

回眸 2022

# 2022年中国酒业十大重点工作盘点

2022年对中国酒业来说是危中有机、砥砺前行的一年。区域市场与全国市场、品类竞争与市场需求、产能放大与消费不足等矛盾问题突出，产业进入新一轮调整阶段。与此同时，我国酒业在产区、科技、文化等方面的优势愈发凸显，全行业积极应对大环境不利因素与市场变化，共同走上高质量发展之路。

□ 本报记者 贾淘文

中国酒业协会理事长宋书玉在第三届全国酿酒标准化技术委员会第二次全体委员大会上明确提出，当前我国经济发展环境面临深刻复杂变化，在构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下，国内需求得到持续释放，消费格局发生重要转变，国内经济形势总体呈现企稳回升态势，消费升级步伐不断加快，酒类产业已从追求“数量”转变成追求“质量”，开始进入品质引领发展的新时代。可以说，2022年是中国酿酒产业发展史上不平凡、不寻常、不容易的一年。

记者梳理了2022年中国酒业的十大重点工作，记录发展，探寻趋势，期待2023年中国酒业焕新出发。

## 首次荣获“全国先进社会组织”称号

2022年1月12日，《民政部关于表彰全国先进社会组织的决定》发布，中国酒业协会首次荣获“全国先进社会组织”称号。

## 召开全国酒行业人大代表座谈会

2022年3月4日，中国酒业协会以通讯方式组织召开“2022全国酒行业人大代表座谈会”，联合提出《关于弘扬中华优秀传统文化、重点支持“世界级中国白酒文化IP”打造的建议》《关于加大中国葡萄酒品牌建设扶持力度、促进我国葡萄酒产业和西北地区经济

社会发展的建议》《关于推动国产啤酒大麦产业发展的建议》《关于提升技能人才职业空间、促进人才有序流动的建议》《关于加强酒类知识产权保护、加大打击酒类假冒伪劣力度的建议》《关于支持和鼓励中国传统酒类绿色低碳生态酿造的建议》。

## 开展全国职业技能竞赛

2022年1月11日，由中国轻工业联合会、中国酒业协会、中国就业培训技术指导中心、中国财贸轻纺烟草工会全国委员会主办的全国行业职业技能竞赛——“LAFFORT拉氟德”杯第四届全国葡萄酒品酒职业技能竞赛决赛在海南海口举办。

2022年8月22日，由中国轻工业联合会、中国酒业协会、中国就业培训技术指导中心和中国财贸轻纺烟草工会全国委员会共同主办的2022年全国行业职业技能竞赛——臻麦杯第四届全国啤酒品酒职业技能竞赛在山东青岛举办。

2022年7月14日，中国酒业协会第六届理事会第四次（扩大）会议在四川泸州召开，本次会议采用“线下+线上+直播”的方式进行。同期举办“碳寻——中国酒业生态发展论坛”，启动《中国酒业零碳示范工厂》《中国酒业零碳示范产区》团体标准制定项目和

## 各分支机构理事会（扩大）会议。

### “T系列”峰会引领产业发展

2022年6月17日，由中国酒业协会主办，泸州老窖股份有限公司承办的“存敬畏，稳发展，扬文化——十一届中国白酒T8峰会”在四川省泸州市召开。

2022年8月17日，由中国酒业协会主办，山西杏花村汾酒厂股份有限公司承办的“传承创新·露酒新芳——首届中国露酒T5峰会”在山西省忻州市代县雁门关景区开幕，同期举办了“中国黄酒价值发掘与高质量发展之路——2022中国雁门论坛”等系列活动。

2022年10月24日，由中国酒业协会主办、百威投资（中国）有限公司承办的“恒者行远·洞见非凡——2022中国啤酒T5峰会”在浙江省杭州市召开。

## 启动全国理性饮酒宣传周

2022年12月26日，由中国酒业协会主办、中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会承办、安徽古井贡酒股份有限公司协办的“关爱成长·非勿饮——2022全国理性饮酒宣传周”大型公益活动在全国范围内启动。同期发布宣传周主题微电影《哪吒闹酒》《2022中国预防未成年人饮酒绿皮书》《2022中国酒业30年》，全套书共分为5册3867页203万字，分为中国酒业协会30年、发展篇、企业篇、人物篇、产区篇和产品篇等。

## 启动首个中国酒文化月

2022年8月31日，中国酒业协会正式启动首个“分享、畅享、共享——中国酒文化月”，首次提出中国酒业文化理念体系，开启中国酒文化建设新征程。同年9月，开展67项行业、企业重磅文化活动。

## 举办专业展会 引领行业发展

2022年7月15日，由中国酒业协会主办，泸州市人民政府共同承办的“第十七届中国国际酒业博览会”在泸州国际会展中心开幕。同期举办了

## 2021年度“青酌奖”酒类新品评选、最美酒瓶设计大赛等系列活动。

2022年8月19日，中国酒业协会主办的“2022中国杏花村国际酒业博览会”在山西杏花村白酒交易中心开馆，同期举办“灵源善酿·世醉素风”中国清香型白酒市场与消费趋势论坛、“解读一瓶好酒的地理密码”中国美酒产区价值论坛等系列活动。

2022年12月17日，由中国酒业协会主办，宜宾市人民政府、四川省经济和信息化厅、四川省商务厅、五粮液集团公司、四川广播电视台承办的“酒都宜宾 和美世界”2022中国国际名酒博览会在北京国际会展中心开幕。同期举办了“中国黄酒价值发掘与高质量发展之路——2022中国雁门论坛”等系列活动。

2022年12月17日，由中国酒业协会主办，宜宾市人民政府、四川省经济和信息化厅监测的28种蔬菜全国平均批发价每公斤4.69元，环比上涨9.1%。一方面，冬季蔬菜供应以北方设施蔬菜和南菜北运蔬菜为主，生产成本或运输成本有所增加。另一方面，涨价是对秋季菜价偏低的补偿性上涨。秋季蔬菜供应整体比较充足，价格下跌幅度较大，同时由于部分地区交通不畅外运受限，产区蔬菜商品化率降低。后期，由于产地转换衔接不畅，经销商扎堆抢货，一些品种供应偏紧，价格反弹。此外，去年12月以来，全国大部分地区遭遇多轮强寒潮天气，也在一定时间内拉动能菜价上行。

专家表示，2023年春节期间，全国蔬菜稳定供保基础较好，市场运行基本面以稳为主。从生产看，目前全国在田蔬菜面积同比增加2%左右。全国气候条件总体适宜，没有发生大范围极端灾害天气，尤其是元旦以来，全国大部分地区气温较常年同期偏高，主要蔬菜品种长势较好，稳产保供基础较好。

## 蔬菜保供基础较好



新春佳节临近，蔬菜、猪肉、鸡蛋、水果等“菜篮子”产品供应如何，价格怎样？就此，记者采访了有关专家。

## 蔬菜保供基础较好

“当前全国蔬菜价格稳中有降，春节期间蔬菜供应充足。”1月12日，农业农村部蔬菜市场分析预警团队首席分析师张晶在接受记者采访时说。

2022年12月份，全国蔬菜价格保持季节性上行。农业农村部监测的28种蔬菜全国平均批发价每公斤4.69元，环比上涨9.1%。一方面，冬季蔬菜供应以北方设施蔬菜和南菜北运蔬菜为主，生产成本或运输成本有所增加。另一方面，涨价是对秋季菜价偏低的补偿性上涨。秋季蔬菜供应整体比较充足，价格下跌幅度较大，同时由于部分地区交通不畅外运受限，产区蔬菜商品化率降低。后期，由于产地转换衔接不畅，经销商扎堆抢货，一些品种供应偏紧，价格反弹。此外，去年12月以来，全国大部分地区遭遇多轮强寒潮天气，也在一定时间内拉动能菜价上行。

专家表示，2023年春节期间，全国蔬菜稳定供保基础较好，市场运行基本面以稳为主。从生产看，目前全国在田蔬菜面积同比增加2%左右。全国气候条件总体适宜，没有发生大范围极端灾害天气，尤其是元旦以来，全国大部分地区气温较常年同期偏高，主要蔬菜品种长势较好，稳产保供基础较好。

## 肉蛋价格以稳为主

“近期，全国生猪出栏量明显增加，春节猪肉供应充裕。”中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇表示。

截至2023年1月第一周，全国生猪价格连续10周累计回落37.5%，从27.66元/公斤降至17.29元/公斤，部分主产区已经降至16元/公斤上下。年末生猪出栏量增加，叠加近期部分省市冻猪肉储备投放，市场供需形势出现转折性变化。据农业农村部监测，2022年11月份，全国能繁母猪存栏环比增长0.2%，达4388万头，已连续7个月回升。生猪季节性出栏高峰叠加前期压栏大猪出栏，2022年前11个月全国规模以上定点屠宰企业生猪屠宰量25448万头，同比增长7.9%。朱增勇预计，尽管消费将迎来高峰，猪肉价格短期内仍将维持低位震荡。

“今年春节鸡蛋供应充足有保障。”中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员朱宁宇说。

农业农村部监测数据显示，自2022年12月份以来，鸡蛋价格总体呈现震荡下行走势，鸡蛋批发价从去年12月1日的12.19元/公斤，下跌至今年1月5日的10.65元/公斤，跌幅达到12.63%。蛋价走低主要原因在于鸡蛋供应充足，但终端消费需求低迷，市场购销不佳，市场供需略显宽松。

朱宁预计，春节前蛋价将以稳为主，主要原因在于春节提振鸡蛋消费有限，且鸡蛋市场供应有保障。目前来看，全国在产蛋鸡存栏10.8亿只左右，鸡蛋产能处于历史同期较高水平。春节期间，消费者以食用肉类食品为主，鸡蛋食用量相对不高。春节后，鸡蛋市场处于消耗库存阶段，终端市场走货偏弱，鸡蛋消费进入淡季，蛋价将与往年一样，出现季节性下跌。

## 水果供给总体充足

“今年春节水果市场预计供需两旺。”中国农业科学院农业信息研究所研究员赵俊晔说。

临近春节，加上各地基本已过疫情高峰，水果市场供需两旺，价格处于上涨通道。2023年第1周，农业农村部重点监测的6种水果批发均价为7.25元/公斤，比2022年最后1周的价格上涨0.83%，其中西瓜和鸭梨涨幅较大，富士苹果和菠萝稳中有涨。

今年主产区富士苹果个头大、品质优，由于小幅减产，2022年底冷库库存量约860万吨，低于上年同期15个百分点，价格也高于上年。受疫情影响，前期销售进度较慢，临近春节，苹果进入消费旺季，中高端苹果出库和销售进度明显加快。元旦过后，砂糖橘、脐橙、沃柑、耙耙柑等大量上市，受夏季高温干旱影响，砂糖橘、沃柑等品种小幅减产，加上近期消费需求旺盛，柑橘价格较快上涨。

中国农业科学院农业信息研究所侯煜告诉记者，2022年全国水果总产量预计超过3亿吨，2023年一季度水果供给有充足保障。随着防疫政策不断优化，春节期间，消费者购买国产水果和进口水果都很便利。为了保供应、促消费，各地加快复工复产，全力解决水果加工、包装、物流寄递等环节对人工、材料等的需要，产区政府部门和果商也加大宣传推介，积极拓展线上线下销售渠道。

赵俊晔预计，短期内水果价格仍有上涨空间，不过由于总体供给充足，价格大幅上涨的可能性不大。

# 「菜篮子」产品量足价稳

## 观点

# 年终大促销更有诚意

年终岁尾，年货市场消费红火。各大商家开启促销模式，全力争取完成年度业绩。但值得注意的是，有些商家营销手段套路满满，显得不够诚意。

具体来看，除了先涨价后打折、过度包装、伪装中奖等传统套路之外，三种不良倾向应引起各方警惕。

本末倒置，重营销轻质量。在年终促销活动中，一些商家把重心完全放在了营销上，对商品质量不够上心。尤其是在一些短视频商城，部分商家将诚信抛在脑后，不惜通过虚构故事、卖惨营销制造假象，渲染悲情色彩，编造离奇剧情，以博

取广大网友同情，最终达到销售商品的目的。还有些商家以低俗手段吸引消费者关注，丧失营销底线，甚至以重金换取虚假好评，却对商品品质漠不关心。

只顾眼前，重前端轻后端。为了增加销售量，一些商家重点发力商品包装推广、客服咨询等环节，商品一卖了之，却不注重售后环节。比如，在物流快递等方面，消费者痛点颇多，部分商家为了节约成本，与不负责任的物流企业合作，未经消费者同意随意将商品放置在驿站，导致快递在末端积压甚至损毁，严重影响了消费者体验。

在注意力经济时代，商家通过营销活动获取关注本无可厚非，但不应为了博取眼球丧失底线。对于夸张宣传，消费者应多保持一分理性和警惕，尤其是在一些视频直播带货平台，动辄出现的“全网最低价”等宣传，很有可能暗藏猫腻，消费者应仔细辨别、货比三家。

当前，各地消费有序回暖，市场活力逐渐释放。一方面，商家应抓住春节前的消费契机，进一步刺激消费；另一方面，也要守住底线，诚信经营，规范营销，这样才有可能赢得广阔市场和长远发展。(济文)

(上接A1版)

## 传统兔爷变装喜迎“春节档”

记者走进北京工美大厦民俗非遗销售区，远远就看到了五彩缤纷、喜庆热烈的“兔爷山”。据介绍，兔爷的制作技艺是北京独有的特色非遗项目，搭建“兔爷山”是老北京中秋节的一项重要民俗活动。往年只在中秋节“营业”的兔爷，今年为了迎接传统新年的到来，也开启了时尚变装，提前上岗“春节档”，作为老北京非遗手工艺的“掌门人”，喜迎八方宾客，把喜庆、吉祥、健康的祝福送到千家万户。

为什么中秋节的“老网红”，在“春节档”提前上岗了呢？销售人员向记者介绍，今年恰逢癸卯兔年，与“兔元素”相关的非遗手工艺产品都迎来了持续热销。兔爷是老北京独特的非遗产品，其专属的“兔形象”是北京所独有的，兔年和兔爷密不可分。此外，兔爷在今年被赋予了“健康守护”的吉祥寓意，在老北京的传说中，兔爷曾经为北京城祛除了瘟疫的侵袭，兔爷手中拿着一个像“棒子”的物件，其实是制作“长生不老药”的“捣药杵”。因此，在众多文化附加值的加持下，曾经火爆“中秋档”的兔爷，今年提前上岗“春节档”。

## 记者发现，兔爷产品为了迎接“春节档”也开启了时尚变装与华丽美颜。

兔爷手持的传统吉祥话换成了“学习进步”“步步高升”；兔爷的坐骑“黑虎白象”也换成了花朵、金鱼、布老虎；“小咪眼咪”变成了水灵灵的大眼睛，透着一股“萌萌哒”的可爱劲儿。此外，兔爷盲盒产品更迎合了年轻人的时尚消费需求，也为传统的兔爷增添了“神秘”的色彩。

销售人员对记者说，兔爷本身就是一个集合多重文化元素与属性的产品，创新设计的兔爷产品不仅在外形的造型和设计元素上更贴近年轻消费者的审美，在材质上也有很多变化。“以往兔爷都是泥胎产品，怕磕碰怕怕水，现在我们推出了软陶材质的兔爷以及兔爷盲盒手办，大大提升了兔爷产品的观赏性与耐用性。”销售人员表示，在传统非遗工艺的不断创新中，“老”兔爷从老北京中秋节的吉祥物，成为了代表北京文化特色的北京礼物，更成为讲述中国好故事的“代言人”。

## 小兔子展现全新的中国形象

为了迎接农历癸卯兔年，中国工艺美术大师崔奇铭特意创作了两件北派宫廷玉雕翡翠兔摆件。崔奇铭在接受记者采访时说：“农历癸卯年也是我的‘甲子’之年，为此

我特意创作了两件具有‘兔元素’的翡翠摆件，这两件摆件一绿一白，充分运用了北派京作巧雕俏色的制作技艺，俏色白雾作为白兔，绿色作为白菜和萝卜，从颜色、题材都很应景，整体生动活泼，充满了喜庆和生命力。”

对于“兔元素”非遗产品热销“春节档”，崔奇铭表示，兔子的形象在我国有着深厚的群众基础，大人孩子都喜欢，“小白兔白又白”的唱词深入人心，兔子机智、聪明，最重要的是具有团队精神——合群。在传统玉雕文化中，与兔子搭配的元素多数都是萝卜和白菜，这又与民间“萝卜白菜保平安”的说法相吻合，具有“清清白白，一清二白”的吉祥寓意。

崔奇铭对记者说：“笔墨当随时代。作为国家级玉雕大赛百花奖的评审组委员，我在每年百花奖的评审工作中发现，创新已经成为工艺美术行业发展的关键词，传统玉雕在题材和表现形式上的创新力度不断加深，为传统工艺美术注入新时代的生命力。党的二十大报告中明确提出，繁荣发展文化事业和文化产业，坚持以人民为中心的创作导向，推出更多增强人民精神力量的优秀作品，培育造就大批德艺双馨的文学艺术家和规模宏大的文化文艺人才队伍。作为一名国家级工艺美术大师，我深知创作就是要创作‘自信’、创作‘未来’。我希望每一位工

艺美术从业者都要不断地提高自身的专业水平，修炼自己的审美境界，让‘老非遗’适应、融入新时代的发展，创作出更多符合新时代审美的作品。”

工美大厦商场党总支书记、副总经理毕骥在接受记者采访时表示：“党的二十大报告中明确提出，增强中华文明传播力影响力，坚守中华文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。我们传统的非遗产品正是展现中国形象最好、最生动的载体。非遗文化源远流长，传统非遗手工艺经历了千百年的流传，形成了独特的、固有的、典型的文化属性与艺术特色，在广大人民群众的心中拥有重要的地位和深刻的印象。如何让‘老非遗’焕发出生机勃勃的生命力，成为我们当代工美从业者要不断研究、深入挖掘的课题。”

毕骥表示，未来，工美行业要努力讲好非遗故事，积极引导新时代消费者和传统非遗手工艺之间产生情感的共鸣，让非遗传统手工艺从高高的博古架上“走”下来，“走”到广大人民群众的心里去、“走”到广大消费者的生活中去。这些都是工美从业者未来工作的重点，也是在新时代思想下每一名工美从业者所应肩负的责任与使命。

法院公告栏

新密市人民法院分别定于2023年2月20日通过淘宝网司法拍卖平台对徐费珍所有的位于新密市城区青屏大街与北环路交叉口的金鑫蓝湾D2号2单元2层201号(不动产权证号:16010102074号)进行拍卖，起拍价150100754.12元，竞买人须缴纳保证金150100754.12元，详细情况请登录淘宝网司法拍卖平台查询。

河南省新密市人民法院

新密市人民法院分别定于2023年2月20日通过淘宝网司法拍卖平台对杨耀华所有的位于郑州市二七区圃街大道与道南、嵩山路东段1号22层2232号(不动产权证号:13251032012号)进行拍卖，起拍价150100754.12元，竞买人须缴纳保证金150100754.12元，详细情况请登录淘宝网司法拍卖平台查询。

河南省新密市人民法院

新密市人民法院分别定于2023年2月20日通过淘宝网司法拍卖平台对永麟所有的位于郑州市中原区桐柏路与西站北街交叉口的A区帝豪王座7号1号楼2单元22层2201号(不动产权证号:1501000754-1-1501001754-2)进行拍卖，竞买人须缴纳保证金1501000754.12元，详细情况请登录淘宝网司法拍卖平台查询。

河南省新密市人民法院

新密市人民法院分别定于2023年2月20日通过淘宝网司法拍卖平台对永麟所有的位于郑州市中原区桐柏路与西站北街交叉口的A区帝豪王座7号1号楼2单元22层2201号(不动产权证号:1501000754-1-1501001754-2)进行拍卖，竞买人须缴纳保证金1501000754.12元，详细情况请登录淘宝网司法拍卖平台查询。