



专业·专注·建设性

## 露酒“未来之露”如何走？

中国酒业协会理事长宋书玉强调，露酒只有回归酒的本质，顺应消费需求的变化，做好品质，创好品牌，才能壮大品类，开创露酒的美好时代。

本报记者 刘雪霞 发自宜宾

在酒业整体增长率仅为5%的情况下，露酒保持着年均30%的高速增长实属不易。但从宏观看，目前我国露酒在酒类消费中的占比还不到3%，因此发展空间巨大。

露酒发展正遇风口，如何搭乘东风，抢抓产业红利，加快推进露酒产业高质量发展？在中国露酒产

业发展大会露酒价值论坛上，行业专家从“品类、品质、品牌”的角度，共同探讨露酒的价值及未来发展路径，共议露酒技术创新战略。

中国酒业协会理事长宋书玉认为，露酒作为中国传统酒种之一，在新时期、新形势下如何传承酿造技艺，如何创新发展，如何在激烈的市场竞争中抢得

先机，如何在消费及文化层面突破，是整个露酒产业必须明晰的问题。

对于露酒未来的产业之路，中国酒业协会露酒分会秘书长王旭亮谈到，面对多元化、个性化的消费时代，露酒拥有广阔的空间，应该先把品质做好，然后创立露酒品牌，从而带动品类发展。

A3

New  
新视点

## 喊出要做“精品酒企”的酒鬼酒，能如愿吗？

中粮集团有限公司党组成员、副总经理朱泽提出了新的发展目标——全力把酒鬼酒打造成为一家具有差异化竞争优势的“精品酒企”。

本报记者 张瑜宸 发自北京

酒鬼酒如果只是一个季度的不理想，或许并不会引来业界和投资者们的持续“差评”。进入到2023年，酒鬼酒犹如掉进海里漩涡，业绩不断下跌。因此，不断有投资者和媒体公开质疑：管理层在干什么？

事实上，这些负评不仅被酒鬼酒的管理层看到了，还被公司副董事长、总经理郑轶整理成图放在了2023年度酒鬼酒馥郁大会上，并回应称：“直面问题，甚至是自揭伤疤，是因为我们有解决问题的能力，也找到了解决问题的方法。”

如此掷地有声的一番话，也恰好迎合了大会的主题“赢战·何惧风雨 蓄力而发”。但比起态度，业界和投资人显然更关心方法。所以，酒鬼酒到底要怎么改？

A5



Headline 特别推荐

## 鲁酒要真正走出和而不同的品质发展道路

鲁酒企业应该从实际出发，走“小而精，小而美，小而优”的特色发展之路，找到各自表达核心点，并深入挖掘，让消费者有效认知。

A2

## 酱酒赛道

### 依然坡长雪厚

从复合增速来看，酱香型白酒的增速，我们认为依然会高达14.5%，其他的香型增速会相对放缓。酱香未来5年将突破4000亿元规模。

A2

## 这场盛会见证中国食品产业的崛起与辉煌

12月16日~17日，由中国副食流通协会主办的“2023年中国食品流通产业大会”“中国副食流通协会第六届五次理事会(扩大)会议暨中国副食流通协会成立三十周年”在北京举行。

A4

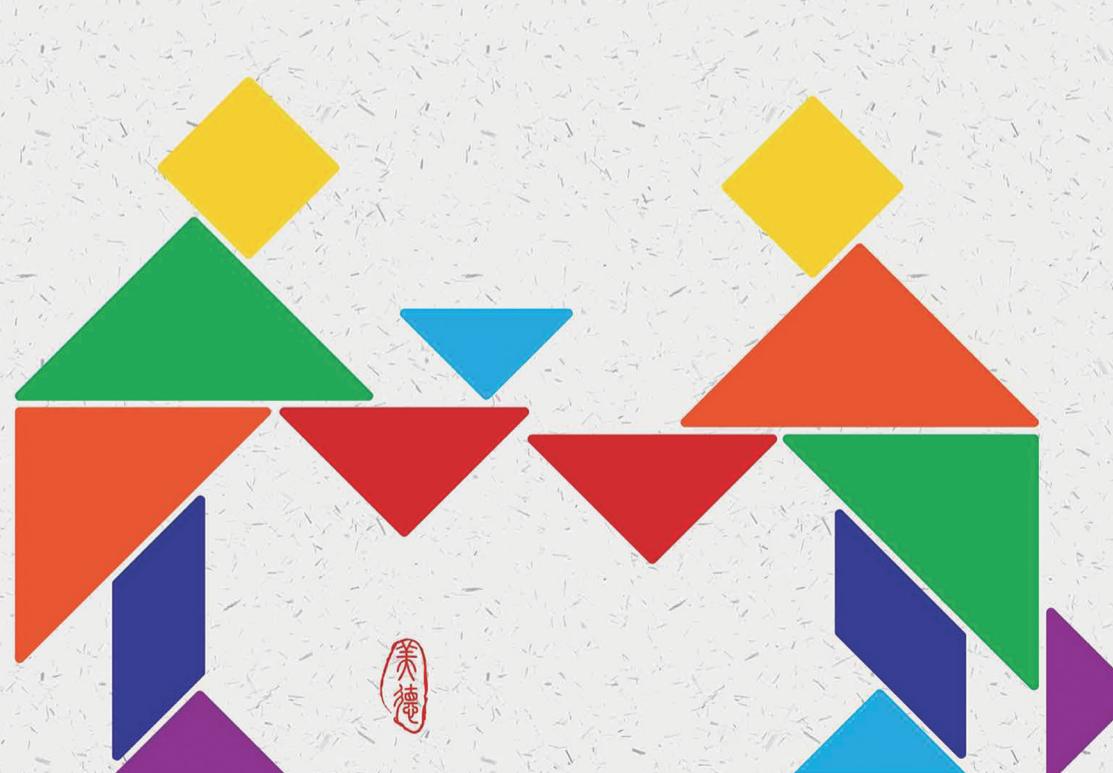
## 酒企大幅增持，意在投资、消费市场稳定？

事实上，名酒企业增资回购，既表达了对于股价的提振，也同样表达了对于消费市场回归的信心。

A8

从乐于分享  
从小培养

【传承中华好风尚】



中宣部宣教局 中国文明网