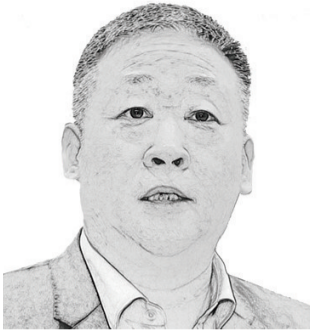


## 以标准化服务白酒产业高质量发展



宋士玉

中国酒业协会理事长

浓香型标准是中国白酒产品体系中最先确立的标准,也是中国白酒标准体系中名酒品牌最多、企业数量最多、全国白酒市场份额最大的品类。浓香型白酒标准体系的制修订对于全国白酒标准有着重要的影响,对于中国白酒标准体系的构建和完善,同样有着重要的影响。

浓香型白酒生产地和市场消费覆盖全国、价格带覆盖全域,形成全国名酒加区域名酒的梯次格局,是中国白酒稳定发展的根基。近年来,品类竞争加剧,但可以看到,浓香型白酒依然充满韧性,上市酒企核心指标上涨,区域酒企完成结构升级,名酒企业产能提升、市场提升,已经具备了新一轮上升发展的基础。未来,浓香型白酒如何持续提升标准体系的建设,如何构建更加完善的从原料到酿造、贮存、勾调、成品再到服务,如何构建从自然生态到酿酒微生态的标准化系统,如何

推动酿酒技能人才的成长等等,都面临着前所未有的挑战。

提升广泛性,明确引领性。之前,标准体系的构建是建立在先工艺、先产品,也就是产品引领标准;今后,我们要充分发挥浓香型白酒名酒及骨干企业国家级技术中心、工程技术中心的作用,发挥中国酒业协会创立的产学研协科研平台作用,提升产业科研水平及科研成果对于标准体系构建的重要作用。收集消费者关于浓香型白酒的相关理解信息,以高质量构建浓香型白酒标准化体系。比如关于产品的标准表达,要基于中国白酒多风味物质与多活性物质的复杂构成而出发,从定义到原料、工艺、贮存、勾调等方面,系统构建更高的标准,来引领浓香型白酒的发展。

提升共性,张扬个性。浓香品类在引领中国白酒产业发展方面所做出的贡献不可否定,但是,浓香型白酒同

质化现象也最为严重。产品个性化是白酒产业的本来,也是浓香型白酒的本来。坚持超越自我是产业不断进步的需要,生活丰富多彩,美酒也要丰富多彩,酿造极致个性化产品是浓香型白酒突破自我的必然之路。香型分化已经是无法回避的事情,酿造极致个性化产品同样是未来的明确方向。

生态标准,微生态标准。酿造生态与酿酒微生态多样性与稳定性是产品个性化的核心所在,也是产区表达的核心支撑。每一家名酒企业在这方面都有义不容辞的责任和义务,我们要深入研究酿造生态与酿酒微生态,解析酿造生态与酿酒微生态的神秘,并在科研成果的支持下构建酿造生态与酿酒微生态标准体系。

更专业,更明白。让专业的更专业,让消费者更明白,是白酒标准化工作的明确目的。目前的白酒标准体系,我们不能否认有许多专业人员不

清晰、消费者更不清晰的概念表述,“千年老窖,万年糟”的表达方式,已经远远不能满足消费者的需求了,尤其是白酒感官感知的表达,消费者基本上听不懂,对传统工艺的总结与表述,传播也远远不够。产区表达,酒庄、酒坊表达,年份表达等新的白酒品质与价值表达体系的建立,希望浓香型白酒走在前面。

如今,酒业进入分化、变革、转型和重塑的重要历史节点,白酒作为长周期、重资产、缓回报的传统产业,正经历着产业结构、市场结构和消费结构的变革与转型,逐步进入到强分化的深度调整阶段。主动分化还是被动分化面临着抉择。浓香型白酒要保持优势,标准领先是其重要标志。同时,白酒国际化已经成为名酒企业的自觉行为,也是中国名酒未来发展的必然选择,而围绕国际化相关标准的研究与制定也是迫在眉睫。

## 赓续中国酒文化,引领世界酒潮流



张联东

江苏洋河酒厂股份有限公司  
党委书记、董事长

中国白酒的历史底蕴与文化魅力,可以用“前世、今生、未来”来概括。忆往昔峥嵘岁月,中国名片、文化名片,引领“白酒文化生态圈”。

中国白酒文化一直从各方面深深影响着中国人民,美酒在中国人民追求美好生活道路上,充满着独具仪式感的表达方式。酒文化扎根于民族传统文化,与民族传统文化息息相关、一脉相承;中国白酒文化是植根在中国人基因里的思潮。中国的白酒文化在酿造哲学、文化精髓、道家思想、处世之道、发展愿景和时代使命中,都有着不同的含义,中国白酒文化根深蒂固;中国白酒文化是印刻在中国人骨子里的仪式。一杯酒,见证了千年历史的风云变迁,在岁月沉淀的酒香中镌刻着时代足迹;中国白酒文化是流淌在中国人血液里的情怀。唯有美酒,能

够集传统和现代于一身、物质和精神于一体,通天地、通古今、通高雅、通世俗、通未来。

看今朝生机盎然,C位出道、火爆出圈,构建“酒业命运共同体”。

中国白酒有着“共同的文化根脉、共同的产业担当、共同的发展使命”,让我们想在一起、站在一起、奋斗在一起,构建“命运共同体、发展共同体、文化共同体、梦想共同体”。

中国白酒头部企业已成为酒文化引领潮流的“歌者”和香飘世界的“舞者”,把中国酒文化的厚重底蕴和独特魅力展现给世界;民族企业怀揣梦想,逐梦远航,既代表着“中国文化”与“中国智慧”走向世界,更代表着“美美与共”与“世界大同”的博大情怀;我们既聚焦深度,持续深耕国内市场,更拓宽广度,在国际市场寻找更广阔的发展

空间,用“中国属性”“中国符号”弘扬“中国文化”,高品位、高层次、高质量地走向世界,融入世界、引领世界,让世界感知中国文化之美。

向未来任重道远,融通古今、贯通中西,连接“文化交流新丝路”。

“丝绸之路”催生了中国白酒品牌出海的梦想,“一带一路”坚定了中国白酒集体出海的梦想。我们要让世界更好读懂中国名酒的“精气神”,更深深感受中国品牌的“正能量”。

随着“理性饮酒、理性消费”深入人心,我们应:坚持“以消费者为中心”,以“性价比”赢得消费者的信赖,以“心价比”收获消费者的青睐;坚持“以科创力为重心”,实现“品质”与“品味”的满足、“文化”与“价值”的传递、“奖杯”与“口碑”的统一;坚持“以可持续为核心”,让生态更美,环境更优,商

业更向善,社会更美好。

让中国白酒赓续文化交流的精神力量,我们应:在坚守中传承文化,用“非遗手工”涵养酒文化,用“年份老酒”丰富酒文化,用“大师酿造”厚植酒文化,用“中国匠造,梦想之光”点亮“中国酒文化新体系”的“灿烂星光”。

中国白酒的国际化,需要我们以全球化的视野和战略眼光,通过“多向共进”的方式,让中国白酒“走遍世界”:广建“文化圈”,积极传播中国传统文化,持续讲好中国品牌故事,为中国白酒国际化“充电蓄能”;扩大“朋友圈”,在“华人朋友圈”和“国外消费群”中掀起品鉴热潮和消费热点,在全世界为白酒“快速集赞”;拓展“事业圈”,集聚更多国际资源,发展更多国际市场开发伙伴,为白酒国际化不断“引流涨粉”。

## 精品葡萄酒市场已触底?



Rafael Tonon

The Drinks Business撰稿人

毫无疑问,精品葡萄酒市场在过去的18个月里一直处于低迷状态。尽管8月份出现了短暂的反弹,但伦敦国际葡萄酒交易所(Liv-ex)的最新报告显示,9月份的跌幅更大,那么,市场终于触底了吗?

来自Liv-ex的数据显示,8月下半月的交易量有所上升,这似乎是一个有希望的迹象——按价值计算,55%的交易量发生在8月下半月。同样,当月市场上交易的葡萄酒数量分别增长了9.8%和9.9%。然而,9月份的数据出现了波动,创下了一年来的最大跌幅。追踪二级市场最受欢迎的100款葡萄酒的Liv-ex 100指数较上月下跌1.7%,今年迄今的涨幅为7%。的确,交易量高于上月,表明买家仍处于活跃状态,但交易金额有所下降。

此外,Liv-ex精品葡萄酒50指数在9月份下跌2.1%后,目前低于2020年的水平,而世界其他地区60指数中2/3的葡萄酒也在下跌,其中一些美国葡萄酒,尤其是啸鹰(scream Eagle)和作品一号(Opus One),似乎受到了汇率波动的打击。然而,波尔多指数的Matt O'Connell表示,“近几个月来,历经一年多持续的价格波动已经出现了一些企稳,但就价格即将出现大幅上涨的某个点而言,我们可能需要先看到市场活动的上升。”尽管如此,他还是注意到了一些积极的迹象,“我们看到一些勃艮第名酒的价格再次上涨,香槟也出现了一些积极的迹象。当然,大多数勃艮第和香槟的价格仍然高于2021年初。”他指出,在这种情况下,前瞻性仍然很重要。

葡萄酒评分网站Wine Lister认为,总体而言,市场正显示出价格企稳的迹象,尽管酒商告诉他们,并非所有地区的葡萄酒都是如此。例如,虽然香槟在过去6个月表现良好,但期酒的发布价格对最近的波尔多年份产生了负面影响。

一位领先的酒商补充说,如果顶级香槟的价格在未来18个月内再下跌35%,那是不可思议的,而在10年后,目前的价格“将被视为一个机会”。

Wine Lister解释说,葡萄酒市场无疑是一个长期的游戏,它是周期性的,受宏观经济因素的严重影响。

该公司指出,英国一些领先的精品葡萄酒分销商对瓦尔河谷精品葡萄酒的走势表示不满。Wine Lister补充称,其他价格更实惠的产区,如汝拉

(Jura)和不那么著名的勃艮第产区可能会看到一些吸引力,因为消费者在寻找相对有价值的替代品。

Liv-ex的经纪主管Robbie Stevens指出,最近的月度环比跌幅远超过去两年市场所见的任何时候都要严重。他说,两年来,市场一直以1%-2%的速度缓慢下降,而不是由某个因素引起短暂而急剧的下降。这种情况,在业内人士中培养了一种持续的乐观情绪,认为情况可能会迅速好转。然而,在经历了夏季的平静,人们希望9月份会有积极的起色,最近的一次下跌可能会给市场带来冲击,让市场在接受下行势头后真正重新调整。

虽然在当前价格水平上可能仍有很多酒值得入手,但事实上,在触底之前可能还有一段路要走。

(本版文章仅代表作者观点,不代表本报立场。您对以上观点有何见解,欢迎通过新浪微博@华夏酒报进行讨论。)