

关于中国酒业，他们这样说……

2023年的中国酒业展现出了独特的魅力与发展活力。其中，“美”的概念深入人心，从产品设计到品牌塑造，酒企们致力于创造美学体验。

同时，企业对“质”的追求也达到了新高度，

美

作家米兰·昆德拉曾说：“所谓美，就是星光一闪的瞬间，两个不同的时代跨越岁月的距离突然相遇。美是编年的废除，是对时间的对抗。”

用这句话来形容中国酒业的美再合适不过，因为酒业之美，源远流长，蕴含着深厚的文化底蕴和丰富的内涵，足以打破空间的桎梏，消弭年华的流逝。



宋书玉
中国酒业协会理事长

“与美相伴，向美而行”是人类文明的永恒追求，美酒之美，集中体现了人们对美的审视，对美的表达，对美的创造，对美的升华。



丁雄军
茅台集团党委书记、董事长

美无止境，要以终端链接美好；我无止境，要携手共创美好未来，不断夯实茅台生态。



倪永培
中国酿酒大师、迎驾集团党委书记、董事长

正是对生态发展、绿色发展的坚持，让迎驾从霍山出发，走向全国，迈入中国白酒主力阵营。



周志刚
金徽酒股份有限公司董事长、总经理

共创百年金徽，共享美好生活。全体金徽人相信相信的力量，坚持做对的事，做难的事，做需要时间积累的事。



汲英民
云门酒业集团党委书记、董事长

云门要从自身优势出发，立足青州产区，走“小而精，小而美，小而优”的北方酱酒特色发展之路。



朱华
北京华都酿酒食品有限责任公司总经理

华都酒业始终恪守品质初心和文化匠心，以匠心致初心，以美酒酿美好，全力构建华都产业生态，酱酒新未来。



范云喜
山西金汾河酒业有限公司总经理

坚持“酿好酒、储老酒、售美酒”，清香贵族金汾河酒始终把产品质量放在首位，为消费者酿造一杯美酒。

实现了品质的全面提升。此外，“升级”也成为显著特点，产业不断向高而行，丰富了市场层次。不仅如此，行业深度“融合”，创新拓宽了酒业的边界。

值得关注的是，国际化进程加速推进，中国

融合

儒家经典《礼记·中庸》曾曰：“万物并育而不相害，道并行而不相悖。”

融合不仅仅是人与人、人与自然、人与万物之间的和谐共处，也是文化、思想、观念等方面的交流与融合。而万物相融的理念也深入酒业之心，融的是风土、技艺与匠心，合的是资源、品牌与未来。



马勇
中国食品工业协会副会长兼秘书长

近年来，以适应消费需求变化为导向，积极探索工艺变革、实现香型融合、促进风味提升的创新型产品层出不穷，正在为企业创造新的市场增长点。



吴贤国
《华夏酒报》总编辑

面对头部酒企和名优酒企的“围攻”，区域酒企想要在夹缝中求生存，就要走出一条特色化、差异化的发展路径，香型创新是区域酒企的“自救”机遇。



刘焱
泸州老窖集团及股份公司党委书记、董事长

中国白酒目前正处于品牌时代、流量时代和文化时代的叠加期，尤其处于“流量时代”深度发展阶段。为此，泸州老窖要坚定不移、全面地以消费者为中心，深入推进“消费者124”工程，构建圈层、拼抢流量、制胜未来。



侯孝海
华御啤酒(控股)有限公司董事会主席

“啤白双赋能”是华润啤酒探索白酒新世界的模式。华润啤酒正值而立之年，创新发展业务第二增长曲线，既是企业发展战略的需要，也是企业使命的驱动和历史责任的延续。



宋克伟
北京牛栏山酒厂厂长

牛栏山携“金标牛烟火气餐厅榜”，构筑“美食+美酒+文旅”超级IP，助力文旅经济，活跃餐饮消费，为烟火生活注入信心与活力。



侯建光
河南仰韶酒业集团党委书记、董事长

“以工匠之心打造一瓶好酒”，展开来说就是：不急功近利，不浮躁冒进，实实在在在酿酒，认认真真科研，踏踏实实营销！

白酒以更加自信的姿态走向世界舞台。

综合来看，在厂商“一体化”的高效推动下，中国酒业完成了从内到外的深度升级，展现出强劲而持久的发展活力。

升级

欲穷大地三千里，须上高峰八百盘。自古以来，人类对攀登高峰、放眼望远的渴望始终如一。这种渴望不仅仅体现在人们的生活中，也体现在酒业耕耘上。酒业升级，不仅是口感的提升，是工艺的雕琢，也是对美好生活追求的升华，更是对酒文化深厚底蕴的再次挖掘与弘扬。要坚信，追光的人，终会光芒万丈。



何继红
中国副食流通协会会长

目前，国家正处于动力转换与产业升级的阶段，这也是酒业最重要的一个历史机遇。酒企和经销商都要借此机会制定一个长远的战略目标，抢抓未来。



黄克兴
青岛啤酒集团有限公司党委书记、董事长

在中国啤酒行业高端化、多元化的进程中，青岛啤酒扮演着“先行者”和“示范者”的角色，成功引领行业超高端发展和结构升级，打开了行业向上的“天花板”。



顾祥悦
今世缘酒业党委书记、董事长、总经理

高水平科技自立自强，必须在行业形成相当的显示度和辨识度。今世缘要立足高端化、智能化、绿色化发展，引领创造更多市场需求。



蒲吉洲
舍得酒业股份有限公司董事长

笃行精益管理挖潜增效，笃行创造势能激发动能。舍得酒业致力成为文化领先、生态可持续、创新驱动的世界一流白酒企业。舍得老酒战略进发的产品力、渠道力、品牌力、执行力，是驱动舍得以确定性发展面对客观环境不确定性的根本动力。



孙健
烟台张裕葡萄酒股份有限公司总经理

龙谕是我们中国自己酿造的高端葡萄酒，品过世界，你会发现，最好的，可能就在身边。



杨刚
会稽山绍兴酒股份有限公司总经理

会稽山新的战略定位，“低度中国酒，高端宴请新选择”，是要跳出黄酒的范围，在与高端高度酒对比中，发挥黄酒的低度优势，寻找突破口。

一体化

唐代诗人韩偓曾写道：千钧将一羽，轻重在平衡。酒业发展至今，如何平衡厂商关系一直是关乎产业前沿、后方统一协调发展的重要课题之一。但要实现生产端和销售端的一体化平衡并不意味着一成不变，而是要在发展中寻求动态调整，和光同尘，与时舒卷。



王新国
中国酒类流通协会会长

2023年是中国酒业战略转折之年，新一轮良性发展周期已在孕育之中。从长期趋势来看，我国经济高质量发展稳步推进，经济长期向好发展的趋势不变，人民生活水平提高，酒类产品作为重要的消费品，需求仍将继续扩大。从消费端看，市场和渠道出现了新增长点，渠道价值凸显，厂商命运更加紧密，流通渠道整合度不断提高。



曾从钦
五粮液集团(股份)公司党委书记、董事长

不让经销商吃亏，解决渠道利润问题，持续强化厂商一体化建设，推动五粮液高质量发展。



汪俊林
郎酒集团董事长

新形势下，必须坚定不移地做强、做长“品质、品牌、品味、渠道、终端”，做深、做透“产品力、品牌力、吸引力、体系建设、唯客是尊”，厂商一体，相互依赖、相互支持、相互成就，依法依规做市场，狠抓实干，形成体系的力量、组织的力量，这是郎酒和经销商们共同的壮大之路。



张正
西凤集团(股份)公司党委书记、董事长、股份公司董事长

“十四五”期间，西凤酒将紧扣白酒产业供给侧结构性改革升级发展的核心目标，围绕“当好消费者的好酒友”“做好美好生活的引领者”“做好国内酒业的引领者”几个重点工作，全面开展产业探索、市场培育、文化传播、知识产权、数字营销等工作。



朱伟
贵州醇、青酒、匀酒董事长兼总经理

坚持走厂商一体化的发展道路，贵州醇、枝江、青酒、匀酒与合作伙伴美美与共，成就彼此美好未来。



王若飞
宝丰酒业有限公司董事长

我们这一代宝丰酒人要认认真真做一个百年清香企业，我们要努力做河南乃至全国市场消费者口碑第一的清香白酒品牌。



张洪昌
古贝春集团总经理

依托“产品+品牌+渠道”三位一体战略主导，利用政策支持，发挥集团品质优势、文化优势、科研优势，通过招大商、扶优商、育小商，盘活各层级合作经销商，加大古贝春白酒全省化招商一体化整合力度，构建厂商一体化新型合作关系。

质

《说文解字》中，质，是以物相赘的意思。但发展至今，其已演变出多种含义，尤其是在物质文化方面，“质”培育出了精益求精的工匠精神和强化责任的质量管理意识。在酒类市场日益繁荣的今天，品质依然是酒企竞争的核心要素。以质为要，体现出了中国酒业的自信与担当。



袁清茂
汾酒集团党委书记、董事长

高质量发展不仅是提振消费的提倡，也是消费升级的主流。无论未来酒类产业格局如何变化，高质量发展仍然是中国白酒产业的主航道。



吴向东
珍酒李渡集团董事长

一丝不苟酿美酒，精雕细琢造产品，耕植文化创品牌，诚心诚意建渠道，精心策划搞体验，实实在在做企业，勇担责任促振兴。



张言志
宁夏西线葡萄酒产业集团有限公司董事长

中国960万平方公里的土地，一定能酿出足够多的让消费者喜欢的葡萄酒美酒，这也是西线坚信“让世界爱上中国葡萄酒”的理由。



许鹏
黄鹤楼酒业党委书记、董事长

黄鹤楼酒业始终坚持匠心酿酒，将产品品质放在首位，传承百年汉汾酿造工艺，在传承中创新，在传承中前行。



梁明璋
贵州国威酒业集团董事长

在国威有一句话，叫作质量不仅是生命，更是必须敬畏的信仰。国威这些年来一直在下苦功夫，深耕产品质量，为消费者酿造一杯美酒。



于海先
山东骄阳酒业有限公司董事长

为了选出最好的酿造原料，我们从各地优产的粮食中逐一筛选，力求将白酒的口感做到最佳。



陈琨
山东兰陵美酒股份有限公司总经理

兰陵美酒着力打造万吨粮食酒酿造基地项目，为提升产品质量，为兰陵品牌做大做强、行稳致远提供了最有利的保障。



任志刚
山东红太阳酒业集团有限公司总经理

四十年来，我们始终重视质量、精进品质，在传统酱香工艺的基础之上，因地制宜、智慧创新，开创了北派绵柔酱香的典型风格。

Globalization

四方上下曰宇，往古来今曰宙。一直到今天，人类探索宇宙的脚步也从未停止。正如酒业始终在孜孜不倦地与地球同框一样。从白酒到baijiu，从干杯到ganbei，代代人的努力只为给全球消费者奉上一杯最好的中国美酒。

遥遥微光，与酒同行，从此只顾风雨兼程，因为中国酒业的征途是星辰大海。



孙宝国
中国工程院院士、中国食品科学技术学会理事长

为了让白酒更好地走向世界，一方面要制定白酒国际化标准；另一方面要让外国人品尝到中国白酒，助力白酒产业国际化。



徐岩
江南大学原副校长、教授、博士生导师

推动中国白酒走向国际，需要将“强化文化表达、建立国际标准、讲好中国白酒故事、加强科技表达、加强产区表达”五个方面相结合。



梁金辉
古井集团党委书记、董事长

以酒为媒，让中国白酒成为世界的语言，推动中国传统文化走向世界。



梁川
大梁茗酒集团董事长

大梁茗酒将持续站位国际化，破局新赛道，带着中国“酿造”的心出海远征。