



# CHINA WINE NEWS 华夏酒報 SINCE 1989

2024年2月  
27  
星期二

今日8版 总第3316期  
统一刊号:CN37-0034  
中国十佳行业报

专业·专注·建设性

## 山东再出手,鲁酒振兴怎么干?

有业内人士分析指出,山东省政府出台政策指导,体现了山东省对酒业的关注和扶持,但从另一方面来说,鲁酒可能也到了需要焕发新质生产力的时候了。

本报记者 张瑜宸 发自北京

2月6日,山东省政府新闻办举行政策例行吹风会,解读了山东省委办公厅、省政府办公厅于2月3日印发的《关于聚力推动工业经济高质量发展十大行动的意见》(以下简称“《意见》”)。

《意见》里提到的十大行动,有两项都涉及酒:一是在首季开门红攻坚行动中提到,“一业一策”制定

稳增长措施,建立41个行业大类增长调度台账,对饮料和精制茶制造等8个去年工业增加值增速下降行业分别实施专项帮扶,加快推动企稳回升;二是在工业品需求提振行动中提到,有效引领和扩大工业消费,实施“2024山东消费促进年”,组织“新轻纺·享生活”系列活动,举办家电、家具、美食等消费节,全

力推进鲁锦、鲁烟、鲁酒振兴。

对此,有业内人士分析指出,在消费促进的2024年,山东省政府出台政策指导,体现了山东省对酒业的关注和扶持,但从另一方面来说,鲁酒可能也到了需要焕发新质生产力的时候了。

A3

Headline  
特别推荐

### 品牌战略的构成 源于品质、文化和服务

如何把握消费者的需求,实现品牌增长是关键。除此之外,还需要进行与时俱进的传播。 A2

### 拥抱酒业新周期 以创新破万卷

在酒业新周期,酒企、酒商、酒媒如何创新突围? A2

### “专特供”酒禁而不绝 都被谁喝了?

近年来,政府对酒类行业的监管力度不断加大,但想彻底根除这一现象,仍是一场持久战。 A5

### 2024,葡萄酒业的风 往哪吹?

美国葡萄酒杂志《The Drop》的执行主编 Felicity Carter 为我们揭示了2024年葡萄酒行业的七大趋势。 A6

### 茅台新添两项 国际领先科技成果

由茅台集团牵头完成的《酱香型白酒高温大曲蛋白质组解析体系构建及应用研究》和《酱香型白酒中重要含氮化合物快检技术研发及装备创制》两个项目通过科技成果鉴定,均达到国际领先水平。 A7

New  
新视点

## 澳洲酒的“通行证” 真要来了?

澳大利亚葡萄酒生产商已将数百万瓶葡萄酒运往中国香港,押注中国内地将很快取消对澳大利亚葡萄酒征收的高额关税。

本报记者 徐菲远 发自北京

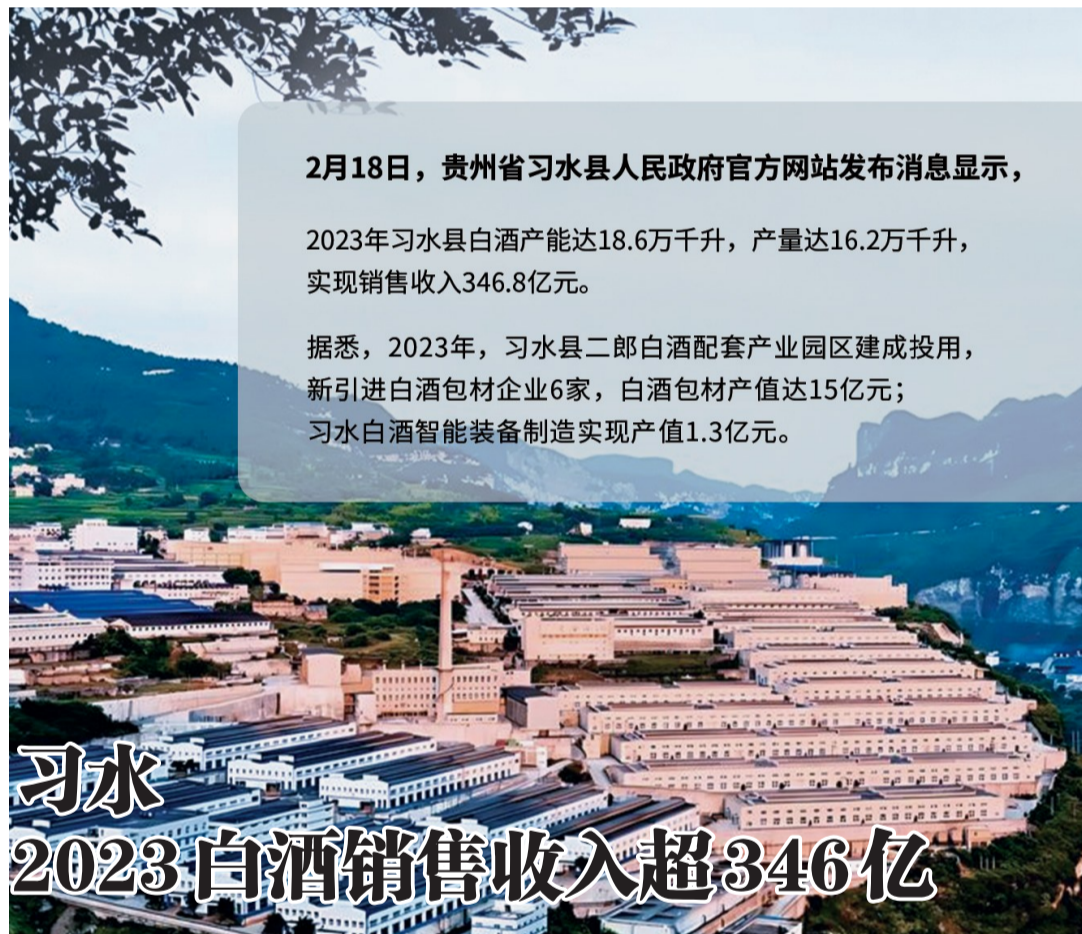
《环球时报》2月19日报道,在中国即将取消对澳大利亚葡萄酒高额产品关税的预期下,澳大利亚葡萄酒生产商正采取积极主动的策略,如增加对中国香港特别行政区的出货量。

2023年,澳大利亚葡萄酒对香港的出口额同比增长74%。在这一年里,澳大利亚向香港出口了9400千升葡萄酒,价值2.9亿澳元,与2022年相比,出口量增长27%。

据分析,中国内地的高额关税可能是2023年澳大利亚对香港出口大幅增长的原因之一,葡萄酒可能会通过该地区运往内地。

根据贸易数据监测机构 Trade data Monitor 的数据,香港在2023年进口了31000千升葡萄酒,共出口11000千升葡萄酒,约占进口葡萄酒的35%。

A4



## 全国糖酒会“上新”,值得期待

现在的糖酒会更多的是品牌宣传与传播的平台,是信息扩散与发布的平台,是投资贸易与合作的平台。未来,它还将是创新展示新潮、趣味、亲民与提振消费和促进行业高质量发展的平台。

本报评论员 张瑜宸

还有不到一个月的时间,我们就要再次相聚成都,共赴拥有“天下第一会”之称的全国糖酒商品交易会(以下简称“糖酒会”)。不知道大家都抱着怎样的心情?

坦白地说,过去几年,受外部大环境影响,糖酒会的举办和召开遭受了不少挑战和质疑。因此,每当展会日期临近时,总有一个话题会被反复提及:去还是不去?

这的确值得深思。

一方面,全国糖酒会已走过100多届,一路伴随、见证甚至推动了社会经济发展和糖酒行业的繁荣。谁也不能否认,发展至今,其早已成为酿酒行业的符号和图腾;但另一方面,时代在变,信息爆炸,私域崛起,渠道越来越多样化,展会搭建起

的厂商信息交流与商务洽谈的作用正在减弱也是事实。

因此,对很多酒业人来说,参加糖酒会除了一定的必要性,更多的是一种习惯,甚至还有点念旧;但不去恰恰也是因为守旧,往往意味着不够创新,再加上各地的酒节、酒展和酒博会的兴起,也担当了类似的重要角色,所以这两年,不断有观点提出:“如果糖酒会再不进行改变和改革,几年后基本就没什么人去了。”

话听上去颇为犀利,但忠言逆耳利于行。欣喜的是,从本届糖酒会开始,“老字号”糖酒会已然焕新,正朝着国际化、专业化、品牌化,甚至泛娱乐化、全民化的方向发展。

日前,《华夏酒报》记者从全国糖酒食品交易

会办公室获悉,第110届全国糖酒商品交易会将推出“展、会、城、节”四大板块,打造全球标杆性消费类城市节日,引导来蓉百万客商与成都市各行业及市民“过完春节过春糖”。

同时,本届糖酒会举办前及开展期间,还有主题市集、美食节、购物节、美酒节、消费节、旅游节等一系列融合活动,包括锦江区的“欢乐糖酒茶—锦江春醉”系列活动、高新区的“全国糖酒会潮流生活节”、武侯区的“新十二月市·武侯春日潮流集”系列活动、金牛区的“新酒饮嘉年华”、青白江区及邛崃市第110届全国糖酒会产业推广活动等。

此外,3月22日至24日,全国糖酒会组委会还将联合知名音乐厂牌,以成都国际非物质文化遗产博览园为主舞台,在交子大道等处设立城市舞

台,在成都市创办“全国糖酒会音乐节”。

……

显然,这个始于1955年,中国历史最为悠久的大型酒类专业展会,正在通过一场深刻的变革,释放出新质生产力。而这场变革也预示着专业展会将由传统的2B(企业对企业)模式转向2C(企业对消费者)模式,以满足广大消费者日益增长的需求。

如果说过去的糖酒会是展销对接的平台,那现在的糖酒会更多的是品牌宣传与传播的平台,是信息扩散与发布的平台,是投资贸易与合作的平台。未来,它还将是创新展示新潮、趣味、亲民与提振消费和促进行业高质量发展的平台。

这样的糖酒会难道不值得期待吗?

社评

Editoria