

附件 1:

2025 年上半年工作总结及下半年重点工作 (审议稿)

一、筑牢党建引领根基

上半年，协会党支部在中社部、民政部、中国轻工联党委指导下，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，以全面从严治党为主线，系统推进中央八项规定精神贯彻落实，为酒业高质量发展筑牢思想根基与纪律防线。通过召开专题动员大会、制定具体措施，构建“党支部统筹-党小组落实-青年理论组联动”的三级学习体系，采取领学轮学、案例教学、观影研讨等形式，覆盖党员、青年、骨干 3 类群体，组织观看《反腐为了人民》等教育片，系统解读违纪问题清单，推动纪律意识入脑入心。领导班子带头讲党课，将作风建设与行业调研、服务企业深度融合，制定 8 项整改举措，建立违规吃喝排查机制。创新“红色教育+产业实践”模式，组织红旗渠党性教育、中共洛阳组纪念馆研学，开展仰韶酒业党建联建调研，形成“理论学习-红色洗礼-产业实践”闭环，以作风建设新成效护航酒业健康发展。

主要工作：

(一) 开好组织生活会，做好党员民主评议

按照全国性行业协会商会党委和中国轻工联党委对开好组织生活会的工作要求和部署，通过组织学习、开展谈心活动，认真检查对照，协会党支部于2月14日召开了2024年度组织生活会，进行批评与自我批评，对党员进行民主评议，提出了下一步努力方向和整改要求，取得了积极的效果。

（二）开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育

1、召开深入贯彻中央八项规定精神学习教育动员大会

3月18日，协会党支部召开了深入贯彻中央八项规定精神学习教育动员大会，会议由协会党支部书记王琦主持，支部委员、协会在京党员、各分支机构及部门负责人、青年理论学习组成员，共28人参会。会议以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻中央八项规定精神，传达“全国性行业协会商会全面从严治党暨警示教育会”的会议精神及中国轻工联党委的相关要求，动员部署协会全面从严治党向纵深发展。

2、召开“中央八项规定”专题学习会议

4月11日，为深入贯彻落实中央关于作风建设的决策部署，持续强化协会全体成员的纪律意识和规矩意识，营造风清气正、务实高效的工作氛围，中国酒业协会在党建活动室组织并召开了“中央八项规定”专题学习会议。会议传达《中国轻工联党委关于开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育实施方案》的指导思想、工作安排和具体要求；通报《全国

性行业协会商会 8 起违反中央八项规定精神典型问题》，以案说纪、以案说法、以案说责，剖析了 8 起反面典型案例，强化了警示教育作用。并根据学习教育的总体要求和协会的具体情况，形成了协会党支部关于开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育的具体措施。

3、协会各党小组及青年理论学习组开展集中学习活动

（1）5 月 7 日，协会党支部第二党小组联合第三青年理论学习小组开展专题学习，领学《习近平关于加强党的作风建设论述摘编》“正风肃纪反腐相贯通”章节，观看《反腐为了人民》第三集，警示新型腐败危害，会议最后指出大家要对反腐败新动向要有清醒的认识；对腐败问题产生的土壤要有清醒的认识；对新型腐败和隐性腐败要有清醒的认识；反腐败斗争永远在路上。会议要求大家要主动学习、自觉学习；要按支部的学习计划和节点学习，要对党组织讲实话、说实情；

（2）5 月 7 日，协会党支部第一党小组联合第一青年理论学习开展中央八项规定精神专题学习。系统学习中央八项规定精神内涵、中央纪委“两大类 16 小类”具体内容、《习近平关于加强党的作风建设论述摘编》第五章《持续深化整治“四风”》选学，会议结合协会定位强调指出协会是“服务型组织”的属性，要求抵制“四风”，加强对自身的严格要求，提升专业素养，特别是年轻人，要持续专业学习，党

员同志要带头学，发挥好思想上和专业上的战斗堡垒作用。

（3）5月8日，第三党小组联合第二青年理论学习小组开展专题学习，系统学习《习近平关于加强党员作风建设论述摘编》，观看警示教育片《反腐为了人民》第三集《揭开腐败隐身衣》，开展“坚守职业底线，筑牢人生防线”主题交流，指出纪律约束是职业发展“护身符”，作为新时代青年要有正确的工作作风，锲而不舍的落实中央八项规定的精神，建立青年互督机制，用踏实的工作成绩实现自身的人生价值。

4、开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育专题党课

6月13日，协会党支部开展深入贯彻中央八项规定精神专题党课，党支部书记王琦以《深入学习贯彻中央八项规定精神 为酒业高质量发展提供坚强保障》为题，围绕收获感悟、成效经验、案例影响、以学促治四方面展开。党课强调通过强化文风会风整治、反对形式主义、严查违规吃喝等举措，将作风建设与行业调研、服务企业深度融合，并结合协会长期倡导的“理性饮酒”理念，推动酒业构建风清气正的发展生态，以党建引领赋能产业高质量发展。

5、召开深入贯彻中央八项规定精神学习警示教育大会

在参加中国轻工联党委组织召开的深入贯彻中央八项规定精神学习教育专题警示教育大会后，6月18日，协会党支部召开了专题警示教育会，深入贯彻中央八项规定精神。会

议以“整治违规吃喝+推进作风建设”为主题，旨在通过集中学习、警示教育与工作部署相结合的方式，进一步强化全体党员和干部职工的纪律意识、规矩意识，通过以案为鉴、以案促改，推动全面从严治党向纵深发展，确保中央八项规定精神在协会落地生根、见行见效，为行业高质量发展提供坚强纪律保障。

6、中国酒业协会迎“七一”党建活动在红旗渠举行

6月25日，中国酒业协会全体党员及员工走进林州市红旗渠，举行了迎“七一”党建活动。本次党建活动旨在扎实推进学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，坚持以党的创新理论武装头脑、指导实践、推动工作，促进青年干部成长成才，加强深入学习贯彻中央八项规定学习与成果转化，助推协会工作实现新突破、新发展。

7、中国酒业协会赴中共洛阳组诞生地纪念馆开展主题教育活动

6月26日，在党的光辉旗帜指引下，中国酒业协会全体党员及员工踏上红色热土，走进中共洛阳组诞生地纪念馆，开展了一场追寻初心、淬炼党性的主题党建活动。此次红色洗礼，是中国酒业协会强化党建引领、筑牢思想根基的重要实践。纪念馆作为河南省重要的爱国主义教育、党史学习教育与红色基因传承基地，以其厚重的历史积淀与创新的展陈方式，为协会全体人员上了一堂生动的“沉浸式”党课。大

家重温了“坚持真理、坚守理想、践行初心、担当使命、不怕牺牲、英勇斗争、对党忠诚、不负人民”的伟大建党思想，受益良多。

8、中国酒业协会赴仰韶酒业开展党建交流与产业调研

“七一”前夕，中国酒业协会紧扣“党建引领产业发展”主题，组织全体党员及职工开展了一场富有成效的党建学习活动。活动期间，协会一行专程前往仰韶酒业集团，通过实地走访、座谈交流等形式，深入开展党建经验互鉴与产业调研。仰韶酒业团队以“党建联建”创新模式热情相迎，并全程陪同参观调研，共话党建引领下的产业高质量发展新路径。

下半年工作计划：

协会党支部将持续深化中央八项规定精神贯彻落实，重点从三个方面推进作风建设：一是巩固学习教育成果，通过分层分类专题培训、案例剖析研讨等形式，强化党员干部对“两大类 16 小类”违纪问题的精准认知，推动党性教育常态化；二是深化查改贯通，结合行业特性开展作风建设专项自查，重点整治形式主义官僚主义新表现，完善公务接待、调研考察等制度规范，构建作风建设长效机制；三是强化党建业务融合，围绕“理性饮酒”等行业倡议开展主题实践，将作风建设成效转化为服务企业、推动产业高质量发展的具体行动，同步发挥青年理论学习小组创新活力，通过廉政微课堂、红色教育基地实践等载体，培育清正廉洁的行风文化，为酒业

健康发展提供坚实纪律保障。

二、提质产业服务效能

上半年，协会以政策建言、产业赋能、战略研讨为核心，扎实推进各项工作：一是高效完成全国两会代表建议提案工作，围绕税收优化、文化遗产保护、市场监管等提交 11 项建议，多项被采纳为行业政策参考；二是启动《中国酒业“十五五”发展指导意见》，为产业未来发展开局谋篇；三是召开战略发展专家座谈会，汇聚政产学研顶尖资源，为行业高质量发展凝智聚力；四是成功举办第三届汾思嘉年华，以“文化+科技”双轮驱动探索陈年酒产业升级路径，强化“汾享赋能”IP 影响力；五是深入山东、湖北产区调研，精准把脉区域竞争格局与企业发展痛点，为差异化战略制定提供实证支撑。

重点工作：

1、圆满完成全国两会代表建议提案工作

2025 年，协会持续关注行业动态，积极为全国两会代表委员提供提案，涵盖税收、文化、市场监管、国际化等多个领域，为行业发展建言献策，具体建议提案及采用情况如下：

- （1）关于取消白酒从量定额消费税的建议
- （2）关于在白酒基酒销售中采用消费税抵扣的建议
- （3）关于中国酒业物质文化遗产非物质文化遗产申报世

界 “双遗产” 的建议

(4) 关于打击酒业“洋奖”评选活动，推动行业良性发展的建议

(5) 关于积极推动中国白酒走出去，大力支持白酒国际化的建议

(6) 关于完善陈年酒市场税收征管体系的提案

(7) 关于加大对电商平台监管力度，促进市场公平竞争的
的建议

(8) 关于减免或降低无醇啤酒消费税的建议

(9) 关于明确国产新兴酒类产品消费税征管办法的建议

(10) 关于果酒配制酒适合使用其他酒的消费税税率
10%的建议

(11) 关于加快推进技能等级证书跨区域互通互认，充
分发挥技能人才能动作用的建议

2、启动《中国酒业“十五五”发展指导意见》编写工 作

今年初，协会成立《中国酒业“十五五”发展指导意见》
编写组，正式启动编写工作。

3月31日前，拟定了“十五五”的编写大纲；

4月30日前，组织各分支机构编写各子版块内容和专栏
内容；

5月31日前，汇总并形成初稿；

6月30前，经过修改、数据测算、专栏校正，形成内部征求意见稿。

3、召开 2025 中国酒业协会战略发展工作委员会专家座谈会

5月12日，中国酒业协会战略发展工作委员会专家座谈会在贵州习酒运营中心隆重召开。本次会议由中国酒业协会主办，贵州习酒股份有限公司承办，旨在探讨中国酒业未来发展方向，为产业升级注入新动能，共商酒业发展大计。

座谈会召开前，中国酒业协会战略发展工作委员会专家一行调研了贵州白酒产业，走访了遵义、凯里、铜仁、习水等市场，并考察了茅台、习酒、珍酒、董酒、青酒、木黄等贵州酒企。在充分考察与调研的基础上，为专家更好的建言中国酒业未来发展提供了重要参考。

4、第三届汾思嘉年华会成功举办

4月26日，以“激发陈年酒势 驱动汾享赋能”为主题的第三届汾思嘉年华在北京成功举办。活动由中国酒业协会指导、汾酒集团主办，通过“家有老酒”鉴评会、陈年汾酒品鉴会、青花时光隧道展等多元形式，深度融合文化传承与科技创新，探索陈年酒产业高质量发展路径，推动陈年酒从文化符号升维为产业赋能引擎，为中国白酒国际化与价值升级提供新范式。

5、对山东及湖北地区企业开展调研

协会对山东及湖北地区企业开展调研，发现山东白酒企业则呈现出规模分散、产业布局分散的特点。尽管如此，古贝春、云门等企业在本土市场仍表现出强劲的发展势头。面对国内头部酒企的下沉与消费趋势的变化，山东企业坚持“去香型化”战略，深耕本土市场，同时推进年轻化产品研发，以适应不断变化的市场需求。与此同时，湖北白酒行业呈现“一超多强，梯队分化”的竞争格局，白云边作为省级龙头，在省内市场占据主导地位，并积极探索全国化与高端化道路。稻花香、石花等企业则通过香型创新、文化赋能等方式，打造差异化竞争优势，力求在激烈的市场竞争中脱颖而出。然而，湖北白酒企业也面临着政策与市场内卷、省内竞争激烈等挑战。两地企业均认识到，未来需继续深化差异化竞争，推进数智化升级，以提升自身竞争力，应对各种挑战，抓住发展机遇。

下半年工作计划：

协会将持续聚焦行业高质量发展主线，深化三大战略维度布局：一是强化政策研究与行业对接，推动税制优化、市场监管等核心建议落地实施；二是完善行业标准化体系建设，构建适应数字经济与全国统一大市场的规范框架，提升全产业链运营效能；三是深化文化价值转化与科技创新融合，通过“双遗产”保护、数字化溯源体系推广等举措，培育产业

文化软实力与科技硬支撑。与此同时，协会将分别发布《中国酒业“十五五”发展指导意见》征求意见稿和发布稿，这份意见将系统总结“十四五”期间酒业的发展成就与面临挑战，明确未来五年行业发展的战略方向、目标任务及实施路径，为全产业提供清晰的行动指南。此外，协会还将搭建高端战略对话平台，凝聚政产学研合力，为行业可持续发展构建全要素协同创新生态。

三、推进专业引领发展

上半年，协会以“强基固本、创新驱动、价值升级”为主线，推动行业高质量发展：一是成功举办白酒 T9、葡萄酒 T7、露酒 T6 三级峰会，构建头部企业战略协同机制，发布“文化年、品牌年、国际年”战略及白酒 AI 计划等重点项目，引领产业转型升级；二是发布《中国白酒市场中期研究报告》，精准研判“三期叠加”市场形势，为行业应对深度调整期提供决策支撑；三是深化技术攻关，通过威士忌专委会技术年会启动“中威计划”，以科研创新破解技术瓶颈；四是强化标准引领与文化赋能，推动露酒品类价值重塑及葡萄酒服务升级，拓展产业内涵与市场空间。

重点工作：

1、第十四届中国白酒 T9 峰会在南京召开

4 月 10 日，由中国酒业协会主办、江苏洋河酒厂股份有

限公司承办，以“强基 重构 立新”为主题的第十四届中国白酒 T9 峰会，在江苏省南京市隆重举办。中国酒业协会理事长宋书玉指出，行业需直面产能过剩与消费动能不足挑战，通过产区建设、科研创新、标准完善等八大工程筑牢根基，并依托文化赋能、AI 融合、国际化拓展等“五新驱动”重构竞争优势。峰会达成三大共识：T9 企业将强化命运共同体意识，以品质为基、创新为核、开放为翼，引领产业可持续高质量发展。协会同步发布 2025 年“文化年、品牌年、国际年”战略，启动双语辞典编撰等重点项目。此次峰会不仅为行业破局提供战略指引，更彰显中国白酒在全球酒业生态中的创新引领力。

2、召开 2025 中国葡萄酒领军企业 T7 峰会

5 月 15 日，由中国酒业协会主办，威龙葡萄酒股份有限公司承办的“2025 中国葡萄酒领军企业 T7 峰会”在山东龙口工商联合大酒店隆重举行。本届峰会以“提升服务，驱动消费，扩容市场”为主题，汇聚行业领军企业共商中国葡萄酒产业高质量发展新路径，旨在推动行业服务升级、激发消费潜力、拓展市场格局。

3、召开第四届中国露酒 T6 峰会

6 月 19 日，由中国酒业协会主办、泸州老窖股份有限公司承办的第四届中国露酒 T6 峰会在酒城泸州举行。本届峰会以“以标立向 寻露未来”为主题，六家露酒头部企业齐聚一

堂，探讨前沿趋势，分享创新经验，共同挖掘中国露酒价值跃升的核心引擎，共绘露酒产业创新和高质量发展的未来蓝图。

4、发布《2025 中国白酒市场中期研究报告》

6月18日，在2025四川国际美酒博览会开幕式上，中国酒业协会联合毕马威发布《2025中国白酒市场中期研究报告》，深度剖析2024年至2025年上半年中国白酒市场的表现、环境变化及未来趋势。报告指出，白酒行业正处于“政策调整、消费结构转型、存量竞争”三期叠加的深度调整期，头部企业优势持续扩大，消费场景与价格体系面临重构。

5、召开中国酒业协会威士忌专业委员会技术委员会年会

5月8日，由中国酒业协会威士忌专业委员会主办，安琪酵母股份有限公司、农业微生物资源挖掘与利用全国重点实验室承办的中国酒业协会威士忌专业委员会技术委员会2025工作年会在湖北宜昌召开，60余位行业代表参会。会议指出，中国威士忌需突破技术瓶颈、深化本土化创新，以差异化体系参与国际竞争。会议发布“中威计划”，拟投入超500万元联合攻关原料、工艺等核心技术，制定团体标准，推动产业规范化。此外，会议审议通过委员会成员调整，并围绕科研方向、市场拓展展开讨论。此次年会为中国威士忌产业高质量发展注入新动能，助力东方风味走向全球舞台。

6、召开中国酒业协会白酒技术创新战略发展工作委员会秘书处工作会议

6月19日，中国酒业协会白酒技术创新战略发展工作委员会秘书处工作会议在泸州召开，汇聚行业协会、龙头企业及科研院所代表共商产业创新路径。会议审议了2024年度工作成果，重点推进中国白酒产区科技支撑计划，并就组织机制优化、科研项目管理等议题达成共识。宋书玉理事长在总结中强调，白酒产业需立足“十四五”收官与“十五五”开局关键期，构建“企业主导、协会统筹、科研赋能”的新模式，通过风味个性化突破同质化竞争，以技术创新驱动产区生态建设与人才培育，擘画高质量发展蓝图。

下半年工作计划：

协会将按照既定计划持续举办T系列峰会，覆盖啤酒、黄酒等更多酒种，构建全品类战略对话平台。深化头部企业协同机制，推动产区标准共建、技术联合攻关及消费场景创新，同时结合“双遗”保护、国际化拓展等战略，助力中国酒业在全球市场树立文化标杆与品质典范。

四、健全标准体系框架

上半年，协会以标准建设为核心驱动力，系统推进产业规范化与高质量发展：一是聚焦细分领域标准制定，召开《谷物酿造料酒》《瓶储年份酒》团体标准研讨会，启动《无糖

啤酒》《电子级无水乙醇》等6项新标准立项，修订《酒类商品批发/零售经营管理规范》行业标准，并发布《瓶储年份酒团体标准》，构建覆盖原料、工艺、流通的全链条标准体系；二是深化标准化战略，通过全国酿酒标准化技术委员会全体会议，提出“品质表达、生态科技融合、产业链协同”三大突破方向，推动传统技艺与数字化工具结合，完善感官评价、低度酒技术标准；三是强化标准落地应用，计划年内启动谷物酿造料酒认证，并在武汉酒博会设专题展区，以“标准+认证+宣传”模式提升行业信任度与市场竞争力。

重点工作：

1、召开《谷物酿造料酒》、《瓶储年份酒》团体标准专家研讨会

3月25日，由中国酒业协会酿造料酒分会主办的“谷物酿造料酒”团体标准专家研讨会在泸州召开，科技部、高校、企业及认证机构代表围绕标准认证体系与市场推广展开研讨。会议指出，团体标准认证需兼顾科学性、实用性与行业共识，以解决当前料酒市场同质化严重、消费者认知不足等问题。与会专家强调，通过权威认证与“一瓶一码”追溯体系可提升产品品质信任度，并建议优化工艺降低成本，扩大商超、电商渠道布局。协会计划年内启动首批认证，并于10月武汉酒博会设立专题展区，以“标准+认证+宣传”组合拳推动行业高质量发展。

3月28日,《瓶储年份酒》团体标准研讨会在泸州市巨洋会议中心隆重召开。此次研讨会由中国酒业协会名酒收藏专业委员会主办,汇聚了来自各大酒企、科研院校以及相关认证机构共30家单位的众多专家和代表,共同为瓶储年份酒团体标准的制定与完善出谋划策,这一举措对推动我国瓶储陈年酒行业的规范化发展意义重大。

2、召开第三届全国酿酒标准化技术委员会第四次全体委员大会

4月17日,“第三届全国酿酒标准化技术委员会第四次全体委员大会”在湖北黄石举行。会议强调,标准化是酿酒产业高质量发展的基石,需融合传统智慧与现代需求构建科学体系。他指出,当前酒业标准体系存在整体性不足、国际标准缺失等问题,需从品质表达、生态科技融合、产业链协同三方面突破:建立产区个性化品质标准,结合非遗技艺与数字化工具优化工艺;推动原料种植到终端服务的全链条标准化;针对消费理性化、健康化趋势,制定感官评价、低度酒技术标准,并创新场景化服务。面对国际化挑战,他呼吁接轨国际规则、构建文化IP表达体系、建立全球供应链标准。未来,标委会将激发企业创新活力,动态迭代标准以适应AI、区块链等新技术,引领产业升维,打造兼容并蓄、科学有效的酿酒标准体系,镜鉴全球产业发展。

3、《酒类商品批发/零售经营管理规范》行业标准修订

座谈会在京举行

4月22日，《酒类商品批发/零售经营管理规范》行业标准修订座谈会在京召开，会议由中国酒业协会市场专业委员会组织，商务部、行业协会及茅台、五粮液、京东集团等近30家酒企、流通企业代表参与。此次修订旨在应对政府职能调整、技术进步及电商等新业态发展，解决现行标准中术语定义、经营条件滞后等问题，适应全国统一大市场建设需求。修订工作组已初步完成标准文本修订，并通过座谈会广泛征集行业意见，计划整合建议后形成征求意见稿，于5月报商务部初审并公开征求意见。修订后的标准将进一步提升酒类流通行业规范化水平，助力行业高质量发展。

4、立项、发布、宣贯一批标准

立项标准：

- (1) 《无糖啤酒》
- (2) 《电子级无水乙醇》
- (3) 《古蔺（产区）大曲酱香型白酒质量技术要求》
- (4) 《多粮酿造浓香型低度白酒》
- (5) 《基于部分葡萄园霞多丽和马瑟兰品种的胶东半岛小产区评价标准》
- (6) 《基于霞多丽和马瑟兰品种的胶东半岛部分葡萄园区划标准》

发布标准：

《瓶储年份酒团体标准》

国家标准修订计划：

《奶酒质量要求》

《果酒质量要求第2部分：蓝莓酒》

《白酒感官品评术语》

下半年工作计划：

协会将持续深化标准体系建设，以国际化对接和场景创新为驱动，构建中国酒业全球竞争力；同时，通过标准应用与技术融合提升品质信任，并依托产业协同培育差异化优势，全面引领行业高质量发展新格局。

五、提速产城融合步伐

上半年，中国酒业以开放姿态引领产业升级，通过系列国际化、专业化展会与高峰论坛深化行业变革。第二十二届中国国际酒业博览会汇聚全球近50个国家和地区超800家企业，构建起酒类全产业链交流平台；四川国际美酒博览会则以“美酒香约 德扬天下”为主题，融合非遗传承、国际合作与产业创新，发布行业研究报告及宣言，彰显川酒文化底蕴。同期，酒业发展论坛聚焦“稳中求变”主题，探讨科技赋能、文化输出与生态责任，而“华夏美学”大会更以美学为纽带，推动酒业与当代生活深度融合。系列活动为产业高质量发展注入创新动能，勾勒出中国酒业传承与创新并进的发展图景。

重点工作：

1、第二十二届中国国际酒业博览会在泸州盛大开幕

3月27日上午，由中国酒业协会主办，中国轻工业联合会重点支持的第二十二届中国国际酒业博览会在泸州盛大开幕。四川省人民政府副省长杨兴平出席并宣布“第二十二届中国国际酒业博览会”开幕。本届酒博会设置了6大展馆，邀请了包括塞尔维亚在内的近50个国家和地区的超过800家知名企业参展，涉及酒类全产业链，包括酒类包材、智能酿造、系统研发、智慧管理等，展览总面积超8万平方米。

2、2025四川国际美酒博览会在绵竹盛大开幕

6月18日，2025四川国际美酒博览会在德阳·绵竹开幕，主题为“美酒香约 德扬天下”，由中国酒业协会、四川省酒业协会主办，剑南春等单位承办。博览会为期五天，涵盖国际烈酒评委年会、非遗传承人交流、品牌之夜、产业大会等13项活动，推动酒业与文化、乡村融合发展。开幕式现场发布《2025中国白酒市场中期研究报告》，揭晓四川白酒品牌营销十大创新范例，并签署《川酒“非遗传承 匠心酿造”宣言》，彰显川酒文化底蕴与创新活力。

3、举办中国国际酒业发展论坛

2025年中国国际酒业发展论坛以“稳中求变，重塑未来”为主题，汇聚政产学研各界代表，共探酒业高质量发展路径。面对行业调整期，论坛强调以科技融合、文化输出、生态责

任驱动转型，提出品质升级、市场创新、产业协同等战略方向。茅台、郎酒等名企分享传承与创新实践，跨界嘉宾解析消费趋势与 AI 应用，发布 ESG 评级平台 2.0 版及《防内卷倡议书》，倡导行业自律与差异化发展。论坛凝聚共识，为中国酒业穿越周期、开拓全球市场注入新动能。

4、举行第二届中国酒业“华夏美学”大会

6 月 18 日，第二届中国酒业“华夏美学”大会在德阳绵竹举办，由中国酒业协会主办，旨在深化酒业美学研究、搭建产业交流平台。大会汇聚政府、协会、企业及学界代表，德阳市委书记刘光强提出以酒兴城、以酒促业，推动产业融合发展；中国酒业协会理事长宋书玉在《美酒之美 华夏之美》演讲中强调“活态传承”，倡导美酒文化与当代生活融合。大会通过主旨演讲、中式鸡尾酒调酒表演等环节，展现酒业美学在文化传承、生态酿造、消费创新中的多维价值，为行业高质量发展注入美学动能。

下半年工作计划：

协会将以多维度、跨区域、全产业链协同发展为脉络，持续深化产业升级与全球对话，依次接续举办杏花村国际酒业博览会、第二十三届中国国际酒业博览会、中国国际黄酒产业博览会，并于第七届中国国际名酒博览会收官，形成贯穿下半年的行业展会脉络。通过黄酒小镇等特色载体强化产区表达，构建起集展览交易、技术交流、非遗保护、国际合

作于一体的复合型平台矩阵，为酒业高质量发展注入地域特色与全球视野的双重动能。

六、拓展国际交流维度

上半年，协会以深化国际合作与文化输出为双引擎，全面推进中国酒业全球化布局。通过高频次对话帝亚吉欧、澳大利亚谷物贸易协会等国际机构，构建政策沟通与贸易协作网络；携手茅台、洋河、西凤酒亮相新加坡与首尔国际展会，依托东南亚枢纽辐射东盟市场，以文化赋能撬动海外高端消费场景。通过“贸易+文化”双轮驱动模式，系统对接国际酒业巨头与东道国产业资源，既展现中国白酒的品质自信与工艺传承，更探索出政策破局、渠道共建的国际化路径，为中国酒文化全球传播与产业竞争力提升注入强劲动能。

重点工作：

1、与中国国际贸易学会、澳大利亚谷物贸易协会、香港特别行政区政府商务及经济发展局、帝亚吉欧等访问团交流

2月至3月，与中国国际贸易学会、澳大利亚谷物贸易协会、香港特别行政区政府商务及经济发展局、帝亚吉欧等多个国际机构访问团交流，就全球酒类政策、国际贸易发展、品牌建设、市场拓展、原料贸易等问题深入探讨。

2、中国酒业协会携茅台、洋河、西凤酒亮相 2025 中

国风味风情海外展（新加坡站）

3月13日至16日，中国酒业协会携手茅台、洋河、西凤酒三大名酒亮相新加坡中国风味风情海外展，以文化赋能中国白酒国际化进程。展会依托新加坡作为东南亚酒类贸易枢纽的战略地位，通过展示茅台的经典工艺、洋河的全球市场布局及西凤酒三千年的凤香型传承，深度挖掘新加坡高端烈酒35%消费占比的市场潜力。期间，代表团与新加坡政商界及国际酒业巨头帝亚吉欧、保乐力加展开对话，围绕政策环境、渠道合作等议题探讨东盟市场突破路径。此次参展不仅是中国白酒品质与文化自信的集中呈现，更以新加坡为支点构建“贸易+文化”双轮驱动模式，加速中国酒业全球化布局，推动东方酿酒智慧与世界消费市场深度融合，为中华酒文化国际传播注入新动能。

3、中国酒业协会携多家酒企亮相 2025 首尔国际食品展

为积极响应国家“推动高水平对外开放，促进产业国际合作”的战略部署，进一步推动中国白酒的国际化发展进程，在商务部投资贸易促进事务局的邀请下，中国酒业协会组织一批国内知名白酒企业，于6月10日至13日前往韩国参加“2025 首尔国际食品展（Seoul Food）”。通过搭建专题展区、开展商务洽谈，深度对接韩国酒类产业协会、海特真露集团等机构，系统考察当地市场环境 with 消费趋势。此次参展旨在以文化传播为纽带，以产业合作为抓手，推动中国白酒

国际化进程，拓展海外营销渠道。通过国际展会平台展示中国酒业实力，促进中外酒文化交流互鉴，为中国白酒融入全球市场体系、提升国际竞争力注入新动能，标志着中国酒业国际化战略迈出坚实步伐。

下半年工作计划：

重点围绕参与日内瓦世界烈酒联盟年会并举办“中国之夜”主题品鉴活动，统筹推进香港“一带一路”高峰论坛及塞尔维亚葡萄酒烈酒展会参展推广，召开委员会年会并组织年度品鉴晚宴，开展留学生专业品酒培训项目，实施中国白酒文化国际推广“557计划”，完善覆盖57国97个城市的中国签证服务中心文化推广功能，制作《中国白酒》中英文版宣传片，构建多维度国际传播网络。

七、完善人才培育机制

上半年，协会以产教融合为引擎，以文化传承与创新为双翼，扎实推进人才培育与产业升级。泸州“蜀酒文脉 产教融合”学术交流会成功搭建政行校企园协同平台，供需对接平台上线为全产业链资源整合注入新动能；“寻找民间好舌头大赛”以“双赛联动”激活大众参与，挖掘民间品酒人才；西凤营销商学院、黄酒分会等专项培训累计培育超百名专业品鉴师，构建“理论+实践”课程体系；葡萄酒产业“创殊杯”技能大赛则通过技艺比拼助推高技能人才队伍建设。行业通

过数智技术赋能文化活态传承，以标准化建设提升产业竞争力，实现文化动能与市场突破的双向赋能。

重点工作：

1、“蜀酒文脉 产教融合”学术交流会暨中国酒业产教融合共同体供需对接平台首发仪式在泸州举办

3月24日，“蜀酒文脉 产教融合”学术交流会暨中国酒业产教融合共同体供需对接平台首发仪式在泸州举办。会议汇聚政府、院校、企业、协会代表，围绕数智时代酒文化传承与产业升级展开深度研讨，强调以产教融合为核心，推动技术创新与人才培养协同发展。会上，中国酒业产教融合共同体供需对接平台正式启动，旨在构建全产业链资源协同生态，为行业高质量发展注入新动能。与会专家指出，酒文化活态传承需结合数智技术，通过创意赋能与标准化建设提升产业竞争力。此次活动不仅展现了川酒文化底蕴，更以政行校企园协同机制，为中国酒业创新发展开辟新路径。

2、第十届“寻找民间好舌头大赛”在泸州圆满落幕

第十届“寻找民间好舌头大赛”在泸州圆满落幕，大赛由中国酒业协会主办，作为酒博会核心群众活动，以“三链融合”“双赛联动”推动白酒文化传承，通过品鉴竞技、知识问答等环节挖掘民间品酒人才。现场融合古街探宝、酒令擂台等互动体验，并全程直播，吸引超万人参与。活动既展现泸州酒城底蕴，又以创新形式激发大众对白酒文化的热情，

为行业注入文化动能与人才活力。

3、中酒教育·西凤营销商学院白酒品酒师培训班圆满收官

4月15-22日，由中国轻工业联合会、中国酒业协会指导，西凤营销商学院与中酒教育联合举办的白酒品酒师专项培训圆满落幕，96名西凤营销骨干参与培训。培训特邀贾智勇等五位行业权威专家，构建“理论+实践”课程体系，涵盖白酒文化、品评方法、市场趋势及核心产品品鉴等内容，通过专题授课、盲品实训与案例研讨，系统提升学员专业素养与消费者沟通能力，助力营销模式向文化传播转型。此次培训聚焦行业痛点，强化人才梯队建设，为西凤高质量发展注入新动能。未来，双方将持续深化产教融合，培育兼具匠心与创新能力的复合型人才，共筑中国白酒文化传承与创新发展新篇章。

4、首期黄酒品鉴师培训圆满结业

由中国酒业协会黄酒分会指导，中酒教育与上海玲清侠文化联合举办的首期黄酒品鉴师培训活动圆满收官。这场培训汇聚了来自全国20余位黄酒的爱好者，通过40余款经典黄酒品鉴、资深老师授课、5大核心模块系统学习，完成了从“黄酒爱好者”到“专业品鉴师”的蜕变，为黄酒的宣传推广储备了一批兼具文化底蕴与品鉴实力的新生力量。

5、开展全国首届葡萄酒产业“创殊杯”职工职业技能

大赛

6月9日-11日，由中国财贸轻纺烟草工会、中国轻工业联合会、中国酒业协会、宁夏回族自治区总工会联合主办的全国首届葡萄酒产业“创殊杯”职工职业技能大赛在宁夏闽宁镇成功举办。

中央编办原副主任、现中国轻工业联合会党委书记、会长张崇和，全国总工会书记处书记、党组成员、组织部部长王娇萍等领导出席大赛开幕式，并由张崇和会长宣布大赛开幕。本届大赛汇聚了全国25个省区市200余名行业精英，在为期两天的比赛中，参赛选手们在理论考场和实操考场展开激烈角逐，展现精湛技艺和良好风貌。大赛以“促技能提升，助产业发展”为主题，旨在为广大葡萄酒产业从业人员提供技艺切磋、相互学习的平台，带动岗位练兵与技术培训，培养更多葡萄酒产业高技能人才、大国工匠，助力实现中国葡萄酒“当惊世界殊”的远大目标。

下半年工作计划：

一是深化产教融合机制，以行业自主评价证书全国推广为抓手，构建标准化、专业化人才培育体系；二是加速职业标准升级，完成职业标准梳理及应用情况调研，推动新标准与产业需求深度契合。

八、文化渐成战略支点

在文化强国、文化兴业的新时代，上半年，中国酒业协会文化引领产业发展，紧紧围绕《关于加强中国酒业新文化建设的指导意见》，进行历史文化研究、文化遗产保护利用、文化 IP 打造等，开展了系列工作。

重点工作：

1、开展中国酒业活态文化遗产认定工作

为加强“中国酒业活态文化遗产”的高质量保护和合理利用，协会文化遗产保护工作委员会于3月15日共收到38家企业进行“中国酒业活态文化遗产”认定申报，该项工作的开展对“中国酒业活态文化遗产”的认定与运用起到了前所未有的推动作用。

2、牵头编撰《中国酒文化英汉双语辞典》

在全球经济一体化的今天，中国酒走出国门必须文化先行，基于产业发展需要，上半年协会牵头编撰《中国酒文化英汉双语辞典》，截止目前，辞条整理工作已经全部完成；从消费者的视角出发编撰《中国酒文化国际推广手册》，目前该手册编撰完毕，印刷使用。相信《中国酒文化英汉双语辞典》、《中国酒文化国际推广手册》的编撰能为中国酒的国际化进程更好文化赋能。

下半年工作计划：

重点围绕文化赋能，为酒业发展提供源动力：“中国酒学工程”是中国酒史上规模最大、时间最长、意义重大的文

化工程，也是汇聚中国古代、现代、当代酒类研究成果的庞大文化工程。下半年，将启动“中国酒学工程”核心项目《中国酒学·中华酒典再造善本》《典籍中的汾酒》的编撰；举行第二届“中国酒文化大会”、第四届“中国酒业活态文化大会”；持续举办“中国酒文化月”，强化文化传播，以《中国酒业协会文化报》为原创平台，加强与消费者进行心灵沟通，共享美酒美生活。

九、社会责任深度融入

上半年，协会重点围绕公众科普传播、国际行业协作及ESG基础设施建设展开工作：通过官方微信公众号三大专栏每日发布专题文章，上半年累计刊发原创内容182篇，系统推进未成年人保护、酒驾防治及酒文化传播；参与3月越南APISWA年会，完成理性饮酒推广经验分享、跨国倡议启动及社会责任合作备忘录签署；并于3月论坛正式上线中国酒业ESG评级平台2.0版，落实监管指引与行业标准，构建涵盖155项指标的全维度评估体系，接入智能数据模型提供一站式服务。

重点工作：

1、持续传播社会责任理念

协会在官方微信公众号设立“关爱成长、非成勿饮”、“理性文明、拒绝酒驾”和“适量饮酒、快乐生活”三个专

栏，每天发布一篇专题文章普及未成年人饮酒、酒驾预防和酒文化知识。至6月30日已全面完成2025年上半年任务，刊发官微相关文章超过180篇。

2、参加在越南举行的亚太葡萄酒烈酒联盟 APISWA 年会

3月11日，协会受邀参加了在越南举行的亚太葡萄酒烈酒联盟 APISWA 年会，分享理性饮酒推广工作的多年成果与经验，共同启动 APISWA 理性饮酒推广活动，并签署协会与 APISWA 社会责任合作备忘录。

3、中国酒业 ESG 评级平台 2.0 版正式发布

3月27日，中国酒业 ESG 评级平台 2.0 版在论坛上正式发布，该平台作为全国首个酒类专业垂直 ESG 评级平台，具有三大亮点：首先，它遵循了证监会监管指引及酒业 ESG 团体标准，确保评级的规范性；其次，平台覆盖了155个酒类行业指标，涵盖环境、社会责任和公司治理，指标全面且专业；最后，平台接入了 Deepseek 数据满血大模型，提供一站式 ESG 服务，助力企业提升 ESG 水平。此次发布标志着中国酒业在 ESG 领域迈出了重要一步，将推动行业可持续发展。

下半年工作计划：

协会将以“关爱成长·非成勿饮”为主题，举办2025全国理性饮酒宣传周启动仪式暨中国酒业2025ESG论坛，发布《2025中国未成年人饮酒预防绿皮书》、《中国酒业 ESG 指数报告》两大成果，启动覆盖600+城市高铁媒体矩阵、5万

块终端电子屏的"5X"推广计划、27 城的机场大屏推行计划，并展出融合艺术与科普的未成年人保护主题展览；同期开展的公益主题微电影全球首映、海报设计大赛、摄影大赛获奖作品发布，形成线上线下传播矩阵；作为战略支撑，委员会还将联合 21 世纪经济报道正式上线酒业 ESG 评价平台，开展行业首轮评级工作，深化产业社会价值创造。

结 语

下一步，协会将继续发挥桥梁纽带作用，以深化中央八项规定精神落实为作风保障，以标准化体系建设为技术支撑，以产城融合与国际化为战略突破，构建“政策研究-标准引领-文化赋能-人才驱动”四位一体服务新格局。为中国酒业突破周期性调整、实现高质量发展提供全要素支撑。

面向“十五五”发展新征程，协会将立足国内国际双循环战略格局，以更开放的胸襟拥抱全球市场。协会将重点推进三项战略工程：一是深化国际产能合作，通过建立海外推广网络、参与国际标准制定、举办世界名酒博览会等举措，全面提升中国酒业国际话语权；二是抢抓数智化转型机遇，构建从田间到餐桌的全产业链数字化平台，打造智慧酿造、智能仓储、数字营销新范式；三是践行绿色发展理念，制定实施行业碳达峰行动方案，推广清洁生产工艺，构建酒类产业绿色低碳发展路径。

附件 2

关于 2025 年第一、二季度吸收新会员的决议 (审议稿)

会议决定吸收“厦门酒行家进出口酒业有限公司”等 104 家单位为协会会员。名单如下：

- 1 厦门酒行家进出口酒业有限公司
- 2 隐象威士忌庄园(杭州千岛湖)有限公司
- 3 北京口袋时尚科技有限公司
- 4 北京颐和园酒业有限公司
- 5 北京艺锋博众文化传播有限公司
- 6 北自所（北京）科技发展股份有限公司
- 7 广西长华贸易有限公司
- 8 江苏清江浦酒业股份有限公司
- 9 酒事有鲤（济南）品牌管理有限公司
- 10 北京年度酒庄有限公司
- 11 成都葡观企业营销策划有限公司
- 12 成都摇酒树科技有限公司
- 13 江苏怡亨酒庄有限公司
- 14 联和力丰国际贸易（成都）有限公司
- 15 内蒙古吉尼奥葡萄酒业有限责任公司

- 16 宁夏西鸽酒庄有限公司
- 17 上海葡本酿酒科技有限公司
- 18 四川百酒汇投资管理有限公司
- 19 四川成都中农大农业产业研究院
- 20 吐鲁番市葡萄酒产业协会
- 21 吉林省新梅城精酿啤酒有限公司
- 22 北京日新奇商贸有限公司
- 23 汾阳市广盛源酒庄酒业有限公司
- 24 广州藏古纳今酒业发展有限公司
- 25 济南高山流水文化发展有限公司
- 26 江西酒牛牛文化传播有限公司
- 27 山东酒送道供应链管理有限公司
- 28 山西汾香居酒厂有限公司
- 29 深圳醉纳海商业管理有限公司
- 30 四川酣道私人定值网络科技有限公司
- 31 中致酒谱(北京)供应链管理服务有限公司
- 32 京金万丰(北京)酒业有限公司
- 33 汾阳市新裕隆酒业有限公司
- 34 亳州市酒厂有限公司
- 35 海南鳄珍鳄鱼产业科技有限公司
- 36 吉林鹿比特酒业有限公司
- 37 劲牌南溪酒业（宜宾）有限公司

- 38 佛山市海天调味食品股份有限公司
- 39 绍兴松盛园酿酒有限公司
- 40 四川元景达食品有限公司
- 41 安得智联供应链科技股份有限公司
- 42 北京郁林科技有限公司
- 43 冰山技术服务（大连）有限公司
- 44 景德镇千秋瓷业有限公司
- 45 珀金埃尔默企业管理（上海）有限公司
- 46 山东太平洋印刷包装有限公司
- 47 深圳市普拉托科技有限公司
- 48 安徽海神黄酒集团有限公司
- 49 福建建州酒厂有限公司
- 50 山东臻菊酒业有限公司
- 51 绍兴市思谊文化传播有限公司
- 52 四川南江梅竹兰酒造有限公司
- 53 贵州茅台酒厂（集团）保健酒业有限公司
- 54 德州市酒业商会
- 55 贵州李兴发酒业有限公司
- 56 贵州茅泉酒业(集团)有限公司
- 57 贵州省平坝酒厂（集团）有限责任公司
- 58 贵州习湖酒厂有限公司
- 59 贵州中赤酒业股份有限公司

- 60 华润酒业控股有限公司
- 61 江苏双沟酿酒厂
- 62 山东梁山徐坊大曲有限公司
- 63 山东齐鲁王酒业有限公司
- 64 贵州紫茅酒庄有限公司
- 65 北京陈香居商贸有限公司
- 66 北京千杯醇商贸有限公司
- 67 东方电气启能(深圳)科技有限公司
- 68 贵州黔醉酒业（集团）有限公司
- 69 贵州遵门酒业有限公司
- 70 阜阳醇源茅香酒业有限公司
- 70 哈尔滨鸿展生物能源有限公司
- 72 杭州傅星科技有限公司
- 73 黑龙江鸿展生物能源有限公司
- 74 南京科远智慧科技集团股份有限公司
- 75 青岛帝勋洋酒有限公司
- 76 双鸭山鸿展生物科技有限责任公司
- 77 资中县银山鸿展工业有限责任公司
- 78 湖北房洲魂酒业有限公司
- 79 湖北庐陵王酒业有限责任公司
- 80 十堰房州贡品酒庄有限公司
- 81 房县曾氏黄酒坊

- 82 房县邓家黄酒坊
- 83 房县房陵州小匠酒坊
- 84 房县耕秦原始农业发展有限公司
- 85 房县黄酒产业发展中心
- 86 房县良糯黄酒
- 87 房县庐陵功夫黄酒酿造有限公司
- 88 房县庐陵神酒坊
- 89 房县三碗不过岗黄酒酿造坊
- 90 房县诗益黄酒厂
- 91 房县一壶醇黄酒销售有限公司
- 92 房县御品轩酒业有限公司
- 93 房县醉房陵黄酒有限公司
- 94 房县尹吉甫镇周龚黄酒
- 95 房县神农煌酒业有限公司
- 96 贵州阿穴酒厂（集团）有限公司
- 97 河北雄安盛茗商贸有限公司
- 98 内蒙古音德尔酒业有限公司
- 99 山东琼鉴阁检测鉴定有限公司
- 100 山西碛口码头酒业有限公司
- 101 深圳市银雁科技有限公司
- 102 沈阳骏宇轩酒业有限公司
- 103 郑州淳庚商贸有限公司

104 佐善堂(海南)健康酒业有限公司

中国酒业协会 2025 年 1-6 月财务公示 (审议稿)

本协会严格依照《会计法》《民间非营利组织会计制度》及协会规章规范会计核算。坚持党建引领财务治理，落实上级财务要求，强化审计监督，恪守厉行节约宗旨，践行“三精”管理，严控非必要、非刚性支出，以数字化管控提升资金效能。健全内控体系，管好用好经费，聚力公益科研、践行社会责任，引领行业规范健康发展。

现将协会 2025 年 1-6 月财务情况汇报如下：

1. 总收入金额 3383 万元，收入来源主要为会费收入、接受捐赠收入、提供服务收入、政府补助及对外投资收益。
2. 总支出金额 3390 万元，支出流向主要为开展业务活动发生成本、管理费用及其他日常运杂费。
3. 会费收入共计 74.6 万元，用于组织会员活动和为会员服务所发生的会员费用共支出 371 万元，不足部分由协会提供服务收入节余款补足。
4. 2025 年协会公益捐赠收入共计 25 万元，公益支出共计 5.5 万元，不足部分由协会提供服务收入结余款弥补。

中国酒业协会采购管理办法

（审议稿）

第一章 总则

第一条 为了进一步加强中国酒业协会（以下简称“协会”）采购管理，规范物资、服务、工程采购行为，完善和规范采购程序，降低采购成本，提高资金使用效益，依据《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国政府采购法》及《中国酒业协会章程》等相关规定，结合本协会实际，制定本办法。

第二条 本办法所称采购，是指以签订合同方式有偿取得货物、服务及工程的行为，包括购买、租赁、委托等。协会日常运行、行业服务、活动组织、研究项目等涉及的采购活动，均适用本办法。

第三条 采购活动应遵循公平公开、竞争择优、预算管理、厉行节约、权责明确的原则，确保程序合规、过程透明、结果可溯。

第二章 采购项目及分类

第四条 协会运营及活动所需的采购业务分为货物类、服务类、工程类。采购内容具体包括：

（一）货物类采购：指各种形态和种类的物品。包括物资、设备仪器、产品、用品、材料、燃料、图书和教材，以及固定资产和有价值的但未列入固定资产的财产等。

（二）服务类采购：指除货物和工程以外的其他采购活动。包括但不限于会议展览承办、视频制作、信息咨询、宣传培训，以及与信息系统有关的维护以及开发建设等。

（三）工程类采购：指各类建筑物和构筑物的新建、改建、扩建、装修、拆除、修缮、安装等。

第三章 采购方式

第五条 协会进行采购活动包括如下方式：公开招标、邀请招标、竞争性谈判、竞争性磋商、单一来源采购、询价、比选、直接采购。属于依法必须进行招标的项目，协会应严格按照招标投标法的相关规定程序执行。非依法必须进行招标的项目，协会依照本制度采取招标采购方式的，招标投标法有相应规定的，按照规定执行；无明确规定的，按照本制度执行。采购活动可委托第三方招标代理机构或协会自行组织。

第六条 协会成立采购工作小组，全面负责采购工作，成员包括：采购代表——项目承担分支机构（部门）；评审组成员——协会纪检委员、办公室、法务；监督组成员——财务部，办公室任组长，负责组内工作协调安排、向上级汇报、对外发布信息。必要时或

涉及专业领域的，经采购工作小组提议由组长向协会秘书长提请，可邀请相关方面专家或技术人员参与。

第七条 采购工作小组依据《中华人民共和国招标投标法》、《政府采购非招标采购方式管理办法》（详见附件）及本制度约定等进行采购工作。采购工作小组应履行的义务：

- （一）遵纪守法，客观、公正、廉洁地履行职责；
- （二）根据采购文件的规定独立进行评审，对个人的评审意见承担法律责任；
- （三）参与评审报告的起草；
- （四）配合采购人、采购代理机构答复供应商提出的质疑；
- （五）配合采购工作投诉处理和监督检查工作。

第八条 协会采购工作在采购工作小组的指导下进行，公开招标、邀请招标、竞争性谈判、竞争性磋商、单一来源采购由采购代表——项目承担分支机构（部门）制定项目方案、编制预算，向评审及监督组提出采购申请。申请经采购工作小组研究，拟采用招标、竞争性谈判、竞争性磋商采购方式，或由招标转为其他采购方式的，由采购人说明情况，经协会秘书长审议后确定采购方式，再由采购小组按确定的采购方式流程对照采购。特殊情形可采取钉钉会签形式签批后进行。采用询价、比选、直接采购方式，由采购代表制定项目方案及预算，向评审及监督成员提出采购申请，由采购工作小组商议采购方式。

第九条 经批准的采购项目，符合招标条件应履行招标程序。协

会任何分支机构（部门）均不得将应当以招标方式采购的货物或者服务化整为零或者以其他任何方式规避招标。

第十条 招标应优先采用公开招标的方式。采取公开招标方式采购的，应委托第三方招标代理机构进行招标。采购代表和代理机构共同负责根据采购需求编制招标文件。代理机构负责组织招标、投标、组建评标委员会等具体工作；评标委员会根据招标文件规定的评标标准进行评标；评标结束后，评标委员会推荐中标候选人，由招标工作小组完成定标。办公室及协会法务应参与采购的全过程，财务部承担监督职责。招标完成后采购代表应将招标相应文件档案进行妥善保管。

公开招标适用于以下情形之一：

《中华人民共和国招标投标法》第三条规定的工程建设项目，包括项目的勘察、设计、施工、监理以及工程建设有关的重要设备、材料等。具体包括：

（一）大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目；

（二）全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目包括：

（1）使用预算资金 200 万元人民币以上，并且该资金占投资额 10%以上的项目；

（2）使用国有企业事业单位资金，并且该资金占控股或者主导地位的项目。

（三）使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目。上述

项目采购达到下列标准之一的，必须招标：

1. 施工单项合同估算价在 400 万元人民币以上；
2. 重要设备、材料等货物的采购，单项合同估算价在 200 万元人民币以上；
3. 勘察、设计、监理等服务的采购，单项合同估算价在 100 万元人民币以上。

同一项目中可以合并进行的勘察、设计、施工、监理及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，合同估算价合计达到前款规定标准的，也必须招标。禁止通过拆分标段规避招标。

（四）协会日常经营中金额较大的货物、服务，也可适用公开招标方式。具体金额以本办法第十五条为准。

第十一条 邀请招标，是指向特定供应商发出书面通知，邀请其参加招标活动。采取邀请招标方式采购的，成立邀请招标小组，并委托第三方招标代理机构负责具体招标工作。招标小组和代理机构共同负责根据采购需求编制招标文件。招标小组负责从符合资格条件的供应商库中随机邀请不少于三家供应商参与投标；代理机构负责组织招标、投标、组建评标委员会等具体工作；评标委员会根据招标文件规定的评标标准进行评标；评标结束后，评标委员会推荐中标候选人，由组长报协会秘书长中标供应商及采购细节。符合下列情形之一的，可以邀请招标：

（一）技术复杂、有特殊要求或者受自然环境限制，只有少量潜在投标人可供选择；

（二）采用公开招标方式的费用占项目合同金额的比例过大；按照国家有关规定需要履行项目审批、核准手续的依法必须进行招标的项目，采用邀请招标前需经项目审批/核准部门批准。

第十二条 竞争性谈判、竞争性磋商是指谈判小组与符合资格条件的供应商就采购货物、工程和服务事宜进行谈判，供应商按照谈判文件的要求提交响应文件和最后报价，采购人从谈判小组提出的成交候选人中确定成交供应商的采购方式。

符合下列情形之一的货物、工程或者服务，可以采用竞争性谈判、竞争性磋商方式采购：

（一）技术复杂或者性质特殊，不能准确提出采购项目需求及其技术要求， 需要与供应商谈判后研究确定的；

（二）采购需求明确，但有多种实施方案可供选择，需要与供应商谈判从而优化、确定实施方案的；

（三）采购项目市场竞争不充分，已知潜在供应商较少的；

（四）按照国家规定需要核准的项目，核准部门核准的采购方式为竞争性谈判、竞争性磋商采购的；

（五）非依法必须招标项目自主招标后没有供应商投标或者没有合格标的或者重新招标未能成立的；

（六）采用招标所需时间不能满足用户紧急需要的；

（七）不能事先计算出价格总额的。

竞争性谈判， 由采购工作小组成员担任竞争性谈判、竞争性磋商小组， 负责具体谈判工作，人数为 3 人以上单数。谈判小组

核实完善相关谈判文件、询价通知书，从符合资格条件的供应商库中随机邀请不少于三家供应商参加谈判。谈判小组审查供应商响应文件并分别进行谈判，确保所有供应商享有平等机会；谈判过程中，谈判文件实质性变动的，须经采购人代表确认。谈判结束后，供应商在规定时间内提交最终报价。最后报价前供应商也可选择退出，最终提交报价的供应商不得少于 3 家。谈判小组根据谈判结果和评审标准，推荐成交候选人，由采购人代表向协会秘书长汇报批准后确定成交供应商及采购细节。其他未约定事项依法规进行。

第十三条 单一来源采购是指采购人就某一采购标的与单一供应商进行谈判，确定成交价格以及其他技术、商务条件的一种采购方式。

符合下列情形之一的货物、工程或者服务，可以依照本制度采用单一来源方式采购：

（一）只能从唯一的供应商处采购的，包括需要采用不可替代的专利或专有技术的；

（二）为了保证采购项目与原采购项目技术功能需求一致或配套的要求，需要继续从原供应商处采购的；

（三）竞争性谈判、竞争性磋商中，应答供应商仅为 1 家时，对于采购文件中明确可转为单一来源采购的项目，按照单一来源采购流程进行采购；

（四）为执行创新技术的研发及推广运用等国家政策，需要直接

采购的；

（五）涉及国家秘密或企业秘密不适宜进行竞争性采购的。

采用单一来源采购方式采购的，采购工作小组应当组织具有相关经验的专业人员与供应商商定合理的成交价格并保证采购项目质量。

第十四条 询价、比选采购是指采购人就采购标的向 3 个及以上供应商发出询价函件/比选函让其进行一轮应答和报价，采购人对应答文件和报价进行比较，确定成交供应商、成交价格以及其他技术、商务条件的一种采购方式。询价、比选采购适用于技术参数明确、完整，规格标准基本统一、通用，市场竞争比较充分的采购项目。

采用询价、比选方式，由采购人代表询价，需三家以上供应商提供报价单（报价单须有联系人、联系电话、营业执照等相关信息并加盖公章），应在权衡质量、价格、交货时间、售后服务、资信等因素的基础上进行综合评估，择优确定最终供应商。相关采购材料由部门负责人审核后报办公室备案。

第四章 采购限额标准及要求

第十五条 协会自愿招标项目，采购货物类单项或批量金额一次性达到 200 万元（含）以上、服务类采购单项合同估算价达到 100 万元（含）、施工单项目合同估算价在 400 万元（含）以

上，原则上应采用公开招标方式进行。特殊情形，经采购小组商议后，由组长报协会秘书长确定是否采用邀请招标、竞争性谈判、竞争性磋商、单一来源采购等其他采购方式。

第十六条 协会采购工程类单项目合同金额达到 50 万元（含）以上、400 万元（不含）以下，采购货物类单项或批量金额达到 50 万元（含）以上、200 万元（不含）以下，采购服务类金额达到 50 万元（含）以上、100 万元（不含）以下的可采用竞争性谈判、竞争性磋商方式。特殊情形，经采购小组商议后，由组长报协会秘书长确定是否采取邀请招标、竞争性谈判、竞争性磋商、单一来源采购等其他采购方式。

第十七条 协会项目采购金额达到 10 万元（含）以上、50 万元（不含）以下的采用询价、比选方式采购。

第十八条 协会项目采购金额在 10 万元（不含）以下的，可由经办部门在公开市场择优直接采购。相关价格说明由项目承担部门审核后报办公室备案。

第五章 选择供应商、第三方招标代理机构的要求

第十九条 供应商应当具备履行采购合同的能力，包括独立承担民事责任的能力、履行合同所必需的设备和专业技术能力等。法律、行政法规和国家有关规定对供应商从事特定经营活动有资质、资格规定的，供应商应当具备相应条件。

不得以不合理的条件限制或者排斥潜在报价/投标人，不得对潜在报价/投标人实行歧视待遇。有下列行为之一的，属于以不合理条件限制、排斥潜在供应商：

- （一）就同一采购项目向不同供应商提供有差别的项目信息；
- （二）设定的资格、技术、商务条件与采购项目的具体特点和实际需要不相适应或者与合同履行无关；
- （三）以特定行政区域或者特定行业的业绩、奖项作为加分条件或者中选/中标条件；
- （四）对供应商采取不同的资格审查或者评审/评标/谈判标准；
- （五）限定或者指定特定的专利、商标、品牌、原产地或者供应商（承揽类项目对外采购时，承揽合同有约定的除外）；
- （六）非法限定供应商的所有制形式或者组织形式；
- （七）以其他不合理条件限制、排斥潜在供应商。

第二十条 委托第三方招标代理机构代理进行招标事宜，应根据招标项目要求，在权威机构推荐的招标代理机构数据库中进行选择，不得两年连续使用同一家机构。招标代理机构对供应商的选择标准应符合我会对供应商要求的规定。

招标代理机构应当具备下列条件：

- （一）有从事招标代理业务的营业场所和相应资金；
- （二）有能够编制招标文件和组织评标的相应专业力量。

招标代理机构与行政机关和其他国家机关不得存在隶属关系或者其他利益关系。

招标代理机构应当在招标人委托的范围内办理招标事宜，并遵守本法关于招标人的规定。

招标人有权自行选择招标代理机构，委托其办理招标事宜。任何单位和个人不得以任何方式为招标人指定招标代理机构。

招标人具有编制招标文件和组织评标能力的，可以自行办理招标事宜。任何单位和个人不得强制其委托招标代理机构办理招标事宜。

依法必须进行招标的项目，招标人自行办理招标事宜的，应当向有关行政监督部门备案。

第六章 采购结果确认、监督与要求

第二十一条 项目采购失败的，采购小组分析失败原因，按照最终确定的处理方式执行后续流程。

在发布招标公告、采购公告、邀请函、投标邀请书、售出招标文件或资格预审文件后，除项目所需条件发生变化、不可抗力等原因外，不得擅自终止，尤其是已经有采购结果的项目。确需终止采购的，由组长报协会秘书长审议后决定。

第二十二条 采购项目需变更采购结果的，由采购人代表向采购小组提出处理建议。采购小组经决策，确需变更采购结果的，由

组长报协会秘书长审议后决定。

第二十三条 采购合同原则上应由采购人代表负责签订；应在中标/成交通知书发出之日起三十日内与供应商完成书面合同签订。合同的标的、价款、质量、履行期限等主要条款应当与采购文件和中标人/成交供应商的投标/报价文件内容一致。合同签订后不得与中标人/成交供应商再行订立背离合同实质性内容的其他协议。

第二十四条 采购活动完成，完成各项审批流程，采购人代表做好验收，按期提交支付报销申请，采购工作小组履行审批程序、保证采购项目的有效实施，财务部做好监督工作。采购人代表负责对采购活动中的相关文件进行整理，并归档、保存，备查。

第二十五条 纪检委员、项目或部门负责人、办公室应参与采购的所有环节。

所有采购项目，需集体商议。在实施招投标过程中，严禁采购需求部门内部确定中标人选，严禁以任何方式向投标方或他人泄露应当保密的、与招标项目内容有关的信息和资料，严禁变相帮助投标人围标、串标，搞通谋投标，严禁利用工作和职务便利，循私情谋私利等违法行为。对违反规定人员，视情节轻重和造成损失程度，予以警告、扣减工资和绩效，相应赔偿损失，直至解除劳动合同等处罚。

第二十六条 所有采购合同在履行审批程序时，须依次经部门负责人、财务部、办公室、纪检委员、 分管领导、秘书长及理事

长签批。

第二十七条 协会各分支机构（部门）采购活动参照本办法采购标准及程序执行。

第二十八条 协会工作人员及关联人员不得干预采购过程。如有违反，将追究当事人责任。

第二十九条 本办法提交管理层支委联席会议通过后施行。前办法与本办法不一致的以本办法为准。