

白酒的传承与发展如何推进

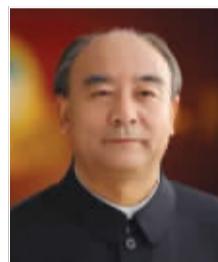
在深度调整中走过了五年的中国白酒行业，近年来复苏迹象显现。随着消费升级的推动，名酒需求渐旺，低质产品、落后产能逐渐被淘汰，市场进一步向名优品牌集中。在此背景下，诸多白酒企业纷纷探寻新的发展路径。去年以来，白酒国际化热潮渐涨。在走出国门的同时，越来越多的企业意识到传统酒文化的重要性。众多酒企负责人对于行业发展建言献策，在他们看来，中国白酒的发展迎来下一个黄金十年，但是与以往不同，现在的白酒必须要实现自我突破，而不能单纯“靠天吃饭”。

观点1 呼吁制定白酒全国性法律

随着中国酿酒工业的快速发展，饮酒及行业相关问题日益凸显。但由于行业目前没有明确的规范，市场乱象问题始终难以根治。北京商报记者了解到，目前中国酒类专有的法律只有2005年国家商务部制定的《酒类流通管理办法》以及地方性法规，在管理体制上仍存在一定局限性。

对此，古井集团董事长梁金辉指出，一直以来，白酒都归类于食品进行管理，导致酒行业产生的系列问题并没有得到有效规制。未来，酒行业亟须制定一部专门针对白酒的全国性法律，明确立法主体、职责划分，同时，还要全面、具体、具备可操作性，进而实现全面许可管理，重构和完善白酒行业诚信体系。

梁金辉进一步解释道，过去，酗酒、酒精中毒、酒后驾驶、饮酒相关伤害、假酒事件等时有发生，由于白酒市场管理体制不完善，跨区域治理困难，假酒充斥市场，制假售假屡见不鲜。另外，当前中国白酒流通市场还存在着秩序混乱、大量无证经营的现象，要仅将酒作为一种商品和食品来管理漏洞很多。制定白酒全国性法律，有利于进一步加强酒类生产和销售管理、保证酒类产品质量、节约粮食、保护合法经营、维护消费者的合法权益、保证国家财政收入、维护社会秩序。



古井集团董事长 梁金辉

观点2 中国传统酒文化要“活下来”

中国是酒文化的发源地，也是最早开始酿酒的国家之一。在几千年的历史文化传承中，酒起着至关重要的作用，由于白酒的特殊文化属性，白酒行业对中国文化的发扬和传承影响颇深。

对此，舍得酒业副总工程师、酒体中心总监余东表示，只有活的文化才具有生命力。与京剧、国画、武术、围棋、中餐一同，中国白酒也是中华民族智慧的结晶，是耀眼夺目的优秀传统文化瑰宝。凭借古老精湛的酿造技术、独特的风味品质以及奇妙的文化韵味，中国白酒屹立于世界六大蒸馏酒的前列。

不过，余东也表示，当前白酒行业在对中华传统文化进行挖掘、活化和传承的过程中，仍存在创新力不足、短视功利的现象，且相关政策方面也缺乏支持的力度。未来，余东建议，应设立中华优秀传统文化行业名录、企业名录，收录代表性白酒企业及其优秀项目、优秀产品和文化传承带头人。同时，鼓励和扶持传承、传播中华优秀传统文化的白酒企业，并提供一定税收优惠和财政补贴政策。此外，还可以设立中华优秀传统文化交流日，举办各类峰会、论坛、交流活动，为搭建中国传统文化的优秀项目提供国际化传播平台。



舍得酒业副总工程师、酒体中心总监 余东

观点3 白酒国际化需抱团发展

近年来，中国白酒国际化愈演愈烈，多个名酒品牌均跨越海外寻求文化突围。但值得关注的是，当前白酒国际化的步伐依然迟缓且认知度较低。公开数据表明，目前，中国白酒产量占全球烈性酒产量的比例近40%，但白酒在国际市场上份额却不足8%。

另外，中国白酒“走出去”还面临着产品标准、文化差异、消费习惯差异、商业模式、关税政策、贸易壁垒等诸多问题。

针对白酒国际化进程中产生的矛盾和挑战，江苏洋河酒厂股份有限公司技术中心洋河酒体设计中心副主任李薇表示，白酒的国际化不应该是单打独斗，而是抱团发展的国际化。尤其是名酒企业，更应当充分抓住时代机遇，依靠国家形象积极拓展对外贸易，合力发展，加深世界对中国白酒的认同感，让中国白酒的国际地位再跃升一个台阶。

除了加强白酒文化输出和传播外，李薇还建议，在洋酒“引进来”和中国酒“走出去”的过程中，应予以公平的关税待遇。同时，引导中国白酒企业形成合力，通过行业标准协同方式，争取中国白酒在国际上获得合理的分类和身份定义，“目前为止，中国白酒在联合国商品贸易统计数据库中仍然没有独属的商品编码，对白酒走向国际市场造成了巨大障碍”。
北京商报记者 刘一博 许伟



江苏洋河酒厂股份有限公司技术中心洋河酒体设计中心副主任 李薇

2018年度中国酒业品牌价值榜即将举办

北京商报讯（记者 刘一博 许伟）由北京商报和西街传媒主办，北京商报《中国酒业周刊》承办的“2018中国酒业文化论坛”系列活动之一的“金樽杯”2018年度中国酒业品牌价值榜即将举办。

作为2018中国酒业文化论坛系列活动之一，“金樽杯”2018年度中国酒业品牌价值榜将于3月18日在四川成都举办，本次活动以“文以载道 盛世同行”为主题，旨在为重视品牌发展的酒企提供服务，加强酒企的品牌与文化建设，促进酒行业持续健康发展。

北京商报《中国酒业周刊》以文化与企业责任为切入点，联合中国商业文化研究会、中国经济传媒协会等机构，举办“金樽杯”2018年度中国酒业品牌价值榜活动，希望可以深度挖掘中国酒业品牌最具价值的生命力。

据了解，“金樽杯”2018年度中国酒业品牌价值榜共包括5个奖项，分别为“臻美博物馆（暨2018中国酒业十大文化影响力品牌）”、“臻善CSR声誉（暨2018中国酒业十大社会影响力品牌）”、“2018商务人士喜爱的酒类单品”、“2018大众喜爱的酒类单品”、“2018中国酒业优秀渠道商”。

据了解，此次评选将通过问卷调查广泛了解消费者对各类酒企的评价，并综合行业专家、媒体评委与组委会的评审意见，以此为依据评选出酒行业各细分领域中的领头羊。

另外，“金樽杯”2018年度中国酒业品牌价值榜以文化、企业社会责任作为核心评价内容，依托协会的权威性、媒体的公信力、学界的严肃度，从白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒、洋酒、保健酒、渠道商7个业态中遴选出中国酒

业的年度榜样。组委会力求搭建酒业与政府、酒业与社会、酒业与消费者的沟通桥梁，打造中国酒业规模最大、具有权威性、影响深远的年度文化盛宴。

值得一提的是，此次活动还拥有强大的媒体矩阵，包括新华社、经济日报、人民网、中国经济网、北京日报、北京晚报、千龙网、北京时间、今日头条、中国酒业周刊、糖烟酒周刊、酒业家、微酒、云酒头条、酒说、蓝鲸财经、界面新闻、网易财经、新浪财经、腾讯网、搜狐财经等主流媒体对活动进行全方位的报道。