中国改革报 CHINA REFORM DAILY
2019.11.27 星期三
本版编辑：彭莎莎 Email：whzk619@163.com 热线：（010）56805251

区块链携手实体经济融合创新

中国蓝天白酒区块链大联盟链正式运行，力争让商品回归应有的价值属性，让信用体系得以真正的建立，让大众能够享受货真价实的佳品

□ 福 涛 薇 薇

近日，中国蓝天白酒区块链大联盟链正式上线运行。这一由中扶大有（北京）农业有限公司、蓝天易货集团公司、北京中鑫新时代投资管理有限公司、风皇社、贵州省仁怀市茅台镇明星酒厂有限公司、四川泸州窖酒股份有限公司等企业联合中国管理科学研究院学术委员会区块链研究中心共同发起，应用区块链技术在实体经济产品流通中搭建的联盟链，是区块链技术从“务虚”到“务实”的具体产物。

中国蓝天白酒区块链大联盟信息中心负责人鹿福涛介绍，该联盟链是运用存证技术、共享方案、信任机制、协作功能搭建的一个去中心化、不可篡改、全程留痕、可以追溯、集体维护、公开透明的链式平台，实现白酒企业—物流服务—终端消费的商业模型。其宗旨是贯彻落实习近平总书记关于要推动区块链和实体经济深度融合的指示要求，有效助力我国去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板战略任务的落实。根本目的是让商品回归应有的价值属性，让信用体系得以真正的建立，让大众能够享受货真价实的佳品。

短短几天时间，该联盟链已经引起中国餐饮协会800多万家酒店、饭店的高度关注，吸引了无数消费者的眼球。

为白酒行业“证名”

中国蓝天白酒区块链大联盟链的初衷之一，就是要为白酒行业“证名”。

白酒是我国的传统蒸馏酒，工艺独特，历史悠久，享誉中外，具有深厚的民族文化内涵。它既是百姓餐桌上的常用饮品，也是人们表达情感、张扬情绪的特殊商品，无论在城市还是在农村，无论在特定场合、特定时间还是在日常生活中，都有其消费的理由。几千年的中国酒文化、几个亿的酒民，可以说白酒是中国传统文化的一部分。我国白酒是世界著名的六大蒸馏酒之一（其它分别是白兰地、威士忌、朗姆酒、伏特加和金酒），是以富含淀粉质的粮谷如高粱、大米等粮谷为主要原料，以大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，采用固态（个别酒种为半固态或液态）发酵，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、贮存和勾调而制成的蒸馏酒。

白酒在满足人们日常生活、社交活动的同时，还带动相关产业高速发展，在提高国家财政收入中起到了重要作用。根据数据统计，到2018年底，全国规模以上白酒企业累计实现销售收入5363亿元，比上年同期增长12.86%，累计实现利润总额1250亿元，比上年同期增长29.98%。完成酿酒总产量87.12亿升，同比增长3.14%；累计完成销售收入5363.83亿元，同比增长12.88%；累计实现利润总额1250.50亿元，同比增长29.98%。可以看出，白酒市场对国民经济拉动力和未来具有极大的发展潜力。相关专家认为，未来5年白酒的市场规模将达到万亿元级，白酒企业面临新的增长动力，白酒行业也将迎来新的发展机遇。

但是由于传统白酒行业的信息不对称，加之消费结构的变化，造成多年来的市场混乱，消费者的信任度下降，消费动力减弱，有的转向消费“洋酒”和其它酒类，致使白酒市场面临诸多问题。形成这一局面的原因是多方面的，但主要的有四点：

一是营销成本高。白酒机构的营销渠道和营销形式极度依赖SEO、地面营销等粗犷式营销方式，高额的获客成本转变为高额的单价，将大批普通消费者拒之门外。

二是假冒伪劣产品的泛滥。在高额单价的刺激下，一些假酒以次充好、酒精勾兑酒、家庭作坊非标准酒、发霉腐败酒，屡屡出现在市场上，严重损害了消费者的信心和行业声誉，结果进一步推高了获客难度，由此形成恶性循环。

三是溯源难。一些假酒制造者复制真的溯源码供消费者扫码验证，一些制假者回收真酒包装进行二次灌装造假，一些造假者仿冒一个溯源系统供消费者查询。这些表面上看起来是真的，实际上还是假的白酒，严重扰乱了市场，追溯也十分困难。

四是虚假宣传。一些企业特别营销机构为了获得消费者，夸大宣传、虚假宣传、多功能宣传；有的贴牌宣传，混淆视听；有的热衷于搞大派送、大赠送等活动，致使一些本来品质不错的产品，在消费者心中也产生了问号，形成反作用。

中国蓝天白酒区块链大联盟链，就是要运用区块链技术的诚实和透明，搭建一个无须营销成本、没有假冒伪劣产品、无法进行虚假宣传、溯源系统强大、公开透明的平台，真正解决白酒行业生存和发展中的痛点，有效扭转白酒市场存在的乱象，让中国白酒扎根百姓生活，享誉全球。

让白酒回归应有价值属性

近年来，一些高端白酒、次高端白酒和一些中档次白酒，在信息障碍、营销成本、生产数量、品牌效应、消费者喜好等因素的作用下，价格越炒越高，有的已经是成本费的几倍、几十倍，有的炒到“天价”，完全偏离了商品应有的价值属性，将大批普通消费者排斥在价格门坎之外，也无形剥夺了这些消费者的体验权、享受权。

专家分析，造成白酒价格偏离价值属性的主要原因：

一是生产力发展滞后。一些白酒企业几十年一贯制，总是宣传古老的方法和传统的技艺，并以此来圆说自己的优势，不敢轻易将传统作业改为现代作业，对设备改造、技术升级投入较少，运用机械化、工业化、信息化、智能化发展酿酒业进展缓慢。由于生产力低下，安全卫生难以保证，品质标准难以突破，生产成本自然难以降低。中国白酒品质需要传统品质的精华，但也需要跟上消费升级对安全卫生和更高标准的追求，更需要做好继承传统技艺与时代特征相结合的工作。

二是营销层级多。大多数白酒的销售渠道是分级的，除部分酒水招商企业采取较为规范的分销模式外，多数企业仅仅限制出厂价，对于酒水加盟终端渠道的管理比较粗放。一些地区从成品酒出厂到消费者手里甚至多达五六级代理商，每一级代理分销商都通过提价的方式获取利润。即使酒水招商厂家对白酒的价格实行限价令，但酒水加盟终端分销商通过定量供给、囤积居奇等手段，迫使最终价格出现大幅的上涨。过多的酒水代理分销商，成为白酒价格上涨偏离价值属性的重要原因之一。

三是附加费用大。有的白酒企业为了提升品牌的知名度，不惜投入几百万、上千万的广告费用，但收益不大；有的花钱玩概念，推出这样陈酿那样陈酿，这样年份那样原浆，甚至哪个朝代的帝王神仙，结果在理性消费时代下投入只能打水漂。花了钱怎么办，只能提高酒水的单价，也就造成了价格与价值的偏离越来越远。

中国蓝天白酒区块链大联盟链，就是要让中高端白酒回归应有的价值属性，让普通百姓能够买得值、买得起、喝得满意。

抱着极大的兴趣，笔者在该联盟链查看了一番，发现各种酒类的厂家、原材料、工艺、流程、酒精度、环境、节点、质检、质感、包装、流通等都有精确的记录，还发现了一组组惊人的数据。例如，在酿酒各种材料成本价一栏中，华夏圣公（麸曲酱香型）基酒20元/斤，瓶子1.5元/个，标号0.5元/套，瓶盖0.25元/个，胶帽0.1元/个，飘带0.05元/条，封箱、打包带0.1元/瓶，外箱1.5元/瓶，纳税7元/瓶，人工场地成本费2.5元/瓶，管理费1.5元/瓶，快递3.5元/瓶，合计38.5元/瓶，销售38.5元/瓶。另一款黔公坊（浓香型）基酒10.85元/斤，瓶子2.2元/个，标号0.5元/套，瓶盖0.55元/个，封箱、打包带0.1元/瓶，外箱1.5元/瓶，纳税3.3元/瓶，人工场地成本费2.5元/瓶，管理费1.5元/瓶，快递3.5元/瓶，合计26.5元/瓶，销售26.5元/瓶等，消费者一目了然。

这不是裸价销售吗？贵州茅台镇明星酒厂有限公司董事长付声华坚定地回答：基本是裸价销售，但更主要是要让白酒价格回归应有的价值属性，与大众建立信任关系，让老百姓能够喝真酒、喝好酒，更能体验到现代信息技术带来的快乐与福利。

一串串数字，一个节点一个节点储存，它记录的是诚实，它存储的是信任，它宣示的是改变，它发挥的是引领，它彰显的是技术创新的魅力。

助力白酒行业有序发展

我国白酒市场在经过十几年的爆发式发展后，这几年呈现出需求降低、市场混战的现象。造成这种局面的主要原因是一些企业定位不准、信息不对称、价格虚高、产能过剩、品牌众多良莠不齐等因素的综合结果。

中国餐饮协会的领导分析认为，白酒行业的重振，关键是要把握好发展趋势，准确定位定价。目前白酒市场的趋势主要表现为：

喝真酒、喝老酒、喝特色酒。国家对食品安全的高度重视和对假冒伪劣的严厉打击，让制假者的违法成本越来越高，尤其是消费者自身的觉醒和信息对称，让消费者能够很简便的就选购到自己心仪的真酒、好酒。因此，只有老老实实的酿好酒才有出路。同时，品鉴老酒则是一种回归，发展特色酒则具有区域优势。

质优价宜成为新常态。我国中产消费者的崛起，他们的消费水平、消费观念、消费习惯将成就酒类品牌的战绩，未来的白酒将进入质优价宜的时代。

中低度酒类将成为主流。随着80后、90后消费者话语权的快速到来，中低度白酒将会成为他们的首选，这种趋势只会越来越快，高度酒将成为小众酒。

链上营销是必走之路。随着区块链技术的应用，那种狂轰滥炸式的宣传已经无法赢得的信任，只有上链获得共识，才能得到消费者的青睐并主动选择。

链上品牌将加速度诞生。随着价值互联网的娴熟运用，依托联盟链做品牌，链上宣传、链上沟通、链上营销，省时省力，只要产品品质、设计足够吸引眼球，就可将品牌做大做强。

走向国际市场。中国崛起在世界上不再是空话，尤其是人民币国际化的趋势加速推进，贸易便捷使得中国白酒走向世界更是有了良好的背书。而“一带一路”的推出，沿线有64个国家将不可避免地受到来自中国酒文化的熏陶和培育，加之运用区块链的推广，市场无限广阔。

消费迎来大变革。90后、00后等年轻消费群体的真正崛起，成为消费主导者；链查、链购正改变着人们的消费习惯；消费的两极化愈加明显，要么是名酒、要么是休闲小酒。

酒水零售业态出现革命性变化。链上链下一体化将成为酒水新零售的标配，酒厂——物流——消费者已经形成，中间销售商将不逐渐消失，品牌体验店是未来的发展方向。

根据地市场即将塌陷。地方政府支持，指定用酒，定点采购等将不复存在。

个体消费崛起。自白酒行业深度调整以来，我国高端白酒消费结构发生了深刻改变，公务消费向个人消费和商务消费转变趋势已成定局。

中国管理科学研究院学术委员会区块链研究中心总工程师李浩认为，中国蓝天白酒区块链大联盟链，可以为白酒行业提供精确的数据分析和趋势判断，为酒类企业决策战略定位、制定发展规划、确定产品价格等提供可靠的依据，从而助力白酒行业有序发展。

酱香型白酒醇厚绵柔

随着人们生活水平的不断提升，白酒的消费观念逐步改变，健康饮酒、理性饮酒的消费理念逐渐深入人心。在白酒消费的选择上，消费者的品牌意识、健康意识逐步增强。

付声华既是白酒经营者，又是工艺师、品鉴师，他认为，随着中产崛起，小康生活实现，大众对健康的追求越来越重视，必然会抑制重度酒精消费人群的泛滥。而酱香型酒是口感饱满、幽雅细致、酒体醇厚、回味悠长、清澈透明、色泽微黄，可以起到保健作用白酒。因此，中国蓝天白酒区块链大联盟链将侧重推广酱香型白酒。

付声华介绍，中国的白酒从香型上分为酱香型、浓香型、清香型、米香型、凤香型、兼香型、其它香型七种，而酱香型白酒最为醇厚绵柔。

酱香型白酒是纯粮高温酿造的白酒，一瓶传统工艺的酱香型白酒从原料进厂到产品出厂，至少要经过3年~5年时间，需要经过分两次投料、九次蒸煮、八次发酵、七次取酒，并要加曲、高温堆积、入池发酵、取酒、贮存、勾兑等程序，在漫长、特殊而神秘的生物反应过程中，各种有益的微生物不断置于酒体中。

酱香型白酒的酸度是其它香型酒的3倍~5倍，主要以乙酸和乳酸为主。根据中医理论，酸主脾胃、保肝、能软化血管。西医也认为，食酸有利于健康。

酱香型白酒是纯粮天然高温发酵的产品，至今为止尚未找到主体香味物质，即使有人想通过添加合成剂做假也无从着手，这就排除了添加任何香精、香气、香味物质的可能。

酱香型白酒中存在SOD和金属硫蛋白等物质，对体内垃圾有一定的清理作用。同时，酱香型白酒还能诱导肝脏产生金属硫蛋白，具有一定的干预和延缓肝纤维化作用。

酱香型白酒的酚类化合物多，有利于预防心血管疾病。酚类化合物有利于预防心血管疾病，而酱香型白酒中的酚类化合物是其它白酒的3倍~4倍。

酱香型白酒蒸馏时接酒温度高达40度以上，比其它酒接酒时的温度高出近一倍。高温下易挥发物质自然挥发掉的多，而且酱香型白酒要经3年以上的贮存，贮存损失高达2%以上，很显然容易挥发的物质已经挥发掉很大一部分，所以酒体中保存的易挥发物质少。

酱香型白酒的酒精浓度科学合理，对身体的刺激小。酱香型白酒的酒精浓度一般在53%(V/V)左右，而酒精浓度在53度时水分子和酒精分子结合得最牢固，加之酱香型白酒的贮存期较长，游离的酒分子少，所以对身体的刺激小。

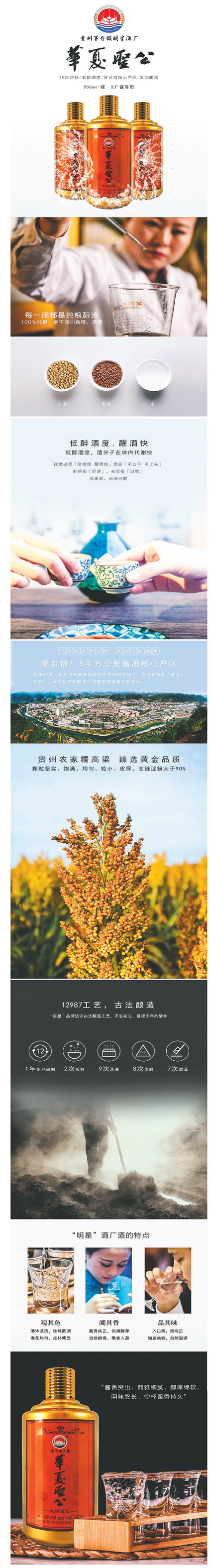
从市场调查看，已经得到消费者的普遍认可，市场销售量也在逐年递增。因此，酱香型酒将成为中国白酒未来10年最大的品类机会，也是中国白酒的最后一座金矿。

（本文配图由中国蓝天白酒区块链大联盟信息中心提供）

华夏圣公酒

写在前面 区块链技术创造了信任，因为储存于其中的信息和数据不可篡改并全网见证，从而使得信任不需要第三方机构背书，能够通过点对点自动完成；区块链推动了合作，因为分布式数据可以实现所有节点信息共享，而智能合约能够协同交易双方的行为；区块链拓展了人类的信任基础，第一次使人类的信任可以基于自己发明的逻辑和数学，也大大提高了人类合作的能力；区块链巨大的应用场景，都是基于区块链能够解决信息不对称的问题，实现多个主体之间的协作信任与一致行动。

中国蓝天白酒区块链大联盟链通过创造信任给实体经济创造价值，让传统白酒行业的价值在数字世界里流转，并将重新构建一个基于区块链技术的产业生态，从而推动产业的变革升级，再通过市场机制实现社会的分工协作，这是一个良好的开端。



传统酱香酒制造工艺及产品缩略图