

做中国企业的思想者

# 企业家日报 中国酒

Chinese drinks 周刊  
weekly

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第293期 总第10927期 四川省社会科学院主办 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450元 零售价:2.00元

2023年11月18日 星期六 癸卯年 十月初六

酒业论坛 | Observation

## 向海外推广白酒 要制定中国白酒的标准

■ 玖文

中国酒业的世界表达,需要中国标准!在国际上推广具有中国文化、中国元素、中国技艺的酒类产品更需要有官方认证、规范透明、权威专业、消费者认可的中国酒类赛事。

这两年,酒业有个很有意思的现象,就是酒企们热衷于参加各种所谓的专业的、科学的、严谨的国际酒类评比赛事。特别是近五年,随着一些“洋”赛事先后在中国“扎根”,仿佛打开了国产酒水足不出户就能站上世界舞台的新大门。

但仔细翻阅这些赛事的相关规则就会发现,国际酒类赛事的评审标准通常是基于西方酒类产品特点制定的,可能并不适用于评价白酒、黄酒等具有独特中国口感和口味的产品。

并且,赛事的评委团通常是由来自不同国家和地区的外籍酒类专家组成。尽管相当一部分评委们在各自的领域也是佼佼者,但对中国酒类产品的演变史、酿造技艺、品类差异、风土气候乃至文化属性等各方面的了解,知多少是需要画个问号的。在这样的情况下,仅凭临时培训,就以外国“口味”去评判中国酒样,难免会出现对特定地区或特定类型的酒类产品了解不足或存在文化偏见,从而影响到对产品的公正评价的问题。

此外,参加国际酒类赛事需要投入更多的时间和付出高昂的费用,因为样品大多需要向海外邮寄,这对于一些中国酒企而言,会增加其参与国际赛事的成本和难度。因此我们也会看到,不是所有的优秀酒品都有机会出现在国际评委的杯子里,再加上很多酒品自身足够优秀,并不需要国际赛事的奖项“傍身”,那参赛样品的总体质量究竟如何?从中选出的“大金奖”“金奖”等产品又是否能代表或者匹配行业最优?也引发了不少行业协会领导和专家学者的质疑。

同时,还需关注的是,以往,一些国际酒类大赛仅仅是对产品做出评选。如今,越来越多的赛事开始延伸出产业链发展:如巡回举办颁奖典礼、组团参加国内外展会等等。更有甚者,专门针对中国市场开设各种类目的分赛,以收割财富,或者以寻找场地、酒杯赞助等名义玩起“有钱人的游戏”……

据业内人士爆料,巴拿马太平洋万国博览会的奖项打着“世界”“国际”旗号,实际上交钱就能入选;而颇受关注的比利时布鲁塞尔国际烈性酒与葡萄酒大赛,因中国酒样的获奖比例越来越高,同样也让酒业内外颇为担忧。

不管怎么说,中国市场的国际酒类评比大赛越来越多,奖项和商业模式也是越来越五花八门,大有“乱花渐欲迷人眼”的架势。在这个过程中,还有赛事主办方、承办方不断喊出赋能中国酒类产品走向世界的口号。

但理想越丰满,现实就越骨感。统计数据显示,中国白酒的出口量常年都不足2万升,出口额也不到50亿。如果再进一步研究这些数字,通过参与国际赛事获得海外市场成交的占比有多少,貌似也经不起推敲。

既然如此,产业与政府、相关机构甚至酒企们为什么如此热衷于承办、举办或者参加国际酒类赛事?历经数千载而不衰,已实现产量、规模,甚至结构上的飞跃式发展的中国酒类产品,是不是只有对国际酒类赛事趋之若鹜,才能获得更广泛的海外关注和推广?想要香飘世界,难道不应该以文化为根基,坚定文化自信吗?

中国酒业协会理事长宋书玉曾表示,文化是产业的灵魂。文化的继承、文化的创新是酒类产品的重要价值体现。弘扬文化就是彰显价值,就是产业发展的生命支撑。

因此,我们真诚地呼吁与建议:中国酒业的世界表达,需要中国标准!在国际上推广具有中国文化、中国元素、中国技艺的酒类产品更需要有官方认证、规范透明、权威专业、消费者认可的中国酒类赛事。毕竟让中国标准成为世界标准才应该是中国酒业征服海外市场的最佳路径。

责编:杜高孝 版式:黄健  
新闻热线:028-87319500  
投稿邮箱:cjb490@sina.com



## 品历史沉淀之酒 悟古都金陵之韵 2023 五粮液“家有老酒”全国巡展南京站圆满落幕



■ 启轩

日前,由中国酒业协会指导,五粮液公司主办的2023年“五粮液家有老酒”陈年五粮液全国巡展活动第六站——南京站“五粮液老酒馆”快闪店盛大开幕。

从酒都宜宾到古都南京,作为中国著名的历史文化名城,南京拥有着六朝古都的深厚文化底蕴,也同样拥有着绵长的酒文化史,这座城市,犹如一坛年份久长、货真价实的“老酒”,既能满足“饮者”的品鉴需求,又能满足“老饕”的挑剔味蕾,更能满足“藏者”的内外兼修。

品历史沉淀之酒,悟古都金陵之韵。五粮液老酒因其稀缺的存世量,且具备文化、历史、物质等多样属性,其价值正被越来越多的收藏爱好者及投资者所青睐。近年来,各行各业的老酒收藏爱好者不断加入其中,不仅规模日益壮大,而且更为专业化,在全国各地形成百花齐放的格局。

### 时代鉴证 和美之约

江苏酒文化深厚,消费体量大,酒文化与饮酒习惯深入人心,形成浓厚的消费氛围,同时居民的高消费水平和全国较高的人口密

度,造就江苏名列前茅的白酒市场规模,因此,江苏一直是五粮液的战略重点区域之一,对于五粮液的发展具有重要意义。

五粮液作为白酒龙头企业,连续5年深耕陈年酒市场,在行业内率先发起陈年酒全国巡展活动,与全国的消费者一同见证时代之美,定下和美之约。

当天,五粮液老酒馆快闪店在江苏南京德基广场户外中广场亮相,快闪店整体以中国古典建筑元素为灵感,加上五粮液经典的酒瓶形状展陈,每一个角落都充满着浓厚的酒文化气息。

步入快闪店内,一股浓郁的酒香便扑鼻而来,墙壁上展示着各时期的陈年五粮液,让人仿佛置身于陈年五粮液文化的殿堂之中。

中国酒业协会名酒收藏专业委员会秘书长刘海波致辞表示:家有老酒,是岁月的珍藏,是生活的礼赞,更是对美好未来的期许。面向未来,陈年酒的品质文化之美与时光艺术之美必将在消费者的美好生活中绽放出更大光彩,为华夏大地带来更多至味芬芳。

活动现场五粮液股份有限公司总经理助理、江苏营销大区总经理王源培表示:五粮液深受高端消费群体喜爱,是开瓶率、复购率最

高的高端白酒。随着时间的推移,陈年五粮液的陈酿将会越来越稀少、越来越珍贵。

随着五粮液江苏省经销商联谊会会长、江苏苏糖糖酒食品有限公司总经理陈国锁先生用毛笔在画卷上勾勒出独属于五粮液的字样,“五粮液老酒馆”正式开馆,同时南京传统节目改编的《金陵酒韵》演出,将五粮液与南京的故事娓娓道来,也将整个活动现场的氛围推向高潮。

### 时代记忆下的陈年五粮液

作为巡展第六站,本站活动体验再次升级,在保留原有五大极富创意性和趣味性的互动区域基础上,新增五粮液的历史发展与明代古窖群展区,为粉丝们更全面地展示品牌文化与底蕴。

进入“五粮液老酒馆”的那一刻,仿佛穿越时空隧道,重回历史的长河。这座老酒馆将岁月流转的痕迹与往昔的记忆封存于每一瓶陈年五粮液之中,静静述说着陈年五粮液的历史与文化内涵。

陈年五粮液的魅力,源自它的不凡历练。就像一位智者,它经历了岁月的洗礼,承受了生活的磨砺,从而变得愈发醇厚、深邃。

在活动现场,粉丝们可以自由参观与打卡,在“客官这边请”区域领取号码牌开启活动。在“客官且品尝”区域,粉丝们可落座到中式古韵的酒馆卡座中,全时段参与盲品陈年五粮液(10年、20年)猜年份互动,每一瓶陈年五粮液都有着自己独特的故事,而只有通过亲身品鉴,才算真正走进了这一段段历史。

在“陈年老酒行”,这里进行着陈年酒外围观真伪的互动,还能向专业鉴定师学习到真正的鉴定技术,了解收藏工作的匠心匠艺。

在“五粮老酒馆”区域打卡拍照,留下自己在快闪店的美好回忆。

在“客官莫客气”抽奖区,放置着各式酒牌以供粉丝抽取参与有奖答题。

在“客观请观赏”区域,粉丝可通过近距离观赏五粮液八大古窖地群的模型,深入了解其655年连续不间断生产的历史。

为帮助粉丝深入了解陈年五粮液的历史与价值,活动现场特别安排了专家鉴评环节。通过专家鉴评活动,不仅为藏家们提供展示收藏品的平台,同时也让更多人有机会走近陈年五粮液,爱上陈年五粮液。

在鉴评活动之后,中国酒业协会名酒收藏专业委员会兼职副秘书长,鉴定委员会专家委员熊健先生现场公布了“五粮液家有老酒”南京站的鉴评成果:共征集到106瓶陈年酒,其中总计102瓶陈年五粮液、陈年五粮春、陈年尖庄顺利通过《陈年白酒鉴定规范》团体标准,去伪存真,完成鉴评。

我国自古就有“酒是陈年好”之说,陈年五粮液就像一块熠熠生辉的宝石,集品味价值、文化价值、历史价值、经济价值于一身,是天人合一的人间精华,是美酒艺术的极致表达,是永不褪色的光阴故事。

藏者揽尽风月,饮者享用和美。陈年五粮液的收藏是一个让人着迷的行当,每一瓶陈年五粮液的背后,是一群默默爱着老酒,爱着中国酒文化的人,藏的是时间,品的是历史,喝的是品质,悟的是文化,相信未来五粮液在南京广大藏家与粉丝的支持下,将会绽放出更大的光彩。

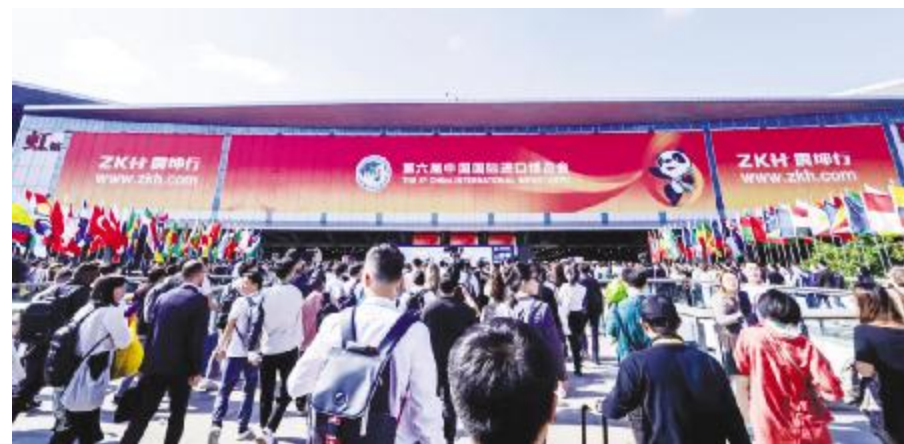


## 开拓国际市场 弘扬齐鲁美酒 云门酱酒亮相第六届中国国际进口博览会

■ 文轩

日前,第六届中国国际进口博览会在国家会展中心(上海)正式开幕。云门酒业作为中华老字号企业,随山东商务厅参展团亮相进博会人文交流活动展区,向世界展示“好客山东 好品山东”齐鲁形象,讲述鲁酒品牌的高质量发展故事。

中国国际进口博览会由中华人民共和国商务部、上海市人民政府主办,旨在坚定支持贸易自由化和经济全球化、主动向世界开放市场。作为世界首个以进口为主题的国家级展会,以及体现中国高水平对外开放的国家级、国际性盛会,进博会充分发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作四大平台作用,已经成为中国构建新发展格局的窗口,推动高水平开放的平台。



本届进博会共有来自154个国家、地区和国际组织的超3400家参展商参展,750余个交易团约39.4万名专业观众注册报名入

场采购,展会规模及注册人数均创历史新高。展会期间,湖北省委副书记、省长王忠林,商务部流通发展司副司长赵涛,潍坊市委

书记刘运,青州市委书记宋伟伟等多位领导莅临云门酱酒展位,驻足感受云门文化,并对近年来云门酒业在产品规划、品牌建设等方面所做出的努力表示了肯定。云门酒业集团党委书记、董事长汲英民,集团公司总经理王邦坤陪同参观交流。

作为齐鲁酒文化的传承者、弘扬者之一,云门酒业以酒为媒,通过进博会等平台多维度展现齐鲁美酒蕴含的经典人文精神和厚重历史传承。

近年来,云门酒业在稳步发展国内市场的同时,不断加大国际市场开拓力度,产品先后出口韩国、美国等多个国家和地区。

未来,云门酒业将以本届进博会为契机,继续做好中国白酒文化的传播者,展现中华优秀传统文化的独特魅力,努力为广大消费者酿造一瓶源于北方的齐鲁美酒。

**双汇熟食**  
SHUANGHUI DELI  
三重卤,更入味

**千年福禄寿 万家海葫蘆**  
GUIZHOU MAOTAI ZHEN  
酿造单位:贵州省仁怀市王丙乾酒业有限公司  
出品单位:贵州省仁怀市狄康春酒业有限公司  
服务热线:18586361133 (沈先生)  
13608529997 (张先生)