

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY



权威性·指导性·专业性·唯一性·信息性·服务性

今日12版

2016年11月7日 星期一 农历丙申年 十月初八 第208期 总第8712期
营运专线:13980606808 中国企业家网:www.zgceo.cn 官方微博:weibo.com/jrwb http://weibo.com/qyjb国内统一刊号:CN51—0098 邮发代号:61—145
全年定价:250元 零售价:5.00元酒道·酒界要闻
Alcohol arts

酒业周刊 | Wine weekly

酒企老板 云集 2016 胡润百富榜

近期,2016年胡润百富榜发布,上榜门槛已经连续四年保持 20 亿,最新显示共有 25 家酒类相关企业上榜,总财富值达到 1490 亿,人均财富值 59.6 亿。其中天士力集团(国台)的闫希军家族让然以 160 亿的财富荣膺酒业第一, 排入榜单的财富最少的为山东华鹏玻璃(酒瓶等)张德华、张刚父子,以及中油塔鑫石化(酒鬼酒代理)李健康,财富总额同为 20 亿元。

翻看这份名单,除了天士力(国台)闫希军家族和山东华鹏玻璃张德华、张刚父子,既有怡亚通周国辉,百润股份(RIO)刘晓东、柳海彬、喻晓春,辅仁药业(宋河)宋文臣,劲牌吴少勋,郎酒汪俊林,稻花香蔡宏柱,华泽吴向东,青稞李银会,蓝天贸易(洋河)杨廷栋、张雨柏,口子窖徐进、刘安省,迎驾贡酒倪永培、威龙股份王珍海、剑南春乔天明、酒仙网郝鸿峰等大家熟悉的企业家,又有星河湾(星河湾老酒)黄文仔,大百汇(厚工坊酒)温纯青、温育青,英轩实业(食用酒精)李世勇,精功科技(会稽山绍兴酒) 金良顺等涉及到酒类业务的企业家。

在榜单中,白酒相关的企业家共有 16 个,酒类流通企业 2 个,鸡尾酒 3 个,保健酒 1 个,葡萄酒 1 个,酒类配套 1 个,食用酒精 1 个,黄酒 1 个。可见高利润率、市场规模大的白酒依然是最容易造富的。(云头条)

中酒协发布 《中国理性饮酒指数报告》

近日,在中国酒业协会主办的 2016 全国理性饮酒宣传周北京主会场启动仪式上,中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉发布了中国酿酒行业首份理性饮酒指数报告《中国理性饮酒指数报告》,以致力于推动中国酿酒行业的社会责任建设。

宋书玉指出,该《报告》通过对中国不同消费群体进行深入调查,全面展现了消费者在酒类知识、态度、行为等方面的现状与问题,从而有针对性地减少不健康饮酒行为,培养理性饮酒的社会文化,并在消费者尤其是未成年人中,引导理性饮酒的行为转变。

该《报告》囊括调查背景、研究方法、指数计算、未成年人与理性饮酒和你不知道的中国人酒席五个部分。该《报告》中理性饮酒指数由三个指标组成,即通过计算酒类知识、态度和习惯的得分,得出平均分为理性饮酒指数分数。该《报告》显示,79%的未成年人有过饮酒经历,平均初次饮酒年龄为 13 岁。(孙燕明)

2016 中酒协 白酒技术委员会会议召开

近日,由中国酒业协会白酒分会主办、江南大学承办的“2016 年中国酒业协会白酒分会技术委员会(扩大)会议”在无锡江南大学召开。据中国酒业新闻网消息,来自全国 100 多家企业、科研机构和地方酿酒行业协会的近 200 位代表参加了会议。

本届会议为期两天,以大会报告和论文演讲的形式进行。在两天的议程中,与会专家代表围绕白酒高效、安全与优质酿造等方向开展深入交流与研讨,介绍他们最新的研究进展和成果。

白酒技术委员会(扩大)会议是中国白酒行业的三大会议之一,每年召开一次,是白酒协会组织的基于白酒酿造技术的全方位交流平台。(王帝)

中国酒周刊 设立信息采集中心 邀请书

为了进一步拓展信息采集渠道,聚集、整合有效资源,形成报企联动的快速机制,本刊决定:在全国各地设立信息采集中心(站),业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。

凡有意愿承担设立“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士,请将个人简历和联系电话等信息,发至邮箱 3086645109@qq.com,具体商谈工作流程和相关待遇。

邀请热线:13980606808

中国酿酒大师赖登燁： 中国白酒理论与实际的 践行者

人物档案

赖登燁,四川水井坊股份有限公司总工程师,水井坊传统酿制技艺第七代传承人。拥有首届“中国酿酒大师”,首届“中国白酒首席品酒师”,教授级高级工程师,国家级非物质文化遗产项目酿造技艺代表性传承人,中国白酒专家委员会专家,中国白酒科学技术突出贡献专家等多项头衔,荣获部及省市人民政府科技进步奖 142 项,在化学工业出版社出版《白酒生产实用技术》等著作 2 部。



如今,已经 68 岁高龄的赖登燁,仍日日坚守在工作岗位上,践行着他当初“酿酒一生”的承诺。拥有“中国酿酒大师”,首届“中国白酒首席品酒师”,中国白酒科学技术突出贡献专家等多项头

衔的赖登燁,同时也把传播博大精深的白酒文化作为使命。

谈到对酿造技艺传承的看法,赖登燁提到三个关键点,一是丰富过硬的理论知识,二是扎实过关的实践经验,三是自我提

升和学习的能力。谈到第三点,赖登燁特别强调讲课对于个人能力提升的重要性。

对于中国白酒,赖登燁有个期许:“白酒企业在塑造品牌时,能够更多地从中国白酒传统工艺和技术的传承中挖掘品牌内

涵,充分利用好老祖宗留给我们的文化遗产,让消费者通过对白酒酿造过程的深入了解,真正意识到我们的每一滴酒都是经过几代人的心血精雕细琢、优中选优而得来的。”[详见 04 版]

把酒酹滔滔 心潮逐浪高 ——《企业家日报·中国酒周刊》发刊词

《企业家日报》总编辑 龙良翼

创办《企业家日报·中国酒周刊》是酒的呼唤。

我们希望酒永远让人欣喜若狂,不管是白酒、啤酒、红酒、洋酒,让人渴望,让人兴奋,是它的功能使然。

酒,是一个长久而复杂的话题,从原始部落到农耕文明到现代社会,酒在中国,从没有衰落过,特别是中国的白酒,以及酒的文化、文明、文物,长长地表达 5000 年的华夏精神。

酒,是一种物质,是一种特殊食品,是一种精神,是一种技能,是一门艺术,是历史,是文化。

从轩辕酒旗之星,到夏朝的“杜康”一味佳酿,到今天的万酒飘香,酒伴随着华夏子孙繁衍、发展、生生不息到今天和明天,就是酒的神功与神力发挥。

酒,从表面看,无非是高粱、大麦、米或葡萄或其他水果发酵制成的饮料。中国酒的起源,要追溯到炎黄时代。殷墟出土的甲骨文已有“酒”字。

纵观源远流长的历史,因酒酿出的文化,可谓渗透了卷帙浩繁的整部史书。而酒于创造和丰富历史,推进文明,则确实实功不可没。借酒的作用而复国雪耻的史实,曾被古越国黎民广为传颂称道。《国语·越语下》记述着越王勾践曾沉于“禽荒”耽于“酒荒”而导致国家倾颓、社稷沦落。后因听从范蠡韬晦之计,而变“酒荒”为“觞饮”,十年生聚,伺机而动,终于复仇雪耻,完成霸王大业。而赵匡胤的“杯酒释兵权”,自古已成了颇为耐人寻味的典故。涉猎史书,借酒壮胆,以酒壮行的事例,更谓感人。“风萧萧兮易水寒,壮士一去兮不复还”。口吟这悲壮激越的诗句,使人不由遥想当年燕太子丹在易水河畔,为壮士荆轲执酒饯行的动人场面。王维《渭城曲》里“劝君更尽一杯酒,西出阳关无故人”,是诗人举杯送友人时忧虑而难舍的伤感。提着哨棒过景阳岗的武松,明明看见了“三碗不过岗”的布告,还吆喝店小二拿酒来,要喝个够,夜行时真与威风凛凛的山大王狭路相逢,武松借酒壮胆,趁着酒劲,才敢与扑食饿虎决一雌雄,是酒成就了武都头。

放下酒与武士结下不解之缘,再说酒与文人的关系。李白就是典型的例子。他使酒这世俗饮品,和诗乃至浪漫主义一下拉近了距离。“李白斗酒诗百篇,长安市上酒家眠;天子呼来不上船,自称臣是酒中仙。”仗着醉意



取顶撞皇帝。杜甫在《酒中八仙歌》中对李白的描绘,则使李白在纸上活了下来。酒与人生得意与失意的效用。也被李白刻画得入木三分。“人生得意须尽欢,莫使金樽空对月。”“抽刀断水水更流,举杯消愁愁更愁。”在浩繁的中华文化史中,那些先贤们以酒引发联想,因酒超凡发挥,书法家王羲之邀名士相聚绍兴兰亭,在曲水流觞中赋诗成集,他乘酒兴,挥笔立就举世闻名的《兰亭集序》。吟诵范仲淹的《岳阳楼记》,不由得深深地仰慕他“把酒临风,其喜洋洋者矣”的潇洒脱俗灵气。

鲁迅写过一篇《魏晋风度及文章与药及酒之关系》,其标题就出现酒字。酒对中国文化史上大名鼎鼎的魏晋风度,颇多影响,其代表人物竹林七贤似乎都好酒,他们喝酒可不浅斟低酌,放浪形骸。刘伶写过一篇《酒德颂》,视酒若宗教,顶礼膜拜。阮籍则醉后独驾出游,穷途而哭,要是现在定会作“酒后开车”处以罚款扣了驾照。

中华民族是一个酒的民族,长长的中国酒文化史浩繁无比。中国,是酒的源头,酒的故乡,酒的王国,酒的天地,酒的世界。

历朝历代,多少文人墨客讴歌酒文化,留下了斗酒、写诗、作画、养生、宴会、饯行等酒的话佳,更留下了人际交往的酒仙美谈。因为酒,出了英雄,也出了狗熊;因为酒,成了大事,因为酒,也坏了大事!酒,在中国人的生活中是极其重要的,1960 年至 1963 年,中国遇上三年自然灾害,没有粮食做酒,党和国家领导人认为即使粮食不够吃,酒还是要喝的,

人民不喝酒,建设社会主义怎么会有激情?周恩来总理和方毅副总理指示轻工业部,研究一种新的酿酒方法——不用高粱、大米之类的粮食,不用大曲,仅用芋头、薯秆、红薯、高粱秆、桔杆、甘蔗制糖后的废料等来酿酒,以满足人们对饮酒的需求。酒,无论怎样,它昨天、今天、明天都是人们不可或缺的食品,更是精神饮品。

酒,将传播到永远;酒文化,也将传播到永远!人类,需要酿造商品位的醇香美酒;人类还将传承高品位的优秀文化。

于是,《企业家日报·中国酒周刊》由此创刊,它是在本报创办并运行近 20 年、业界反映良好的《中国糖酒周刊》的基础上,逆势而行,进行提档升级、改版强化的成果:将《中国糖酒周刊》每周四个版面扩增到每周十二大版,并专注于对中国酒业传播的做大、做强和做深、做精。它肩负着社会消费者对酒的饮用需求与饮酒重任,肩负着传播中国辉煌的酒文化。

《企业家日报·中国酒周刊》以其全新的文化定义,它集中国酒生产、管理、消费为使命构筑起宣传平台,为中国社会的广大酒消费者们,为中国酒生产企业、酒行业的人士提供了解中国酒文化的全新视角,以促进中国酒产业的更大、更现代化的发展。

把酒酹滔滔,心潮逐浪高。

天君一壶酒,细酌对春风。

酒,是中国人赏不尽的活化石,饮不完的王泉浆。