

绘铸体育辉煌 激荡中国力量

金种子酒业热烈庆祝
朱海兰荣获世界散打冠军

■ 金轩

踔厉奋发续时代华章，砥砺前行聚中国力量。近日，安徽金种子酒业股份有限公司人力资源部总监胡枫林等一行代表公司，前往慰问世界女子散打冠军朱海兰，以实际行动展现企业的关怀与支持。金种子酒业怀着由衷的喜悦，慰问朱海兰并赠予壹万元激励金，向其表示最热烈的祝贺！

中国力量 闪耀世界

据悉，世界武术锦标赛每两年一届，由国际武联主办，是国际武术界最高级别的赛事。第十六届世界武术锦标赛近日在美国得州沃斯堡市举行。自 1995 年在马里兰州巴尔的摩举行以来，世锦赛近 30 年后首次重返美国，汇聚了来自亚洲、欧洲、非洲、泛美和大洋洲的世界顶级选手。

朱海兰，作为中国武术界的杰出代表，以其超凡的技艺和坚韧的毅力在世界散打赛场上取得了耀眼成绩。在第十六届世界武术锦标赛女子散打 70 公斤级的比赛中，安徽合肥选手朱海兰先后击败了突尼斯、土库曼斯坦的选手，斩获世界冠军！金种子酒业的此次慰问不仅是对朱海兰个人努力和成就的认可，也是对中国体育精神和中国力量的一次深刻致敬。

传承中国精神，彰显中国力量。金种子酒业始终坚持通过各种形式积极支持和推广体育事业，继捐资 500 万元支持第四届全国体育大会后，金种子酒业每年出资 200 万元支持在安徽体育馆举办的各类体育赛事。2014 年，出资 500 万元支持第十三届安徽省运动会，出资 150 万元支持南美超级德杯足球赛等一系列大型赛事；2016 年，出资 180 万支持安徽省第四届全民健身运动会；2017 年，出资 100 万支持阜阳市第十三届体育运动会等；2023 年，金种子酒业先后慰问杭州亚运会冠军徐彬、王雪涛并赠予壹万元激励金，以实际行动彰显对中国新生健儿的大力支持，铭刻亚运荣光，续写崭新华章。金种子酒业希望借此表达对优秀运动员的敬意和支持的同时，激励更多的人关注并参与体育运动，共同传递体育精神和中国力量。

无惧挑战 蓄势待发

体育之光，辉映中国力量。朱海兰，这位武术散打的世界冠军，其不屈不挠、蓄势待发的种子精神，与金种子酒业深植的品牌 DNA 交相辉映。正如“头号种子”所倡之理念：“无惧挑战、打破边界、锋芒毕露”。也有这么一群人在“白酒玩家”的新世界里，探索未来的无限可能，他们代表了敢于冒尖、打破边界创新的精神，同时也意味着中国新生代的力量。

朱海兰，如同大地上顽强生长的种子，无畏黑暗的覆盖，在逆境中蓄力凝神，只待春风一到，便勇敢冲破泥土，向阳而生，展现出不屈不挠的中国力量。朱海兰在安徽散打队训练 11 年，但直到 2022 年，她一直不温不火，没拿过一个全国冠军。2023 年是属于朱海兰的爆发年，在拿下全国锦标赛散打团体、个人两个冠军后，被国家武拳管理中心紧急招入国家散打队，并在本次武术世锦赛上大放异彩，获得个人第一个世界冠军。朱海兰的成功并非一朝一夕，而是长期坚持和不懈努力的结果，诠释了“中国力量”的真谛。

绘铸体育辉煌，激荡中国力量。朱海兰的散打精神与金种子酒业追求卓越、勇于创新的企业精神不谋而合。朱海兰，在世锦赛的舞台上，以拼搏铸就金牌梦想，如同金种子酒业，在千年酒脉中凝聚匠心，砥砺前行。朱海兰的每一次出拳，都是对体育巅峰的不懈追求，昭示着中国力量的无穷魄力，如金种子融合香在每一滴酒中蕴藏的精髓，诠释着匠心打造的中国力量。朱海兰的拳影，是激情与决心的交响，金种子酒业的酒香，是匠心与创新的共鸣。朱海兰的每一场胜利，都是对梦想坚定的宣言，如金种子酒业每一次创新，都是对卓越不息的承诺。

匠心筑梦，永续传承，弘扬中国力量。延续千年酒脉，金种子酒承载着源远流长的文化传承之力，展现中国力量的历史绵延；在改革与创新的浪潮中焕发新生，金种子酒业映射出自我革新、不断进步的中国力量；在榜样的奋斗与典范中铸就辉煌，金种子融合香凝聚着自强不息、团结协作的中国力量，共同书写时代的辉煌篇章。金种子酒业将继续秉持着弘扬种子精神和中国力量的使命，不断支持和鼓励体育健儿，向世界展现中国魅力、汇聚中国力量。



2004 展望 夹缝中生存的中国葡萄酒



■ 张文

近五年，提到中国葡萄酒，有几个关键词始终绕不开：产量“跌跌”不休，市场连续下滑，上市公司业绩不佳……相比起啤酒的一路高歌，白酒的向阳而生，进口烈酒的野蛮生长，葡萄酒始终在孔乙己笔下的“回”字里打转。

而翻看近几年的中国葡萄酒数据，记者先长叹了一口气，倒不是怒其不争，也没有哀其不幸，而是不知道该用什么样的词汇来形容这些年中国葡萄酒的发展才贴切；也不知道到底拿什么来作比较，才不会显得这个产业那么特别。

而业界人也多表示，除了葡萄酒，很难见到一个酒种在调整中连年倒退，没有最差，只有更差。

难上加难的产业现状

所以，中国葡萄酒还能像华为那样“遥遥领先”吗？

在回答这个问题之前，我们需要先回顾一下中国葡萄酒的现状。

从产量上来看，自 2012 年到达 138.2 万千升的高点之后，便开启了“十”年连降，一路滑至 21.4 万千升，仅为峰值时的 15.48%。到

点燃冰雪激情 引领健康时尚

国窖 1573 邀全国雪友共赴冰雪之约

■ 吕俊岐

正值新赛季，全国各类冬季赛事陆续开展，大众冰雪活动热“雪”沸腾。近日，国窖 1573 中国滑雪人大会 2023-2024 冰雪嘉年华在河北崇礼万龙滑雪场假天堂正式启幕，互动挑战赛、冰火盛宴等一系列活动精彩上演，开启 2023-2024 雪季全新征程。

华体集团党委书记、董事长、总裁顾颢宁，中国体育场馆协会秘书长冯金虎，万龙度假天堂董事长罗力，泸州老窖股份有限公司常务副总经理王洪波等嘉宾与各大滑雪俱乐部和滑雪场代表、媒体代表、广大雪友齐聚，共启冰雪盛事，同享冰雪运动的激情与魅力。

重启冰雪嘉年华 助推冰雪事业发展

近年来，中国冰雪运动从小众走向大众，从区域走向全国，展现出前所未有的发展活力和潜力。后冬奥时代，中国冰雪运动持续升温，“三亿人参与冰雪运动”的愿景已成为现实，展现出世界冰雪运动发展历史上独一无二的盛况。

2022-2023 雪季，国窖 1573 携手华体集团，在中国体育场馆协会指导下，共同打造中国滑雪人大会。大会面向所有滑雪爱好者，覆盖全国滑雪热点区域，贯穿全雪季，推出了中国体育场馆协会滑雪场峰会、超技炫滑雪编队赛、超级定点滑雪公开赛等一系列精品活动和赛事。

2023-2024 雪季，国窖 1573 携手中国滑雪人大会再出发，持续深耕冰雪圈层，结合数智化工具，为冰雪爱好者提供更多丰富多彩的专属冰雪福利和冰雪文化体验，再度以美酒文化点燃冰雪激情，引领健康时尚。

中国体育场馆协会秘书长冯金虎致辞表示：“本次国窖 1573 与中国滑雪人大会联手打造的冰雪嘉年华，不仅是冰雪运动的一场

了 2023 年，虽然刚刚出现止跌转增，但是否能保持昂扬的态势仍是未知数。据统计，2023 年 1-11 月，中国规模以上企业葡萄酒产量 12.1 万千升，同比增长 3.4%；另据海关总署发布的数据显示，同时期，中国累计进口葡萄酒 22.82 万千升，近乎是国产葡萄酒的两倍。

值得关注的是，虽然进口葡萄酒从 2018 年开始出现双降，并延续至今，但无论其降速快与慢，进口量总是高于规上企业的产量。此外，A 股的葡萄酒上市公司也出现了业绩低迷的现象，至今，半数以上的企业还在亏损。

“头部企业发展不理想并不能代表全部产业的发展现状，盘子大而不精也不是什么好事。放眼世界，葡萄酒产业的发展都不是依靠大企业主导，大企业主导的反而不健康，葡萄酒就该是百花齐放的。”著名酒评人小皮在接受记者采访时表示，说白了，葡萄酒是必需品，未来几年市场都不会回到曾经的高歌猛进。如果不是非葡萄酒不干，那么该割肉割肉，该退出退出，把钱留着看看别的机会，或者买点稳健的理财。

“如果喜欢这个行业，就要趁着潮水退去，在危机中找自身的问题，调整产品线、改变渠道策略，先撑过低谷，再求增长。”小皮坦言道。

的确，采访中，产业链条上的很多方都表

示短期不太乐观，内有进口葡萄酒的不断冲击，外有啤酒、烈酒、白酒的强“围攻”，行业早已在夹缝中求生存。

竞争力为什么低下？

GVS 总经理陈子豪总结了三点原因：首先，很多酿酒师或者酒庄庄主因为有海外求学背景，习惯于将西方的酒评家推荐+餐饮渠道的营销方式复制到中国市场，造成推广和营销方式不够接地气，不畅销就会导致市场的盘子做不大；其次，定价过于理想。企业普遍对消费者的消费能力、市场容量以及同等质量下的海外竞品缺乏足够了解，存在价格虚高问题；第三，生产链、供应链不完善，加上酒庄建设前期投资成本过高，在一定程度上削弱了国产葡萄酒的竞争力，降低了性价比。

很多时候，有关中国葡萄酒的狂欢更像是圈子里的“自嗨”，都在奔向“金字塔”的塔尖方向，却忽略了价格攀高的步伐快于品质提升的速度，容易导致供需失衡。因此，十年了，市场表现还是不及预期。

“最终还是要回归商业本质，以质量为抓手，多生产让消费者买得起的高质量产品。”陈子豪如是说。

“任何商品都是有品牌基因的，葡萄酒市场也不例外，只要路子对了、足够努力，再加

一点点小幸运，在中国市场一定会诞生大品牌。”西鸽观兰集团董事长、西鸽酒庄庄主张言志对记者表示，西鸽逆势增长，是因为西鸽看到的是中国葡萄酒的大未来，有着长远的规划和坚定的信念，那就是以做好产品为基础，去打造中国自己的著名品牌。

“基于这种规划，西鸽认真种葡萄、用心酿好酒，努力做市场推广和品类教育，就会一点点得到市场的认可。”张言志进一步指出，西鸽做的事情，很多酒庄都可以做，也都应该做，等一批酒庄都实现逆势增长的时候，中国葡萄酒的春天才会真正到来。

成功是又一次的站起

显然，越是大事业，越充满艰难险阻，越需要艰苦奋斗，也越容易焕发出新质生产力。毕竟，葡萄酒行业远没有白酒和啤酒等产业的集中度高，行业马太效应也尚未显现。既有大而美的酒庄一路向阳，也会有小而精的酒庄逐步实现从 0 到 1 的突破。

“过去的三年是中国葡萄酒非常好的推广时机，一方面，运输不畅让国外葡萄酒进入到国内市场的速度大幅放缓；另一方面，国际旅行受限也让喜欢逛酒庄的经销商、消费者们开始把旅游目的地转移到国内的产区。可以说，国产葡萄酒的关注度空前高涨。尽管门槛低，碎片化，消费者黏性差，喜欢猎奇，‘太卷’是行业的现状，但实际上，葡萄酒很多元化，并没有一概而论的东西，往往挑战中也孕育着新机遇。”独立酿酒师、姜瑜酝酿创始人姜瑜对记者表示，不要老抱怨大环境，什么环境下都有做得好的和不好的，找准自己的定位、自己的市场、自己的产品风格，坚持下去就好了。

事实上，过去的两三年，中国葡萄酒行业“出圈”了一批如姜瑜一般的独立酿酒师和品

牌。“2023 年国产葡萄酒的表现可以说是两极分化，有品质、做品牌、坚持创新的酒庄还在不断发展，并且吸引了更多年轻用户，比如，银色高地酒庄推出了添加了宁夏米酒的起泡酒《开屏》和苹果西打酒《山泉之舞》，还有独立酿酒品牌田园酿造，复兴了百年丹凤品牌，推出玫瑰香橙酒。”小皮分析指出，如果没有坚持品质和品牌，渠道又比较传统的酒庄，在这样的行情下就很困难。

归根到底，打铁还需自身硬。千百年来，这个道理一直好用，并且从不缺乏实例证明。至于中国葡萄酒到底会不会“遥遥领先”，记者想用中央电视台主持人康辉点评《中央广播电视总台 2023 主持人大赛》时说过的一句话来回应：“成功是什么？无非就是站起来比倒下去又多了一次。”

愿新的一年，我们的葡萄酒行业不仅能站起来，还能坚定地走下去。因为从趋势上来看，早晚有一天，中国葡萄酒会与消费者们在顶峰相见！

作为中国白酒鉴赏标准级酒品，国窖 1573 源自全国重点文物保护单位——持续不间断酿造 450 年的“活窖池”1573 国宝窖池群，并经由入选首批国家级非物质文化遗产的“活技艺”泸州老窖酒传统酿制技艺酿造，被誉为“活态双国宝之酿”。

深厚悠久的历史文化底蕴、锐意创新的态度和精神，让国窖 1573 得以以中国白酒、中国文化典型代表的身份走向全球，让世界品味中国白酒的时尚健康和一流品质。一直以来，国窖 1573 积极与体育产业跨界合作，让中国白酒文化与体育文化深度融合。

2017 年起，国窖 1573 创行业先河，与 WCGC 世界企业高尔夫挑战赛达成战略合作，双方联袂打造国窖 1573WCGC 中国赛。2018 年，国窖 1573 牵手俄罗斯世界杯，成为官方款待唯一中国白酒品牌，将中国的浓香佳酿和白酒文化带到世界杯赛场，与球迷共享燃情时刻。同年 10 月，国窖 1573 与澳大利亚网球公开赛历史性携手，成为其全球官方合作伙伴；国窖 1573 成为澳网唯一指定白酒，助推网球事业在中国的长足发展，也为品牌与全球消费者搭建起沟通交流的国际化舞台。

2022 年，国窖 1573 牵手 2022 卡塔尔世界杯，特别推出“FIFA2022 卡塔尔世界杯官方授权白酒”，让中国白酒文化再度与世界杯所代表的积极进取、勇于奋进的体育精神相碰撞。2023 年 12 月，泸州老窖与澳网完成续约，开启新的五年合作，国窖 1573 继续担当澳网唯一指定白酒，让蓝色球场再迎中国式胜利时刻。

从足球、网球到高尔夫，再到冰雪运动，国窖 1573 不断与世界流行的运动跨界合作，用世界通用的语言讲述中国故事、传播中国文化。未来，国窖 1573 将持续推动冰雪运动普及、助力中国体育事业发展，以美酒和运动为媒，向全球消费者传递优雅、健康、有品味的中国生活方式。