

行业动态

全国酿酒标准化技术委员会第二届葡萄酒分技术委员会成立  
共同推进中国葡萄酒产业加快发展

本报讯（记者 贾淘文）4月18日，全国酿酒标准化技术委员会第二届葡萄酒分技术委员会成立大会在山东省烟台市举办。第二届葡萄酒分技术委员会委员由来自全国酒业协会、研发中心、检测机构、科研院所、行业企业等不同领域的31名专家、委员组成。委员会

秘书处由山东省烟台市标准计量检验检测中心承担。

会议强调，葡萄酒分技术委员会要以此次换届成立为契机，加大标准化工作力度，提升葡萄酒标准质量，促进葡萄酒标准体系更加科学、规范、完备，共同推进中国葡萄酒产业加快发展，为中国葡萄酒

走出国门、走向世界贡献标准力量。

成立大会后，召开了新一届技术委员会会议，审议并通过了委员会章程、秘书处工作细则、管理办法等，提出了下一步工作安排和计划，并围绕GB/T15037《葡萄酒》的制修订工作展开研讨。

据了解，全国酿酒标准化技术委员

会葡萄酒分技术委员会由国家标准化管理委员会批复成立，业务主管单位为中国轻工业联合会，旨在加快推进葡萄酒标准化工作，促进葡萄酒标准体系的科学性、规范性，提升葡萄酒标准质量。葡萄酒分技术委员会自成立以来，分别从感官品评、葡萄酒生产、种类识别以及检测技术发展等方面制修订和完善葡萄酒标准体系，并进行了标准的宣贯、解释与培训，为葡萄酒产业发展和规划发挥了建设性作用。

会颁发证书。

业内人士认为，通过本次选拔赛将更好地弘扬执着专注、精益求精、一丝不苟、追求卓越的工匠精神，促进葡萄酒行业技术交流与创新，更好地推动葡萄酒行业建立和完善技术工人成长、成才的长效机制。同时，提高湖南省葡萄酒行业的知名度，掀起消费者享受葡萄酒健康生活的热潮。（湘 久）

2023 国际葡萄酒(中国)  
大奖赛升级归来

本报讯 2023 国际葡萄酒(中国)大奖赛(以下简称“大奖赛”)再度开启，面向行业广撒英雄帖。大奖赛将从世界范围内征集选拔酒类专家、酿酒师、品酒师、经销商、记者、精英消费者等组建评委专家库，旨在通过大奖赛建立权威、专业、国际化的中国酒类评价标准；为优质酒品和品牌背书，为消费者提供选酒标杆；举荐优质产品，引导品质消费，营造适合中国消费市场的高品质消费文化。

本届大奖赛由中国酒类流通协会和国家葡萄酒及白酒、露酒产品质量监督检验中心作为支持单位，云酒传媒主持评选。

4月19日至8月10日，2023 国

际葡萄酒(中国)大奖赛在葡萄酒、果酒、配制酒(含露酒)、白兰地、威士忌等酒类范围内进行酒样征集。

大奖赛品评环节拟定于2023年9月8日至11日举行。参赛酒样分为红葡萄酒、白葡萄酒、果酒、配制酒(含露酒)、白兰地、威士忌六个品类，共设立大金奖、金奖、银奖三个固定奖项，分别评出各组获奖产品，获奖比例为参赛样品总数的30%左右。

为保证比赛的公平、公正，评酒采用全随机方法，评委每5人一组对参赛酒样全程盲品，评选结果在品评结束后公示。同时，将在2023秋季全国糖酒会期间，举办大奖赛颁奖典礼，对获奖产品进行颁奖。

（鲤 文）

多点发力促葡萄酒产业高质量发展

品类普及化将成行业未来努力方向

□ 本报综合报道

多角度破解阶段性困难

近日，参考消息网编译并发布了酒评家曼弗雷德·克利梅克的一篇文章《中国葡萄酒会很快超越法国葡萄酒吗？》。文章提到：“我甚至可以断言，独立的中国葡萄酒栽培酿造业早已兴起，而且它具有纯粹的中国特色，并将独立于欧洲。我预计，到2030年，世界上最好的几款红葡萄酒将来自中国，来自中国人拥有的酒厂，由中国的酿酒师酿造。他们可以根据地区、品种或气候的不同，赋予葡萄酒独特但可识别的中国特征。”

目前，我国有11个葡萄酒产区，截至2022年12月20日，获得生产许可证的葡萄酒企业有1680家，酿酒葡萄种植面积约为127.5万亩，带动150万人就业。随着中国葡萄酒行业不断规模化发展，中国葡萄酒品质不断提升，在国际赛事上频频斩获大奖，中国葡萄酒得到了世界的认可。

对此，中国酒业协会葡萄酒分会秘书长火兴三表示，讲好中国葡萄酒故事，要从高品质、大品牌、强文化这三个层面入手，共同建设好中国葡萄酒产业，助力产业走上高质量发展之路。

国家统计局数据显示，2022年，全国规模以上葡萄酒生产企业完成酿酒总产量21.37万千升，同比下降22.12%；实现销售收入91.32亿元，同比下降2.91%；实现利润3.40亿元，同比下降9.88%。全国规模以上葡萄酒企业119家，其中亏损企业42家，亏损面为35.29%，累计亏损2.70亿元，同比下降9.35%。

面对当前市场环境的不确定性，中国酒业协会执行理事长王琦表示，行业要冷静一些，保持自信，继续夯实产业发展基础，尤其要加强在创新、技术、产区、文化等方面的投入，持续做好消费者培育，为未来产业发展拓展空间。同时，企业、政府要心往一处想、劲往一处使，形成强大合力，融合发展，努力把市场做大做好，推动行业健康稳步发展。

火兴三表示，中国葡萄酒行业首先要坚持高品质发展，整个生产体系需要提质、降本、增效。其次，需要建设大品牌，通过企业品牌和产区品牌双轮驱动，做好中国葡萄酒品牌建设。最后，要推进中国葡萄酒产品品质表达体系、价值表达体系和中国葡萄酒

发展史的研究，构建葡萄酒中国鉴评体系，讲好中国葡萄酒故事，实现中国葡萄酒行业复兴。

“葡萄酒品类普及化是行业未来努力的最主要方向，我国本就属于非传统葡萄酒饮用国，现在还要面对其他酒种的市场挤压，葡萄酒行业应该提倡新饮酒文化运动，在保证安全的前提下，提倡并持续推广‘轻饮用、慢享受、随意葡萄酒’的新概念，致力于让消费者的购买和饮用极简化和便利化。此外，要继续构建我们自己的文化体系。文化不应是消费的束缚，要融合我国市场的消费特点，形成我们自己的饮酒文化，全行业共同努力讲好中国葡萄酒故事。”火兴三如是说道。

行业将迎来增长

今年以来，我国消费市场迎来了“开门红”，业内具有代表性的葡萄酒生产企业1月份的销售额都出现了可喜的增长态势。随着整个社会流动性的增加，葡萄酒行业文旅融合、酒旅融合项目将进一步发展，产业回暖的趋势也将进一步凸显。

对于2023年葡萄酒市场发展，火兴三判断，中国葡萄酒行业未来将迎

来增长，葡萄酒进口量将回升，中高端葡萄酒仍是热点，预计今年葡萄酒行业整体将有5%—10%的增长。同时，他也谈到，葡萄酒的品类也会发生一定变化，尤其是白葡萄酒和桃红葡萄酒的消费量将会增长，增速或比红葡萄酒还要快。葡萄酒品类的普及化是行业未来努力的主要方向，推广普及“轻饮用、慢享受、随意葡萄酒”的新概念，致力于消费者购买和饮用方面极简化和便利化，做大整个品类的盘子。

“一方面，政策利好日益明显，产区品牌效应进一步放大，宁夏、新疆、山东、山西等产区政府开始从政策层面给予引导资金或发展资金，结合国家乡村振兴战略，葡萄酒产区的概念和品牌将会进一步增强；另一方面，‘中国葡萄酒’IP的知名度和美誉度进一步提高，中国葡萄酒的产业自信、文化自信和品质自信稳步提升。”火兴三表示，当前，中国葡萄酒行业已经处在谷底，随着产业“提品质、塑品牌、建文化”的成果逐渐显现，叠加国货风潮的流行，中国葡萄酒将迎来小幅增长。而随着全球疫情缓解，进口酒总量和进口额也将逐步回升，消费市场的逐渐升级将使中高端葡萄酒获得巨大的品牌溢价和广阔的发展空间。



在高度酒仍占市场主流的大背景下，低度酒正在通过多种形式实现自身扩容。记者注意到，在刚刚闭幕的第108届全国糖酒商品交易会上，设立了低度潮饮专区，多个低度酒以及新酒饮品牌纷纷亮相，试图继续扩大自身市场。

多位行业人士告诉记者，随着代际更替和消费人群的变化，越来越多的年轻人更加青睐低度潮饮，更加追求悦己需求和微醺感受，以低度酒为主的新酒饮持续扩容。但整体来看，赛道热度在近两年趋于冷静，强势品牌逐渐出现，未来有望通过迭代整合保持高质量发展。

低度新品频出

记者了解到，以低度酒为主的新酒饮正在成为年轻人的主要选择。2022年1月10日，工信部公开征求对《关于加快现代轻工产业体系建设的指导意见（征求意见稿）》的意见中提到，“针对年轻消费群体、国外消费群体发展多样化、时尚化、个性化、低度化白酒产品”。

白酒行业分析人士欧阳千里表示，指导意见中的低度化白酒可引申为“低度化酒”或“低度酒”。目前市场上主要包括降（低）度白酒、配制酒、发酵酒。

洋河股份总裁助理、产品总监张学谦表示，低度潮酒饮品工艺研究是洋河技术突破的一个方向。同时，年轻态消费文化也是洋河文化创新的探索。

根据洋河的规划，该款产品将采用线上电商为主、线下渠道为辅的策略，采用脱口秀、音乐片等年轻人偏爱的方式来宣传产品，同时打造线下的梦马酒馆，打造微分子酒特调的多款白酒花式饮品，涵盖茶酒、酒咖等新品类。

会稽山总经理杨刚也表示，文明程度越高，酒精度数越低。为此，该公司为兰亭品牌定出“低度中国酒，高端宴请新选择”，不再拘泥黄酒和白酒的范畴，而是从度数的对比中，推出高端优势。

多个白酒社群针对该战略进行讨论时提到，这在客观上推动了低度酒的普及，也丰富了低度酒的使命。因为在过去很长一段时间，以低度酒为主的新酒饮，年轻消费者是主要人群。传统黄酒品牌以“低度”为传播重点之一，将为其产品带来更多市场。

同质化现象亟待破解

从需求端来看，“Z世代”消费者崛起，以及女性人群需求量上升，支撑着包括低度酒在内新酒饮的迅速扩容。陕西赋比兴酒业创始人杨哲表示，新酒饮建立在代际更替、人群变化的基础上。消费者饮酒的驱动力发生了变化，从“悦人”变“悦己”，从过去的单一产品到现在的多元，这是新酒饮得以扩张的底层逻辑。

白酒行业分析师蔡学飞此前表示，新酒饮持续火爆，已成为传统酒企谋求增长的第二曲线和饮料企业扩张的新战场。

多位业内人士表示，很多新酒饮品牌采用代工的模式，整体发展采用轻资产模式。市场推出一款产品，不需自建供应链系统，通过与代工厂合作，可完成瓶装设计、口味、生产、运输等。这是新酒饮市场迅速扩容的重要原因，但也是产业出现同质化的一个因素。

速策咨询公司总经理刘圣松曾撰文称，新酒饮的产品高度同质化，营销渠道同质化，重线上轻线下，导致忽视差异化竞争，消费认知难以培育。他建议，新酒饮品牌要做好长期艰苦作战的准备，并寻找口感、包装等方面差异化的生存之道，同时做好线上线下渠道，既要互补又要贯穿。

多位人士表示，未来新酒饮赛道的投机动作会越来越少，中小品牌的生存压力也会越来越大，整个产业将向品牌化靠拢。（国 经）

企业加码「低度」概念  
新酒饮赛道迎变革

产区资讯

宁夏银川积极创建『世界葡萄酒之都』  
今年年底力争销售总额突破八亿元

日前，记者从宁夏银川市葡萄酒产业发展服务中心获悉，截至今年年底，银川市计划酿酒葡萄种植基地总面积达到27万亩以上，在国内一、二线城市及银川市区建立贺兰山东麓葡萄酒城市体验中心20个，力争酿酒葡萄产量达到9万吨，葡萄酒原酒产量达到5.8万吨（7500万瓶），葡萄酒销售总额突破8亿元，酒庄旅游接待120万人次以上，综合产值达到300亿元。

作为贺兰山东麓葡萄酒产区的核心产区，银川市在今年将借助国家战略的东风，围绕“世界葡萄酒之都”建设目标，紧扣贺兰山东麓高品质资源、生态、产业融合优势，努力实现“种得好、酿得好”向“种得好、酿得好、销得好”转变。支持酒庄（企业）做强做优，鼓励酒庄（企业）创新市场营销模式，不断提升市场拓展能力，力争培育年葡萄酒销售总额2000万元以上酒庄（企业）达到14家，葡萄酒销售总额突破8亿元；全年面向全国大中型城市开展《贺兰山东麓葡萄酒银川产区教程》突破200期，直接培训人数3000人以上；重点在北京、上海、广州、深圳等城市优选建设（授牌）线下“宁夏贺兰山东麓葡萄酒城市体验中心”10—20家。

“葡萄酒产业现阶段最重要的就是大力做品牌宣传，频繁搞促销、搞推介，让葡萄酒更多地出现在大众的消费视野里，逐步累积成为一种消费习惯，从而打造随处可买葡萄酒、随时可用葡萄酒的消费环境。”银川市葡萄酒产业发展服务中心相关负责人介绍，银川市不仅发布了葡萄酒产业发展2023年工作责任和任务清单、2023年品牌宣传及市场营销工作计划，还建立了葡萄酒市场营销季分析报告制度，通过建立健全葡萄酒产业营销情况分析研判机制，促进全市葡萄酒总体销量和市场竞争能力双提升，积极营造健康良好的产业营商环境发展环境。（宁夏新闻网）

蓬莱海岸葡萄酒入选

山东省地理标志产品保护示范区筹建名单

本报讯 近日，山东省市场监管局公布了2022年度山东省地理标志产品保护示范区筹建名单，全省共7家示范区获批筹建，蓬莱海岸葡萄酒榜上有名。这是继2021年烟台苹果获批筹建国家首批地理标志产品保护示范区后，烟台又一地理标志产品以雄厚基础、强劲势头开展示范区创建，也是全市首个山东省地理标志产品保护示范区。

蓬莱海岸葡萄酒于2018年注册为国家地理标志证明商标，产区蓬莱是世界优秀的酿酒葡萄与葡萄酒产地，有“世界七大葡萄酒海岸之一”的称号。

近年来，烟台市市场监管局联合蓬莱区市场监管局大力开展蓬莱海岸葡萄酒地理标志运用、促进与保护工作，2022年指导推荐蓬莱海岸葡萄酒入选山东省地理标志产品运用促进工程。此次获批筹建省级地理标志产品保护示范区后，烟台市区两级市场监管局将指导蓬莱海岸葡萄酒进一步完善地理标志标准化检验检测和质量控制体系建设，加大宣传保护力度，提升品牌影响力和竞争力，带动蓬莱海岸葡萄酒全链条上下游产业共同发展。

（宗 文）

新疆焉耆盆地葡萄酒产业推介会在四川举办

本报讯 日前，新疆焉耆盆地葡萄酒产业推介会在四川成都举办，来自巴音郭楞蒙古自治州的众多精品葡萄酒集中亮相，让更多人体验新疆焉耆盆地葡萄酒的风土魅力，了解当地葡萄酒产业发展成果。本次推介会以“丝路山水 壮美巴州 焉耆盆地 美酒故里”为主题，来自巴音郭楞蒙古自治州的18家葡萄酒企业和经销商企业参加了推介会。

据介绍，焉耆盆地具有得天独厚的自然条件，培育了以乡都、芳香、天塞、中菲、佰年、瑞峰等为代表的精品酒庄集群。近年来，在当地政府、葡萄酒企业和社会各界的推动下，

焉耆盆地葡萄酒产业进入快速发展。下一步，焉耆盆地葡萄酒企业将继续在进一步提升品质、满足消费者需求、产品创新、扩大销售渠道上下功夫，发挥产品优势，做强产区品牌，让焉耆盆地酿酒葡萄产区的美酒香飘丝路、饮誉天下。

新疆焉耆盆地酿酒葡萄产区作为新疆四大葡萄酒产区之一，经过25年的发展，已经形成酿酒葡萄种植面积12万亩，有40家葡萄酒生产企业，总设计加工能力8万吨的规模。2022年，焉耆盆地葡萄酒产区生产原酒0.82万吨，实现工业生产总值6.9亿元。（何 文）