

中国酒业协会权威发布

中国白酒产业发展报告

(2017—2018)

CHINA BAIJIU
INDUSTRY
DEVELOPMENT
REPORT

王延才 | 主编

宋书玉 杨 柳 | 副主编



中国轻工业出版社

全国百佳图书出版单位

中国白酒产业发展报告 (2017—2018)

王延才 主 编
宋书玉 杨 柳 副主编

图书在版编目 (CIP) 数据

中国白酒产业发展报告 (2017—2018) / 王延才主编. —北京:
中国轻工业出版社, 2018. 3

ISBN 978 - 7 - 5184 - 1897 - 8

I. ①中… II. ①王… III. ①白酒工业—产业发展—研究报告—中国 IV. ①F426. 82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 048803 号

责任编辑: 江 娟 王 朗 车向前 责任终审: 劳国强 整体设计: 砚祥志远
策划编辑: 江 娟 王 朗 责任校对: 吴大鹏 责任监印: 张京华

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印 刷: 艺堂印刷 (天津) 有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2018 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 787 × 1092 1/16 印张: 19.5

字 数: 436 千字

书 号: ISBN 978-7-5184-1897-8 定价: 240.00 元

邮购电话: 010 - 65241695

发行电话: 010 - 85119835 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请与我社邮购联系调换

171084K1X101HBW

编委会

主 编：王延才

副 主 编：宋书玉 杨 柳

参编人员：甘 权 蒿 凤 张志刚 张昌国

胡建中 陈一君 焦芳芳 黄 平

徐 洁 郭 丹 张雪彬 陈雪欢

高佳羽 尹 敏 饶志誉 王建民

序 言

白酒产业经过五年的深度调整，转型效果初步显现，产业结构、产品结构平稳向好，白酒产业重心向优势产区转移，消费需求向优质品牌集中。消费者对白酒美好品质的追求与白酒产业发展不平衡、不充分的矛盾是今后白酒产业发展需要解决的主要矛盾。

在当前白酒消费升级的巨大推动作用下，产业发展迎来了近年来最好的机遇。在国家鼓励实体经济、推进民族品牌战略的倡导下，2017年白酒产业不负众望，结构调整取得了重大突破，特别是高端白酒的大众消费逐步成为核心增长力，有力地保障了白酒产业稳中向好的发展态势。白酒产业的稳定发展，正是对国家经济长远发展构想和民族品牌战略的最有力响应。

随着全球经济一体化进程的不断推进，世界酒业的格局也在日新异变化。有机构研究显示，“一带一路”潜在的白酒消费是国内消费量的两倍以上，中国白酒的国际化发展正处于一个重大历史机遇期。为了实现中国白酒的国际化，中国白酒产业尤其是领袖企业倾注巨大精力，长期不懈地努力探索，做了很多有益的基础工作，体现了中国白酒文化的自我担当，和向世界传播中国酒文化的迫切需求。

在新的国际国内环境下，国内各白酒生产大省和知名白酒企业陆续做出重大变革或调整。白酒产业日趋多元化、精细化、全球化，白酒产业的市场竞争也日趋白热化。中国白酒企业能否及时抓住新机遇、有效应对各种新挑战，也将决定其能否在未来的中国酒类市场板块竞争中继续保持优势地位，进而带领中国传统白酒在与其他酒类品种及进口酒激烈的市场争夺战中不断发展壮大。

《中国白酒产业发展报告（2017—2018）》就是在当前国内白酒产业转型升级背景下撰写的。《报告》在行业有关专家的支持下，深入开展专题研究，汇编了2017年产业的总体发展概况，梳理了主要产区和特色产区的发展特点、存在问题、面临形势、发展策略，并展望了2018年行业发展趋势，具有重要的交流和借鉴意义。

千里之行，始于足下。无论是酒业人士，还是跨界专家，既是读者，也可以是作者，让我们继续努力，力争做出一部研究深刻、分析到位、预测科学的产业发展报告，也希望《中国白酒产业发展报告（2017—2018）》能对广大从业人员深入了解行业提供有益的参考和帮助。

编委会

2018年2月

目 录

第一篇 产业概况

2017 中国白酒	2
2017 年行业经济运行概况	11
2017 年行业发展特点	19

第二篇 2018 年发展展望

2018 年中国白酒展望	32
--------------------	----

第三篇 主要产区发展报告

贵州遵义产区白酒产业发展报告	40
四川宜宾产区白酒产业发展报告	57
江苏宿迁产区白酒产业发展报告	64
四川泸州产区白酒产业发展报告	69
山西吕梁产区白酒产业发展报告	76
安徽亳州产区白酒产业发展报告	79

第四篇 特色产区发展报告

中国北方浓香型白酒生产基地——内蒙古巴彦淖尔市	84
中国豉香型白酒产业基地——广东省佛山市	88
中国芝麻香型白酒第一镇——山东省景芝镇	93
中国白酒原酒之乡——四川省邛崃市	101
中国白酒名城——湖北省枝江市	109
中国白酒原酒基地——山东省高青县	114
中国东南白酒名城——福建省建瓯市	118

第五篇 专题篇

树立全球意识, 团结各方力量推动中国白酒国际化进程	124
---------------------------------	-----

中国白酒产业分析与预测 128

对中国白酒业发展的再认识 155

中国白酒产业转型升级的概念、目标和实施路径 159

中国白酒上市公司业绩分析与预测 170

加快白酒产业发展方式转变研究 187

中外酒业市场调查与分析 228

第六篇 企业篇

贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司 270

四川省宜宾市五粮液集团有限公司 273

江苏洋河酒厂股份有限公司 277

泸州老窖股份有限公司 282

山西杏花村汾酒集团有限责任公司 285

安徽古井贡酒股份有限公司 293

北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂 296

劲牌有限公司 299

第一篇

产业概况

2017 中国白酒

宋书玉

中国酒业在深度调整中走过了四年，由被动接受到心态放稳，由不适应到积极应对，由措不得力到思变创新，中国白酒产业发展平稳向好。消费升级助力中国白酒需求增长，结构调整助力骨干企业效益提升，服务升级助力品牌企业赢取市场，多元营销扩大产品覆盖，争取更多消费者青睐，技术创新提升产品品质，社会责任担当塑造产业形象。2016 年可以说中国白酒产业亮点纷呈，2017 年是白酒产业深度调整的第五年，也可谓转折年，应该说有更多精彩充满想象。

消费升级推动，名酒需求渐旺，名酒价格回升，白酒价格趋稳；产业调整筑底，劣质产品、落后产能淘汰，品质提升，品牌集中，产能压力缓解，产业结构重组；震荡后的产业新格局形成。葡萄酒、啤酒、保健酒等产品营销创新，市场消费多元竞争加剧。互联网营销、体验营销、酒类流通创新、酒类流通体系变革还在聚集。产业发展、标准监管等政策调整，都在期待市场新秩序的建立，白酒产业新的常态悄然发生了变化。

作为新年伊始要完成的任务，深度思考产业问题，提出产业发展思路，请业内同仁批评、讨论、借鉴。针对 2017 中国白酒，我提出的关键词是匠心、共享、开创。

工匠精神是中国智酿，中国名酒的核心；共享经济是企业未来实现经济社会价值的必由之路；创新消费文化、开创国际市场是中国酒业的中国梦。所以匠心铸就百年品牌，共享成就产业价值，开创发展实现中国白酒产业未来。

一、匠心

工匠精神是 2016 年的热词，作为传统制造业，中国白酒是最能体现工匠精神的产业之一，也是我们产业常常炫耀的法宝。工匠精神在 2015 年中国白酒领袖峰会上苏酒集团张雨柏主席就提出白酒产业必须坚持工匠精神，工匠精神是中国白酒的品质核心，没有工匠精神就会亡于脚下。能否成为“工匠”关键是有没有“匠心”。反思我们产业在发展过程中，我们的酿造、我们的创新、我们的服务，是否初心不改、匠心使然、精益求精、不断追求完美？“中国白酒 3C 计划”——品质诚实、服务诚心、产业诚信，就是呼吁、引领产业守住匠心，坚守品质，诚信标识；消费者至上，匠心服务；以诚信立产业发展之本。

纵观中国酒业的发展，中国名酒的成功者无疑都是品质的坚守者，都是不断追求完美的创新者，都是更好满足消费需求的服务者。但是我们也看到有失去自我迷失方向者，遗失匠心品质失去市场者。以匠心坚守品质，方能传承中国白酒经典；以匠心不懈创新、精益求精，方能提升中国白酒酿造技艺；以匠心坚持诚实、诚信服务消费者，方

能奠定中国白酒产业发展根基。

（一）匠心品质，传承经典

匠心是坚守，坚守传统是中国酒业守道之本：粮谷原料，多微共酵，甑桶蒸馏，陶坛储存，乃其法理。料必精，时必适，工必到，法必精。中国酒的酿造神秘而复杂，白酒传承之道就是坚守工艺，师道古法，一丝不苟。古法精酿一直以来为酒业自身炫耀之本，所以没有茅台九蒸八酵七取酒之法，没有汾酒清蒸两排清的传统工艺，没有五粮液、泸州、古井、洋河的百年古窖、千年续茬，就没有中国名酒品质。中国名酒（四大名酒、八大名酒、十七大名酒）是中国白酒匠心品质的最好表达方式，随着酒业的发展，中国白酒需要新的品质表达方式和表达体系，最好的方式就是中国酒业协会正在致力于推行的中国白酒酒庄表达方式。大师酿造、个性定制展现匠心、中国首席品酒师与定制酒联盟、酿酒大师艺术馆等方式都是新的展示中国白酒匠心品质的表达。

严己身教，尊师重道，传承有序，已经形成了中国酿酒技艺的传承体系。酿酒师、品酒师进入职业大典，职业培训（注重职业培训，人才培养）认定有章可循，职业教育、专业院校酿酒人才源源涌现。中华老字号，世界非物质文化遗产的认定，酿酒技艺传承人代代相传，传承有礼。从而使中国酿酒大师人才辈出，中国酿酒事业薪火相传，生生不息。2017 中国酒业协会中青年专家培养计划就是为匠心传承而实施的行业工程。

匠心更需梦想、执着和奉献，2017 年恰逢酒界泰斗秦含章先生 109 岁。秦含章先生在酒业建树前无古人，秦老 84 岁退休，创造了酒业传奇，季克良先生在岗位 52 年，也可谓中国酿酒企业第一人。王国春、李家顺先生创造了酒业发展奇迹。他们都是中国酒业的楷模，他们匠心使然、孜孜不倦、甘愿奉献的精神可谓中国酒业精神。以匠心为初心，有梦想，有追求，热爱酿酒，甘愿奉献，鞠躬尽瘁，用一生酿好酒的中国酒业精神是产业之神圣经典。

（二）匠心追求，创造经典

中国白酒道法自然，天人合一，酿酒大师指挥着不计其数的微生物共酿美酒，让自然发酵之玄妙尽情展示；让甑桶蒸馏，复杂提纯、萃取、香与味完美融合；陶坛陈储、艺术勾调呈现美酒的优雅、丰满。这其中无不体现出酿酒大师的智慧。中国名酒正是在不断追求精益求精过程中品质不断提高。《烟台操作法》《汾酒试点》《茅台试点》《北斗计划》、历届中国名酒评比大大推动了传统名酒酿造技艺的精细化、规范化、标准化，都可谓中国酿酒工艺技术精益求精不断创新的典范。汾酒优质高产技术、五粮液低度白酒酿造技术、庐州的古窖酿造技艺、古井的人工窖泥培养技术、洋河的绵柔蓝色经典创新品类都是白酒产业创新的榜样。

从分析化学到风味化学，科学总结了中国名酒工艺技术和产品风格；从酿酒微生物认识到功能菌选育，从经典工艺到多工艺相融的芝麻香型酒创立，从《中国白酒 169 计划》《中国白酒 3C 计划》揭秘中国白酒的健康到今天中国白酒产业技术创新联盟，科技创新始终是推动中国酿酒技术进步的强大动力。

从自然酿酒，到人工酿酒，再到人工机械酿酒，而今我们又以科学审慎的态度进入智能智慧酿造的探索。

以中国名酒典型为代表系统建立了国家酒类标准体系，工艺技术规范，地理标志，

特色区域建设方兴未艾，精细化、系统化、标准化的中国酿酒技术体系已经形成，并且始终坚持精益求精追求完美。

（三）匠心文化，诚信树业

中国白酒的酿造千年积累形成了崇尚自然，师道古法，孜孜不倦，追求奉献的匠心文化。精益求精，追求完美，用一生酿好酒的匠心精神。诚心服务，诚信树业是产业发展的根基。2016年是《中国白酒3C计划》结题年，大批科研成果为白酒产业品质诚实，服务诚心，产业诚信奠定了坚实的科学研究基础。尤其是白酒真实性鉴别技术，白酒功能微生物研究提升白酒品质技术、白酒系列标准的研究，为产业诚信建设提供了强力技术保障。因此，困扰白酒产业发展的生产准入标准修订、饮料酒分类标准修订、白酒溯源标准、白酒标签标注标准的研究和制定2018年有望出台。通过法规、标准体系的建立促进产业诚信建设。

做好白酒产业诚信体系建设，我们共同要做好三件事：一是白酒科普传播，二是酿酒体验，三是理性健康消费理念的树立和传播。中国白酒的历史价值、文化价值、品质价值、科技价值等，中国白酒的酿造原料、酿造技艺、白酒储存、大师艺术、智慧的表达等，要以通俗的语言介绍给消费者，使消费者成为白酒熟悉的朋友。白酒故事每个消费者都可以娓娓道来，白酒酿造的神奇美妙，每个消费者都可以绘声绘色，白酒消费文化每个消费者都可以像专家一样品鉴、演示。到了有很多消费者都可以辨真、识酒的时候，消费者自然就成了产业诚信的监督员，那时产业不诚将不存。

酒业应共同树立匠心精神，弘扬匠心文化。无疑坚守匠心，坚持传统，追求精益求精的酿造技艺，追求完美品质方可铸就中国名酒经典。

2017年中国酒业协会计划设立中国酒业最高科技奖——秦含章奖。建立中国酒业秦含章奖励基金，旨在弘扬匠心文化，发扬中国酒业精神，鼓励科技创新。

二、共享

中国是经济全球化的践行者、倡导者、受益者。未来世界是中国经济全球化的共享者。酒文化可以窥见一个民族的品格，中国人最好的酒一定是与亲朋好友共享。2016年五粮液集团全球巡展活动就提出：世界名酒，全球共享。洋酒文化是最好的酒我优先享用。共享经济成就中国梦，共享更应该成就中国白酒产业的飞跃发展。共享经济的核心是让商品、服务、数据（资源）及（人的）才能等具有共享渠道的经济社会体系。互联网时代，大数据、云计算为共享经济奠定了技术基础，传统白酒产业要抓住机遇，以共享经济理念推动产业发展。共享创新发展，推动产业技术进步，共享市场资源，有效需求，有效供给，推进酒类营销创新模式，共享成长，合作共赢，实现中国酒业的中国梦。

（一）共享创新发展

中国酒业协会白酒技术创新联盟是在“中国白酒169计划”及“中国白酒3C计划”基础上建立的产业可持续创新机制，通过产业技术创新联盟建立，使产业优势资源汇集产业智慧共同投入研究产业核心技术和共性技术，推动产业技术创新能力全面提

升,产业技术进步加快,产业技术升级加快,是典型的共享经济理念联盟组织。通过几年的实践,创新联盟成效显著。按照国家技术创新联盟的相关要求,不仅完成了组织机构、联盟章程,同时在项目提出、项目论证、立项、资金使用等方面建立了完善的运行程序、规则。联盟企业及科研单位已经发展到 58 家。2016 年确定研究的项目有:白酒年份酒标准;白酒产品追溯体系指南;白酒计算机感官品评系统;白酒风味化学基础及应用研究;白酒酿造原料与品质关联机制研究;白酒群体微生物固态发酵机制的研究;优质固态发酵白酒品质提升技术;白酒原料品控标准及企业原料采购数据库的建立;酿酒原料的稳定同位素识别技术研究;大曲中微生物的功能、相互作用及遗传稳定性研究;不同白酒香型核心产区酿酒微生物对白酒风味与品质影响的研究 11 项课题。共享创新一定会成为产业创新的最大平台。为中国白酒产业技术创新,展现中国白酒的科技价值贡献力量。

(二) 共享市场资源

在企业经营活动中已经有许多资源成为共享资源,在经营过程中其实你不自觉地已经成为市场资源的共享者。优化配置,降低需求、供给以及其他共享成本是共享经济核心理念。我们业内主动共享的意识还比较差,主动共享的行动更是少。但是我们业内也不乏先见之明者,五粮液唐桥董事长在第二届中国白酒领袖峰会上曾经提出名酒专卖店可以探讨市场资源共享,2016 年领袖峰会袁仁国董事长提出包容合作、融合发展理念,刘淼董事长提出名酒联盟,共生共赢。中国酒业协会名酒收藏委员会、中国酒业协会定制酒联盟,就是协会倡导建立的共享渠道的具体体现。名酒收藏已经实现老酒联合鉴定,四大名酒,八大名酒纪念产品联袂出品,大大调动了老酒市场活力,助力老酒收藏热,消费热,大批酒类销售资源、消费者涌入老酒市场,老酒价值不断增高,市场前景广阔。定制酒联盟实现了中国酿酒大师、首席品酒师创意产品首次面世,让大师走进消费者,让消费者定制大师产品。联合创意产品在定制酒联盟成立大会上首拍吸引了大批酒类经销商和白酒收藏家,并以高价成交。大师创意产品在未来一定会成为酒类市场翘楚。老酒市场,大师创意已经成为酒类市场的共享资源。

未来我们可以探讨在酿酒原料、包装、辅料等需求上共享需求,降低成本,可以在产品设计、定位上按品类、价格,错位、互补有效供给,降低成本。在物流配送,装备、服务等方面共享资源,节约成本,树立共享经济意识,学会共享,善于共享,共生共荣,赢取未来。独享意识,独霸市场,必将灭亡。

(三) 共享成长

共建资源,共同拥有而不占有,同样也是共享经济核心理念。白酒产业有着开放相容、相互学习的优良传统。尤其近年来在技术创新、智能酿造方面,我们的骨干企业相互学习,不断提高。2016 年由此还成立了中国酒业协会智能制造联盟。学习名酒做好名酒是中国白酒产业的优良传统。

全产业要共同倡导共享成长发展观。中国酒业正在建立中国酒业协会继续教育基地以及中国酒业协会战略发展研究院,就是要汇集产业内外优势教育资源做好产业人才队伍建设。

中国酒业协会白酒酒庄联盟就是产业共同成长、共享成长的新商业模式,虽然刚刚

起步，却呈现出强劲动力。酒庄酒一定是中国白酒品质、历史、文化价值的全新表达方式。全产业共同努力将中国白酒酒庄打造成世界上最具厚重文化，传统技艺，体验观赏，藏酒消费的休闲圣地。白酒特色产区可以发挥区域优势打造白酒酒庄群。各级政府，中小企业转型发展应予以高度重视。并通过准入、评级完善中国白酒酒庄标准化体系，酒庄评级体系。产业共同创造中国白酒新商业模式。

同时白酒产业可以共同建设原料基地，包装、辅料基地；打假维权；维护市场秩序平台；产业预警机制应对突发事件共享平台等。全产业要共同树立共享经济的理念，相互学习，连横合纵，优势互补，共享创新，推动产业技术进步；共建需求，供给资源，节约成本，为消费者提供更高性价比产品。共同支持第三方服务体系、评价体系建设，共建自律、公约机制，敢于向害群之马说不。学会共享，善于共享实现中国白酒产业发展的高格局，高水平，高速度。白酒特色产区更要强化共享、生态、绿色理念，各级政府抓好特色产区建设。

三、开创

中国白酒产业每经历一次调整，都将促使产业思变，转型，创新，开创出产业新格局。20 世纪 80 年代产业调整，中国白酒名优产品品质提升，营销创新，消费升级，家庭消费进入饭店消费，产业繁荣。2003 年产业进入低谷，全国产量不足四百万千升，深度调整之后，量价一路飙升超过一千万千升和五千亿产值。与此同时，在此次深度调整过程中也不乏产业亮点。白牛二开创了中国低端白酒新传奇，毛铺酒开创了中国白酒健康新起点。此次产业深度调整后中国白酒产业会发生什么变化，触底则稳健，深思而智慧，千虑得良策，行实则效高。匠心文化必将深入产业根基；共享理念，开启高速发展；商业模式创新带来产业变革，产业新格局正在孕育之中。

（一）开创国际蓝海

2016 年在谈白酒产业转变时曾提到：白酒产业发展应以扩大内需向开拓国际市场转变，随着中国智造影响世界，随着一带一路走向世界，向世界传播中华酒文化。白酒的年出口量不到 2 万千升，占我们总产量 1300 多万千升的 0.12%，年出口额不到 5 亿美元，占当年白酒工业销售收入 5550 多亿的 0.5%。中国是世界酒生产大国、酒消费大国、酒文化大国。世界卫生组织 WHO 相关数据统计显示，中国作为世界上最大的蒸馏酒生产国，年平均产量占世界蒸馏酒总产量的 30% 左右，消费量约占世界蒸馏酒总销量的 28.5%。以全球视野横向比较，我们应该清醒地认识到，在国际市场上占有明显优势的却是欧洲烈性酒，英国威士忌在国际酒类贸易中占有率最高，达到 30.25%；法国白兰地位列第二，占有率在 11.5% ~ 13%；瑞典伏特加排名第三，约为 4%，而中国白酒在国际市场贸易中的占有率只有 0.76%。洋酒到中国很快随着酒吧、夜场洋酒文化被洋为中用，创造了洋酒的中国饮法，甚至在一些地区进入了中国酒的主渠道餐饮。中国白酒随着中国人的脚步遍及全球，中国白酒的身影也遍及全球，但在洋人世界，消费白酒的仍然是中国人。我们的白酒没有实现中为洋用。中国白酒的餐酒搭配，分享快乐，传达情感，场景、仪式等厚重的文化体系不够凝练，没有准备好如何给洋人讲中国

白酒的故事。

WTO 谈判由于我们没有做好充分准备，中国白酒与洋酒属性有别，也就是普通食品与特殊食品之分，洋酒到中国由特殊食品变成了普通食品，一路绿灯。中国酒到洋人世界由普通食品变成了特殊食品，关卡重重。所以在国际酒类贸易谈判上不对等，也是中国白酒走向世界的政策掣肘。同时中国白酒在标准体系建设，安全与品质表达上如何与洋酒契合也迫在眉睫。

王延才理事长的一篇文章《树立全球意识，团结各方力量推动中国白酒国际化进程》中强调：坚守中国白酒风格特点是我们立于世界酒业之本，产品风格方面的任何效仿没有出路，丢失自我即丢失核心竞争力。中国白酒应该处理好引导与迎合的关系，注重引导，适度迎合。白酒国际化的目标定位，即应以主流社会认知为目标，而不应限于一种文化和社会层次的范围之内。让国际社会熟悉中国，了解中国白酒，接受白酒文化，是我们走向国际的重要支撑。有组织、有计划地开展国际交流活动，推动白酒的整体“出海”。2016 年领袖峰会袁仁国董事长提出：中国白酒要与世界酒企开启文化、战略、营销等方面的合作，实施竞合战略，优化配置市场资源，提升营销效率，促进世界酒类营销格局的演变。刘淼董事长在 2016 年白酒领袖峰会上建议组建中国酒业协会国际化联盟，倡议名酒企业一起深化国际酒类市场政策、信息的沟通与交流；借助中国跨国企业、海外华人和国际机构，大力发展海外经销商并共享渠道，不断扩大中国白酒在国际市场的能见度和美誉度；利用各自资源，共同培养熟悉国际化品牌塑造和运作的专业人才，为中国白酒国际化提供智力支持；合力开展对国外消费文化、消费包装和消费习惯的深入研究，打造出与国际市场接轨的名优白酒，共同推动中国白酒与世界“碰杯”。2015 白酒领袖峰会李秋喜董事长发言题目是《白酒国际化时代》，号召名酒企业尽早开展顶层设计，科学定义白酒，建立国际标准，形成文化体系，联合开展国际调研。我们的名酒企业一直在行动，茅台与卡慕合作，已经进入 30 多个国家的 60 多个国际机场，300 多家免税店。海外经销商也超过 80 多家。五粮液、古井借世博会宣传，世界各地巡展，传播中国酒文化，汾酒、二锅头在海外传统优势明显，与此同时，泸州老窖七星盛宴，茅台中国鸡尾酒创新，都是中国白酒走向世界的尝试。

协会 2017 年力争将饮料酒分类标准与白酒溯源标准修订与制定完成，完成中国白酒侍酒师职业标准、培训体系的打造。把什么是中国白酒，什么是中国白酒文化，怎么消费中国白酒，怎么向外国人讲中国白酒的故事，我们要通过标准体系表达，通过文化体系建设表达，通过创新生活表达。为中国白酒国际化奠定技术基础、文化基础、消费基础。

洋酒、葡萄酒有侍酒师，而且在中国大城市精英群体正在推广侍酒师职业培训，核心是传播葡萄酒及洋酒文化。应值得白酒产业高度重视并学习借鉴。培训洋人为中国白酒的侍酒师，让洋人在洋人世界给洋人讲中国白酒的故事。我们也可以借鉴帝亚吉欧水井坊在韩国成功突围案例。

（二）开创消费新文化

创新白酒消费文化已经成为产业最重要的课题，白酒消费群体的巩固，新生代消费群体的培育，走向国际的需要，健康、快乐的白酒消费文化系统建立并发扬光大对白酒

产业未来影响深远。文化底蕴最厚重的中国白酒，在饮料酒世界成了最不会讲文化的酒。对人的感官冲击最丰富的酒，成了最不会讲美妙香气，醇厚口感，回味悠长的酒。

洋酒的品质消费，艺术消费，休闲消费，情趣消费精彩纷呈。葡萄酒的生态消费，个性消费，生活健康消费通过洋人培训中国人之后，中国人在中国把葡萄酒宣传成了健康酒。葡萄酒劝人少喝，懂欣赏，讲故事，讲餐配，讲方式，讲场景所以葡萄酒在消费者心中形成了健康理念，品质生活。常喝，少喝，健康。从而达到了多卖、大卖的效果。我们白酒往往不会算账，光想多喝多卖。劝酒时常常说：我的酒喝吧，喝多了也不上头，喝多少也不醉，喝多了第二天也没事。过度劝酒之后我们给更加爱惜自己的年轻一代树立了“醉的榜样”。想让他们爱白酒，就要为他们展示高雅艺术，品质生活，健康快乐的白酒消费文化。

我们为什么要喝酒，也就是说中国白酒的核心文化是什么？我想有四个字可以完美诠释，那就是“分享”和“表达”。欢聚一堂就是为了分享，分享喜悦，分享快乐，分享感悟。举杯就是为了表达，表达感恩感谢，表达亲情友情，表达美好愿望。这就是中国白酒的核心消费文化。2016年五粮液：世界名酒，全球共享就是中国酒文化的展示。

中国酒业协会近年来致力打造中国白酒消费新文化，构建产业与社会的和谐关系，成立酒与社会责任促进联盟带领产业践行社会责任，强化产业自律。连续两年分别以“理性文明，拒绝酒驾；关爱成长，非成勿饮”为主题，每年十月份的第三个周末在全国开展理性饮酒宣传周活动，活动波及全国四百多个城市，万家酒类消费场所，北京为活动主会场，同时由我们的主席单位在上海，广州、深圳、成都、南京、重庆、合肥等设立分会，大力宣传理性饮酒。收到了社会各界广泛好评。2016年理性饮酒宣传周首次发布了理性饮酒指数报告和理性饮酒微电影。得到了卫计委、工信部、商务部、食药总局等部委的高度肯定和社会媒体的高度赞誉。2017年的理性饮酒宣传周的主题已经确定，那就是“适量饮酒，快乐生活”。同时要向社会公布适量饮酒研究报告，理性饮酒指数，适量饮酒社会调查。微电影发布，公益广告发布等丰富内容。同时号召全产业承诺负责任宣传公约，理性宣传。向伪文化宣战。树立产业社会美好形象。

我们要有壮士断腕之勇，敢于向低俗、伪劣的不健康白酒消费文化宣战。汲取丰富的中国白酒文化营养，结合现代人的生活方式开创白酒消费新文化。将“舒心的酒千杯不醉”，改为“知心的话万言不醉”为分享喜悦、分享快乐而相聚，为表达感恩、感谢，亲情、友情而举杯。相聚是为了分享，喝多喝少不重要。举杯是为了表达，干不干杯不重要，频频举杯不追求频频干杯，频频表达不求醉，为情怀，为感悟，为感情表达、干杯。

在开创白酒消费新文化方面我国名酒企业做出了大量探索、尝试。茅台高雅艺术消费新文化，泸州老窖七星盛宴，中国白酒的品质生活。五粮液新生态酒品发布，打造快乐消费新文化，汾酒中式鸡尾酒会，打造国际交际白酒文化，洋河、劲酒白酒健康消费新文化，古井贡白酒养生消费新文化等。有中国白酒新消费方式，也有传统白酒结合露酒和预调酒的创新品类。但这里要谨慎处理好传统白酒变与不变的关系。不变的白酒，百变的创新消费新方式。同时在消费层面，消费者自主创新的白酒消费文化更应该引起业内高度重视，四川成都的“二麻酒馆”，由消费者探索的白酒消费新文化对我们应该

有启迪。

2017 年我们要创立中国白酒侍酒师职业，开展侍酒师职业培训教育，系统建立中国白酒技术标准，文化体验，消费方式，饮酒器具，场景、仪式等。通过侍酒师人才培养推广中国白酒消费新文化。培训洋人成为中国白酒侍酒师，让洋人给洋人讲好中国白酒的神奇、美妙，品质，艺术。让喝中国白酒成为洋人世界的新生活。同时组织专家团队开展中国白酒酒器文化研究，在继承传统基础上创新中国白酒酒器文化，饮酒仪式，饮酒器皿的使用等。

我们还要在全国高校进行品酒师职业培训，通过层层选拔，举办全国大学生品酒大赛。通过对即将毕业的大学生进行品酒师职业培训，提前掌握技能，为白酒产业选拔人才，输送人才。培训未来的精英消费群体，让白酒文化普及从大学生抓起。

通过白酒酒庄的体验消费，美酒之旅消费，民间酿酒大师体验中心等让消费者体验白酒消费新文化，消费者置身酒庄、酒厂，参与酿酒，储存，收藏，消费。打造看酒景学酒艺作酒仙，品玉液酿玉波藏玉露白酒体验消费升级版。利用国际酒业博览会机会举办中式鸡尾酒调酒大赛，创新中国白酒新的饮用方式。

2017 年也是中国低度白酒诞生四十多年，推动白酒新文化，低度白酒更可以大显身手，通过低度白酒高峰会议，开创中国白酒低度新时代。白酒健康研究成为产业新的关注点，相关产业研发投入加大，我们期待新的惊艳。

（三）开创营销新模式

酒类营销由“总经销+分销”向“连锁经营+互联网”的转变，本质上是流通向零售的转变，是向消费者更近了一步，成为 2016 年最为抢眼的亮点，新的商业模式的发展势头强劲。新的酒类营销模式初期由于没有核心品牌主流产品，为尽快成为市场新宠，以高关注度的产品低价博取眼球，一度扮演了市场搅局者。但其以性价比优势为基础，可体验、便捷服务优势赢得了许多消费者青睐。随着商业模式优化为“厂家直采+连锁或 B2C 零售+e”，如今渐被主流品牌接受。同时名特总经销产品也正在成为其利润支撑。传统酒类经销商也顺势而为，开创了“总经销+分销+e”模式，同样成绩斐然，互联网成为其驱动力。新酒商与传统酒商的商业模式交融、角力会持续下去。品牌开发之争成为焦点，在新消费的趋势下厂家的话语权将回归。连锁店连锁规模与联盟商加盟数量成为焦点之一。所以，酒类流通变革能量持续聚集之中。

酒是满足人们精神、物质需求的特殊食品，消费者对酒都有哪些具体需求：品牌、文化、体验、个性、便利。品牌可以满足消费者面子和品质的需求；文化可以满足消费者历史价值、精神认同需求；体验可以满足消费者产品真实、可信的需求；个性可以满足消费者口味嗜好，酒庄稀缺，大师稀有，定制附加的增值需求；互联网可以满足消费者价格，便捷，信息交流方便服务需求。

无论什么商业模式，能够满足以上消费需求累加就是最好的商业模式，一定是要么能提高产业链效率以降低消费者（金钱、时间、机会等）成本，要么能提供消费者需要和认同的服务。可想而知，一个酒商，一家酒企都无法满足所有消费需求，因此，酒企与酒商，酒商与酒商联盟叠加，最大限度满足消费者需求将是酒类未来的真正生态化的商业模式。这个模式就是“互联网+名优品牌+全景体验+创意定制+传播吸粉+物

联网”。互联网就是建立供给信息沟通，服务指令、订单、结算等便捷、价优、高效服务。名优品牌就是名酒及名酒副牌系列产品，特色产品，地方名牌的品牌运营。全景体验就是集门店体验，品鉴体验，酒庄体验，旅游体验，收藏体验等。创意定制就是满足个性化需求，产品品质，包装设计等出自大师创意等附加服务。传播吸粉就是品牌文化、知识传播为核心具备高效品牌传播能力，具有强烈吸粉能力，就是大量吸引粉丝，培养忠实消费群体。物联网就是将生产所需，市场所需，服务所需以及所有供给资源，整合、优化、降低成本，高效，便捷完成全程物流服务。

酒商联盟是新的酒类营销、新的商业模式，预示着酒类产品立体营销时代的来临。这种创新商业模式或暂称之为：“酒巷模式”。原来是酒香不怕巷子深，有好酒，消费者会闻香而来，踏香而至。现在是把酒巷子送到消费者面前，为消费者提供酒巷子，酒类消费所有需求在酒巷子可以找到，满足消费者对酒类产品的全景需要。“酒巷商业模式”就是将原来线性销售变为立体销售，将原来提供酒类产品服务，到提供酒巷子服务，满足消费者立体需求，为消费者提供全景服务。

深度调整产业转型，我们的许多企业纷纷选择品牌瘦身，品牌聚焦，打造大单品、爆品，提升效益。如何选择好的商业模式实现这一目标。酒商联盟“酒巷模式”是实现这一目标的最佳商业模式之一，全产业应予高度关注。智者先行，酒商与酒企，酒商与酒商的联盟合作呼之欲出，充满期待。

匠心是中国白酒产业的核心，是中国白酒技艺的传承，是中国白酒品质的保障，没有匠心就没有中国白酒品质；匠心是中国白酒酿造技术进步，品质不断完美的灵魂，没有匠心就没有白酒产业的创新发展；匠心是中国白酒的文化之源，匠心文化是白酒产业的北斗星，是产业诚信的基石，没有匠心文化中国白酒产业就没有文化，没有未来。共享理念是白酒产业更高的发展追求。学会共享，敢于共享，善于共享，共享创新发展，是白酒产业的共同进步；共享市场资源，是白酒产业优化需求，优化供给，创造新的产业生态；共享成长，是白酒产业更快，更强发展的共同理念，共享带来机遇，共享带来全面提高，共享带来高速成长。开创是白酒产业深度调整，深刻反思后创造的产业新格局。开创国际蓝海是中国白酒产业的中国梦，开创消费新文化是中华酒文化的进步与开拓，开创商业新模式是白酒产业全景服务消费者的新时代。

让我们不忘初心，守住匠心；让我们携手进步，共享成长；让我们创新发展，开创未来。