

新酒饮市场规模年均复合增长率达27.5%

# 行业承压调整 新酒饮崛起重塑产业格局

2026年将是中国酒业新旧动能转换的关键一年。宏观政策指明了提质的方向,市场倒逼产业必须从“向渠道要利润”转向“向消费者要增长”。

## 白酒行业陷入调整期

目前,白酒行业处于政策调整、消费结构转型、存量竞争等“三期叠加”的深度调整期。国家统计局数据显示,2025年,全国规模以上白酒企业累计产量354.9万千升,同比下降12.1%,这已是行业连续第九年产量下滑,与2016年1358.4万千升的历史峰值相比,累计降幅已近74%,行业规模收缩态势显著。

从上市企业年报来看,行业业绩承压态势全面显现。19家A股白酒上市公司中,仅山西汾酒实现营收正增长,其余18家企业营收同比下降,利润端降幅更为剧烈。数据显示,五粮液实现营收405.29亿元,同比下降54.55%;洋河股份实现营收192.11亿元,同比下降33.47%;水井坊实现营收30.38亿元,同比下滑41.77%。

消费端的变化进一步加剧了行业

压力。年轻消费群体崛起推动市场需求向低度化、场景化、理性化转型;传统政务商务需求收缩,次高端价格带成为竞争红海,大众消费品牌和高端品牌韧性较强,行业呈现明显的“哑铃型”分化特征。

与此同时,库存高企成为行业核心痛点。截至2025年末,贵州茅台酒类产品库存量为34.00万吨,同比增长9.67%。其中,成品酒库存量为2.48万吨,半成品酒(含基酒)库存量为31.52万吨。具体到企业,五粮液成品酒库存量达4.76万吨,同比增长4.53%;泸州老窖成品酒库存量达2.63万吨,同比增加29.76%。企业普遍在年报中提到“渠道库存高企、动销放缓、价格倒挂”是当前行业的核心痛点。

## 行业龙头加速扩产

在行业产量持续萎缩的背景下,

上市白酒企业的扩产动作并未停止。记者发现,19家上市白酒企业中,过半数企业在年报中明确提到推进产能扩建或实施技改项目。

扩产是基于现有产能的饱和状态。贵州茅台2025年年报显示,公司茅台酒基酒设计产能达46395吨,实际产能达58473.16吨,产能利用率高达126%;系列酒基酒设计产能达59400吨,实际产能达57650.57吨,产能利用率也达到97.05%。产能饱和和推动企业持续加码优质产能建设。

在业内看来,这场逆周期产能竞赛,既是行业分化加剧的缩影,也是头部企业抢占下一轮周期红利的战略布局,通过产能扩张巩固品质优势与市场地位,进一步拉开与中小企业的差距。

产能扩张背后,是白酒行业“马太效应”的加速显现。2025年,白酒产业利润持续向头部集中,CR6(行业前6大企业)营收、归母净利润分别占白酒板块的87%、96%,产业集中度持续攀升。与之相对,中小企业经营压力陡增,部分企业加速出清,或转向地方特色酒、低度酒、露酒等细分赛道寻求突破,行业“强者恒强、弱者出局”的格局愈发清晰。

## 新酒饮赛道异军突起

在传统白酒深陷调整的同时,以果酒、预调酒、精酿啤酒为代表的新酒饮赛道异军突起,成为酿酒产业最亮眼的增长极。中国酒业协会报告指出,2025年酿酒产业呈现结构性分化,白酒、葡萄酒、黄酒等传统酒种效益下滑,而啤酒、露酒则保持利润正增长,新酒饮更是凭借健康化、低度化、场景化优势,实现爆发式增长。

《2026全球及中国新酒饮行业发展研究报告》显示,中国新酒饮市场规模已经从2020年的370亿飙升至2025年的1245亿,年均复合增长率27.5%,成为全球新酒饮增长最快的市场之一。从增速看,果酒和风味精酿跑得更快。行业聚焦地方特色酒、低度酒、露酒、果酒等细分领域,寻求差异化发展机遇,产业“马太效应”愈发明显。此外,生产端数据显示,新酒饮正在结构性替代传统酒饮。

对于酒企而言,2026年不再是寻找捷径的一年,而是文化赋能品牌,风味赋能品质,数智夯实底座,品牌重塑形象,深耕品牌价值的攻坚之年。谁能在调整期建立起与消费者的情感联结,谁就能占据先机。

(综合)

## 声音

# 白酒年轻化转型不能只靠热度营销

□ 南风

近年来,白酒行业年轻化转型驶入快车道。从五粮液落地“日咖夜酒”体验馆,到泸州老窖布局百加酒咖门店,各大白酒品牌纷纷跳出传统烟酒渠道,以跨界融合的方式走进年轻人的消费场景中。这场转型尝试是白酒行业应对消费迭代的主动求变,却也在热度褪去后,暴露出行业转型过程中的深层困境。

白酒企业的跨界融合模式,为行业带来了可观的短期价值。各类联名和场景创新打破了白酒象征老派的刻板印象,让高端白酒走出商务圈层,走进年轻消费者的视野。比如,茅台酱香拿铁首日销售额破亿的成功案例不仅为品牌带来了可观的曝光量,也为行业开辟了新的流量入口。对于年轻消费者而言,含酒咖啡、咖啡、低度特调等新品降低了白酒的体验门槛,为行业培育潜在消费群体提供了基础可能。

但流量退去之后,形式化创新的短板逐渐凸显,行业跨界陷入同质化“内卷”。当前多数酒企的年轻

化探索仍停留在“旧瓶装新瓶”的浅层阶段:仅将白酒作为调味辅料,嫁接于年轻人熟悉的消费场景,却未对产品本身、饮用逻辑、文化内核做出革新。热度营销只能带来消费者一时尝鲜的兴趣;茅台冰淇淋依赖品牌溢价,忽视产品本质,66元的定价让年轻人尝鲜后难以再次购买,最终沦为“一次性”网红商品;茶百道、奈雪等跨界联名,在产品属性上挖掘白酒的品鉴美学、人文底蕴,重塑年轻化品牌形象。

白酒企业的跨界是推动行业转型的有益尝试,但并不是最终的答案。面对年轻群体消费市场,流量营销只能治标,深耕产品、贴合需求才能治本。跳出形式化创新的“内卷”,真正读懂年轻消费者的核心需求,传统白酒才能跨越代际鸿沟,实现长久的年轻化新生。

从长远来看,白酒年轻化的核心从来不是场景的简单移植,而是消费逻辑与文化的构建。年轻人疏远白酒的根源不仅在于刻板的酒桌文化,更在于传统白酒高度数、重口味的产品特性与当代悦己、轻休闲的消费需求相悖。真正的转型,需要行业跳出营销“内卷”,深耕产品与文化核心。例如,在产品端研发低度化、轻量化、适配日常小酌的新品;在产品属性上挖掘白酒的品鉴美学、人文底蕴,重塑年轻化品牌形象。

白酒企业的跨界是推动行业转型的有益尝试,但并不是最终的答案。面对年轻群体消费市场,流量营销只能治标,深耕产品、贴合需求才能治本。跳出形式化创新的“内卷”,真正读懂年轻消费者的核心需求,传统白酒才能跨越代际鸿沟,实现长久的年轻化新生。

从长远来看,白酒年轻化的核心从来不是场景的简单移植,而是消费逻辑与文化的构建。年轻人疏远白酒的根源不仅在于刻板的酒桌文化,更在于传统白酒高度数、重口味的产品特性与当代悦己、轻休闲的消费需求相悖。真正的转型,需要行业跳出营销“内卷”,深耕产品与文化核心。例如,在产品端研发低度化、轻量化、适配日常小酌的新品;在产品属性上挖掘白酒的品鉴美学、人文底蕴,重塑年轻化品牌形象。

白酒企业的跨界是推动行业转型的有益尝试,但并不是最终的答案。面对年轻群体消费市场,流量营销只能治标,深耕产品、贴合需求才能治本。跳出形式化创新的“内卷”,真正读懂年轻消费者的核心需求,传统白酒才能跨越代际鸿沟,实现长久的年轻化新生。

# 福建福州推动绿色食品产业发展更具韧性

人均耕地仅0.17亩的福州,贡献了福建省近十分之一的粮食产量,蔬菜产量多年位居全省首位,渔业产值保持全国第一。这个看似矛盾的“高产”奇迹,究竟是如何炼成的?答案,就藏在福州以“五全”模式抓招商、推动绿色食品产业高质量发展的谋变之路中。

面对耕地紧张的先天约束,福州的招商并非简单引进项目,而是精准“补链”。位于罗源的福建省洋泽海洋生物科技有限公司(以下简称“洋泽”)深耕育种养殖,技术扎实,但长期停留在产业链的前端。去年,在当地政府的引导下,洋泽不再满足于“养得好”,而是决定“做得深”——落地水产品精深加工及冷链物流项目,建设罗源最大的单体冷库,引入智能化加工设备和可追溯体系。“项目预计今年加工能力达1万吨,冷库存储周转量3万吨,定位为高端水产品供应链及出口基地,目标实现年产值提升30%以上,带动本地渔业升级。”洋泽总经理周洪磊说。让他印象深刻的是,在项目前期对接中,政府部门主动解读用地政策、梳理审批流程,将原本2个月的审批周期压缩至3周左右。

招商引“链”,最终要成“势”。在永泰,青梅产业的故事同样生动。过去,当地梅农以卖鲜果为主,价格低、波动大。如今,通过引进“梅满天下”“梅百华”等头部加工企业,青梅被酿成清酒、制成梅饼,形成从种植到精深加工的完整链条,附加值倍增。在马尾,依托国家得冷冷链物流基地,福州积极引进水产精深加工、预制菜、海洋生物提取等项目,远洋渔获不再只是“过路客”,而是通过园区化、集群化招商,实现就地加工、增值转化。在福清,中印尼“两国双园”中方园区里,椰子、水产、肉类等绿色食品加工项目接连落地,上下游企业“上下楼即上下游”的产业生态加速成形。

福州的招商不只“引企”,更注重“引智”。阳光蛋业联合本地科技企业开发的“木鸡郎”智能机器人,已在全国80多家大型养鸡场运行,并出口至日本和马来西亚;永泰帮利茶产业园引入智能化茶叶精制和包装生产线,实现产品重量、数量、检测等关键参数精准把控,减少70%的人员投入。

从初到深,从散到聚,从传统到现代,福州的招商实践正在重塑这片土地的“食物版图”。如今,福州已形成水产品、油脂加工、果蔬食用菌产品、肉蛋制品、休闲健康食品、茉莉花茶、预制菜等较为完整的产业链,涵盖种植养殖、加工、流通、农食文旅等环节,具备多元化、规模化、品牌化发展优势。福清、连江、仓山、马尾、闽侯、长乐等地也依托资源禀赋和招商定位,形成特色鲜明的产业集聚。

福州市招商办相关负责人表示,将继续坚持“五全”抓招商,围绕一产做优做特,二产做大做强,三产拉动拓展,进一步放大福州的资源禀赋和区位优势,全力构筑更具韧性与活力的绿色食品产业高地。

(福州日报)

(上接 A1版)

## 扎根沃土 探索酿造新路子

守住“老规矩”,并不意味着停

在原地。近年来,车间在传承古法工艺的同时,致力于做出更具吐鲁番产区特色的产品。

“葡萄酒是风土的产物,受土壤、地形、气候等影响,每一款酒都带着鲜明的产区印记。”马雪梅说,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越高,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

车间技术团队把目光投向了古法风干酿酒工艺。吐鲁番的葡萄糖含量高,自然风干是当地流传已久的酿酒方法。但传统的自然风干受天气影响很大,一旦遭遇连续阴天,葡萄糖易发霉变质,而且发酵过程难以控制,酒精度不稳定,风味也容易跑偏。

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发明专利。

此后,车间不断推陈出新,高酒精度干红、低醇起泡酒、有机赤霞珠干红等新产品陆续亮相,多次在中国酒文化节、中国西北地区白酒、葡萄酒产品感官品鉴交流会、新疆丝绸之路葡萄酒大赛等活动中获奖。

产品创新之外,生产管理也在迭代升级。现在,车间的发酵罐、陈酿罐等都安装了智能监测系统,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发

明专利。

此后,车间不断推陈出新,高酒精度干红、低醇起泡酒、有机赤霞珠干红等新产品陆续亮相,多次在中国酒文化节、中国西北地区白酒、葡萄酒产品感官品鉴交流会、新疆丝绸之路葡萄酒大赛等活动中获奖。

产品创新之外,生产管理也在迭代升级。现在,车间的发酵罐、陈酿罐等都安装了智能监测系统,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发明专利。

此后,车间不断推陈出新,高酒精度干红、低醇起泡酒、有机赤霞珠干红等新产品陆续亮相,多次在中国酒文化节、中国西北地区白酒、葡萄酒产品感官品鉴交流会、新疆丝绸之路葡萄酒大赛等活动中获奖。

产品创新之外,生产管理也在迭代升级。现在,车间的发酵罐、陈酿罐等都安装了智能监测系统,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发

明专利。

此后,车间不断推陈出新,高酒精度干红、低醇起泡酒、有机赤霞珠干红等新产品陆续亮相,多次在中国酒文化节、中国西北地区白酒、葡萄酒产品感官品鉴交流会、新疆丝绸之路葡萄酒大赛等活动中获奖。

产品创新之外,生产管理也在迭代升级。现在,车间的发酵罐、陈酿罐等都安装了智能监测系统,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发明专利。

此后,车间不断推陈出新,高酒精度干红、低醇起泡酒、有机赤霞珠干红等新产品陆续亮相,多次在中国酒文化节、中国西北地区白酒、葡萄酒产品感官品鉴交流会、新疆丝绸之路葡萄酒大赛等活动中获奖。

产品创新之外,生产管理也在迭代升级。现在,车间的发酵罐、陈酿罐等都安装了智能监测系统,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发

明专利。

此后,车间不断推陈出新,高酒精度干红、低醇起泡酒、有机赤霞珠干红等新产品陆续亮相,多次在中国酒文化节、中国西北地区白酒、葡萄酒产品感官品鉴交流会、新疆丝绸之路葡萄酒大赛等活动中获奖。

产品创新之外,生产管理也在迭代升级。现在,车间的发酵罐、陈酿罐等都安装了智能监测系统,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发明专利。

此后,车间不断推陈出新,高酒精度干红、低醇起泡酒、有机赤霞珠干红等新产品陆续亮相,多次在中国酒文化节、中国西北地区白酒、葡萄酒产品感官品鉴交流会、新疆丝绸之路葡萄酒大赛等活动中获奖。

产品创新之外,生产管理也在迭代升级。现在,车间的发酵罐、陈酿罐等都安装了智能监测系统,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发

明专利。

此后,车间不断推陈出新,高酒精度干红、低醇起泡酒、有机赤霞珠干红等新产品陆续亮相,多次在中国酒文化节、中国西北地区白酒、葡萄酒产品感官品鉴交流会、新疆丝绸之路葡萄酒大赛等活动中获奖。

产品创新之外,生产管理也在迭代升级。现在,车间的发酵罐、陈酿罐等都安装了智能监测系统,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发明专利。

此后,车间不断推陈出新,高酒精度干红、低醇起泡酒、有机赤霞珠干红等新产品陆续亮相,多次在中国酒文化节、中国西北地区白酒、葡萄酒产品感官品鉴交流会、新疆丝绸之路葡萄酒大赛等活动中获奖。

产品创新之外,生产管理也在迭代升级。现在,车间的发酵罐、陈酿罐等都安装了智能监测系统,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发

明专利。

此后,车间不断推陈出新,高酒精度干红、低醇起泡酒、有机赤霞珠干红等新产品陆续亮相,多次在中国酒文化节、中国西北地区白酒、葡萄酒产品感官品鉴交流会、新疆丝绸之路葡萄酒大赛等活动中获奖。

产品创新之外,生产管理也在迭代升级。现在,车间的发酵罐、陈酿罐等都安装了智能监测系统,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发明专利。

此后,车间不断推陈出新,高酒精度干红、低醇起泡酒、有机赤霞珠干红等新产品陆续亮相,多次在中国酒文化节、中国西北地区白酒、葡萄酒产品感官品鉴交流会、新疆丝绸之路葡萄酒大赛等活动中获奖。

产品创新之外,生产管理也在迭代升级。现在,车间的发酵罐、陈酿罐等都安装了智能监测系统,“随着市场对特色葡萄酒的需求越来越,我们也在想,如何让吐鲁番的特色做得更鲜明。”

“我们的目标,是保留自然风干的独特风味,同时让产品品质更为稳定。”马雪梅说。为此,控水团队做了很多尝试:搭建控温风干房,模拟吐鲁番的干燥气候,精准控制温、湿度;在发酵阶段实行分段式控温,根据糖度变化灵活调整发酵节奏。历经二十多轮试验,几十次参数调整,技术团队终于发现了合适的工艺曲线。产出的风干葡萄酒通过自治区新产品鉴定,并申报了国家发

## 公告栏

### 机动车拍卖公告

本公司定于2026年6月3日上午9:00-10:00时在中拍平台拍卖J8976青年牌INP6110T机动车一辆,起拍价:22700元,保证金:5000元,加价幅度:100元或100元整数倍数。详情请关注“中拍平台”或“众诚拍卖”微信公众号,详情:13967633787(微信同号)。

### 浙江众诚拍卖有限公司

2026年5月26日

### 废旧物资拍卖公告

本公司将于2026年5月26日在中拍平台拍卖一批废旧物资:1.废电机(铜),起拍价:45000元,加价幅度:500元或500元整数倍数;2.起吊机:15000元,保证金:2万元;3.废铁(打杆),起拍价:2000元,保证金:2万元;4.废铁(起吊机),起拍价:1000元,保证金:2万元;5.废铁(起吊机),起拍价:1000元,保证金:2万元;6.废铁(起吊机),起拍价:1000元,保证金:2万元;7.废铁(起吊机),起拍价:1000元,保证金:2万元;8.废铁(起吊机),起拍价:1000元,保证金:2万元;9.废铁(起吊机),起拍价:1000元,保证金:2万元;10.废铁(起吊机),起拍价:1000元,保证金:2万元;11.以上拍卖标的均以存放现状为准,竞买人参加前请认真查看标的物实物,并自行承担和承担相关责任;12.竞买人报名成功后,请在规定时间内,携带保证金至中拍平台或众诚拍卖公司缴纳;13.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;14.未成交者,其参加拍卖的保证金不予退还;15.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;16.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;17.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;18.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;19.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;20.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;21.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;22.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;23.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;24.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;25.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;26.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;27.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;28.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;29.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;30.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;31.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;32.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;33.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;34.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;35.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;36.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;37.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;38.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;39.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;40.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;41.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;42.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;43.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;44.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;45.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;46.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;47.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;48.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;49.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;50.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;51.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;52.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;53.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;54.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;55.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;56.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;57.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;58.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;59.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;60.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;61.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;62.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;63.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;64.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;65.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;66.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;67.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;68.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;69.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;70.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;71.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;72.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;73.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;74.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;75.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;76.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;77.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;78.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;79.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;80.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;81.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;82.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;83.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;84.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;85.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;86.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;87.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;88.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;89.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;90.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;91.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;92.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;93.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;94.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;95.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;96.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;97.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;98.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;99.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;100.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;101.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;102.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;103.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;104.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;105.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;106.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;107.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;108.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;109.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;110.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;111.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;112.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;113.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;114.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;115.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;116.成交后,竞买人须在成交后3个工作日内,携带保证金及成交款项,向中拍平台或众诚拍卖公司办理交接手续;117.成交后,竞买人