒产业进行了部署，并做了详细的数据整理。其中，四川力争2020年规模以上白酒产业主营业务收入达到3500亿元，全省白酒产量在全国的比重稳定在30%以上；主营业务收入、利润占全国的比重提高到40%左右。

记者从公开数据了解到，2018年，川酒实现产量358.3万千升，占全国总产量的41.13%。

然而，老六朵金花对于整个川酒的贡献率起着绝对优势。《华夏酒报》记者通过财报及公开数据了解到，2018年，以五粮液、泸州老窖、水井坊、舍得、剑南春、郎酒“六朵金花”为代表的名优酒企实现营收近1285亿元，占川酒整体54%；实现利润284亿元，占川酒整体的83%。

也就是说，四川省仍有200多家规模以上企业和数千家小酒企(其中原酒企业众多)，只能分享下17%的利润空间。

针对这种情况，值得注意的是，《意见》明确指出，四川支持白酒“六朵金花”“抱团”发展，扩大提升品牌影响力，带动二三线品牌企业整体发力，扩大“川酒”品牌美誉度、知名度。鼓励白酒行业并购重组，支持重点企业兼并、收购，实现规模扩张；到2020年的目标是，《意见》要求新增中国驰名商标3件以上，新增四川省著名商标20件以上，新增国家地理标志产品10件以上。

记者从白酒金三角酒业协会了解到，为贯彻落实四川省政府《关于推进白酒产业供给侧结构性改革加快转型升级的指导意见》及《优质白酒产业振兴发展培育工作2019年度工作计划》，开展“川酒”品牌提升计划，加强品牌梯度培育，提高川酒新兴品牌知名度，打造四川“第二梯队”名酒企业，加速实施“川酒振兴计划”。2017年，四川中国白酒金三角酒业协会在四川省经济和信息化厅的指导下，启动了“首届四川省十朵小金花白酒企业”评选活动。

据白酒金三角协会相关负责人向记者透露，等公示期完成，如无各界的监督异议，最终的评选结果会对外进行具体发布。