

20年前的2005年1月26日，王朝酒業(0828.HK)在香港聯交所主板掛牌上市，公司昨日在港舉行香港上市20周年慶典活動。天津食品集團董事長、王朝酒業集團董事會主席萬守朋在活動中祝酒時表示，2005年到2025年是王朝充滿挑戰與拚搏的20年，是不斷探索與創新的20年，更是收穫與榮耀的20年。相信在未来的征程中，王朝將繼續秉承開放合作的理念，集眾智、繪新卷、起宏圖，與所有夥伴攜手前行，把握新機遇展現新作為，書寫更加輝煌的篇章。

●香港文匯報記者 蔡競文



●王朝酒業集團領導與一眾嘉賓在集團香港上市20周年慶典上共同敲鑼，象徵集團新征程開啟。
香港文匯報記者 曾興偉 攝

在香港上市20周年 建多頭並進產業布局

王朝酒業：把握新機遇書寫更輝煌篇章



●天津食品集團董事長、王朝酒業集團董事會主席萬守朋在王朝酒業香港上市20周年慶典上祝酒。
香港文匯報記者曾興偉 攝



●王朝酒業集團執行董事、王朝公司黨委書記黃滿友在王朝酒業香港上市20周年慶典上介紹集團發展。
香港文匯報記者曾興偉 攝

王朝酒業集團執行董事、王朝公司黨委書記黃滿友介紹，作為中國製造業第一家中外合資企業，王朝在1980年成立之初，就與法國人頭馬集團攜手合作。成立至今的45年來，王朝酒業既是中法友誼的見證者，也是改革開放的實踐者、受益者，賦予了王朝國際化的視野、卓越的釀造技術以及深厚的文化底蘊。王朝葡萄酒曾榮獲15枚國際金獎，被布魯塞爾國際評酒會授予國際最高質量獎。此外，王朝酒業還涉足白酒、黃酒板塊，形成多頭並進的產業布局。

市20周年的祝詞。

回顧這45年，Heriard-Dubreuil Francois稱成果斐然，滿載而歸，對這段富有成效的合作以及彼此間的信任感到特別高興，也希望雙方的合作關係能夠更加長遠。Eric Vallet說，兩家公司之間長遠的合作關係正是緊密聯繫的有力證明，承載着雙方一致的願景，即傳承技藝並開發獨具特色的產品。

來自香港投資推廣署、香港大公文匯傳媒集團、香港新華集團、南開大學香港校友會、香港天津聯誼會等團體的200餘名嘉賓出席是次活動。香港大公文匯傳媒集團副董事長、總經理鄭勇男致辭時指，從1983年成為國宴用酒，到供應230多個中國駐外使領館，再到連續10年作為達沃斯世界經濟論壇指定用酒，王朝酒業不僅將中國葡萄酒的品質推向了世界舞台，更傳遞出了中國企業的文化自信與奮鬥精神。

盼實現滬深港通互聯互通

他續指，王朝品牌價值連年上升，2024年在《中國500最具價值品牌》排名中，王朝品牌價值升至292.91億元人民幣，位列335位，再創歷史新高。在資本市場，王朝酒業於2023年成功完成向特定對象發行新股工作，引進了具有市場業務能力的戰略合作夥伴，募集資金用於寧夏酒莊建設和市場渠道拓展，有力提升市場佔有率及品牌影響力。未來王朝將通過拓展產品市場和重組併購不斷發展壯大，爭取早日實現滬深港通互聯互通。

天津市首家中外合營企業

據公司網頁介紹，起源於1980年的王朝是由天津市葡萄園及Remy Martin成立的中法合營企業，是全國最早期的中外合營企業之一，也是天津市第一家中外合營企業。2000年，「王朝」品牌獲中國國家工商行政管理局商標局定為中國馳名葡萄酒產品商標，公司目前製造及銷售超過100種葡萄酒產品，產品可分為紅葡萄酒、白葡萄酒、起泡葡萄酒、冰酒以及白蘭地五大主要類別。

人頭馬集團：成果斐然

遠在法國的王朝酒業集團非執行董事及副主席、人頭馬集團董事會成員Heriard-Dubreuil Francois及人頭馬集團首席執行官Eric Vallet，分別通過視像傳遞了對王朝酒業上

產品遠銷逾20個國家和地區

她又指，王朝酒業所展現出的國際化視野和卓越釀造技術，贏得國際市場的廣泛認可。15枚國際金獎、8枚國家級金獎，以及布魯塞爾國際評酒會的國際最高品質獎，彰顯王朝酒業的品質與實力。王朝酒業過去輝煌的成績，不僅是王朝人的驕傲，也是香港作為國際金融貿易中心，助力中國企業走向世界的又一例證。未來香港投資推廣署將繼續致力於推動香港與內地的經貿交流與合作，為更多像王朝酒業這樣的優秀企業提供全方位的支持與服務。



●逾200名嘉賓出席王朝酒業香港上市20周年慶典。
香港文匯報記者 曾興偉 攝

投推署：助力中企走向世界的例證



●香港投資推廣署李淑菁在慶典上致辭。
香港文匯報記者 曾興偉 攝

香港文匯報訊(記者 蔡競文)香港投資推廣署內地及大灣區業務總裁李淑菁昨日出席王朝酒業香港上市20周年慶典活動時表示，粵港澳大灣區的蓬勃發展，為香港與內地的合作提供廣闊空間。王朝酒業在內地市場的深耕細作，與香港的國際平台優勢相得益彰。她認為，王朝酒業不僅在傳統葡萄酒領域持續精進，更涉足白酒、黃酒等板塊，形成多元化、國際化的產業布局。

李淑菁說，王朝酒業從1980年成立之初與法國人頭馬集團的攜手合作，到如今產品遠

銷全球20多個國家和地區，成就了中國葡萄酒行業的傳奇篇章，更成為中法友誼的橋樑和改革開放的碩果。王朝酒業在香港上市20周年，這二十載春華秋實的輝煌歷程，是創新與奮鬥的見證。相信憑藉王朝酒業的品牌實力和市場布局，定能在新的征程中再創佳績，為中外經貿合作書寫更多精彩篇章。

產業呈多樣化 人才建設完善

火興三指出，通過多年的發展，內地葡萄酒產業已經初步實現酒種多樣化、產品結構合理化和價格理性化的目標。首先，中國葡萄種植資源豐富，品種多樣，東北地區和湖南等省區，分布着山葡萄、毛葡萄和刺葡萄等原生葡萄品種，加上通過絲綢之路和近現代引進的歐亞種葡萄品種，成為內地酒種多樣性的基礎。目前，內地起泡酒、白葡萄酒、紅葡萄酒、冰葡萄酒和特種葡萄酒等產品多樣化和差異化類型已經實現，可滿足不同的消費需要。自2012年內地葡萄酒產業開始調整後，產品結構逐步合理，形成高檔、中檔葡萄酒和佐餐酒同步發展的格局，着力提倡性價比，讓產品融入到人民群眾的美好生活中。

其次，通過多年的發展，內地葡萄酒的產品品質得到極大提升。通過開展多級教育，進行人才培養，形成一批年齡結構合理的種植師、釀酒師、品酒師隊伍，人才

王朝酒業發展里程碑

年份	事件
1980年	王朝酒業誕生，是由天津市葡萄園及Remy Martin成立的中法合營企業，也是天津市第一家中外合營企業。
2000年	「王朝」品牌獲國家工商行政管理局商標局定為中國馳名葡萄酒產品商標。
2004年	集團全年葡萄酒產能達30,000噸。
2005年	1月26日在香港聯交所上市，股份代號0828。
2006年	集團年產達50,000噸。
2009年	12月在上海開設首間上海奢藏酒公司Dynasty Club，致力針對高級市場，亦於上海開設首間王朝葡萄酒專賣店。
2010年	王朝御苑酒堡在天津開幕，是亞洲單體最大酒堡。
2024年	在《中國500最具價值品牌》中，排名升至335位，創新高。

天津食品集團拓香港市場 攜手多方戰略合作



●天津食品集團與香港大公文匯傳媒集團簽署戰略合作協議。
香港文匯報記者曾興偉 攝



●天津食品集團與香港新華集團簽署戰略合作協議。
香港文匯報記者曾興偉 攝



●王朝酒業集團也與華潤萬家(香港)簽署戰略合作協議。
香港文匯報記者曾興偉 攝

香港文匯報訊(記者 蔡競文)在昨日的王朝酒業香港上市20周年慶典活動現場，天津食品集團分別與香港大公文匯傳媒集團、香港新華集團簽署戰略合作協議。同時，王朝酒業集團也與華潤萬家(香港)簽署戰略合作協議。根據協議，各方將充分發揮自身優勢，協助天津食品集團、王朝酒業拓展香港市場。

香港大公文匯傳媒集團副董事長、總經理鄭勇男表示，集團願與王朝酒業攜手共進，把王朝酒業的品牌故事、創新理念、優質產品傳播得更遠更廣，讓更多的人了解王朝酒業、喜愛王朝酒業的產品。

香港新華集團相關負責人透露，根據協議，將圍繞食品貿易、王朝品牌酒類貿易、股權長期投資等領域與天津食品集團展開合作，相信通過此次合作，能夠充分發揮雙方在各自領域的優勢，為雙方帶來更大的經濟效益和發展機遇，同時也將進一步促進津港兩地的經貿合作與交流。

專家倡三方面助力高質量發展



●中國酒業協會葡萄酒分會秘書長火興三在慶典上致辭。
香港文匯報記者 曾興偉 攝

香港文匯報訊(記者 蔡競文)中國酒業協會葡萄酒分會秘書長火興三昨日出席王朝酒業香港上市20周年慶典活動時表示，王朝酒業走過的40多年路程，也是新中國葡萄酒產業蓬勃發展的四十多年。他向與會者細數這四十多年來，行業獲得的多項成就，並稱未來協會將在三方面助力王朝酒業的高質量發展。

隊伍體系建設完善。火興三說，內地葡萄酒在食品生產准入制度和食品安全標準方面，是世界上要求最嚴格的，這保證了葡萄酒產品的食品安全問題；再者，內地酒莊的建設是站在世界葡萄酒發展的肩膀上進行建設，吸取各地酒莊建設的經驗和教訓，在釀酒設備的應用、生產線的布局、廠房的建設等方面具備世界領先的優勢，具有後發優勢。

帶動西北地區近150萬人就業

第三，內地葡萄酒產業勇於進行社會擔當。火興三說，葡萄酒產業覆蓋葡萄種植、葡萄酒生產和葡萄酒銷售、旅遊等一、二、三產業，產業鏈長，目前內地葡萄酒產業在西北地區社會總體發展、美麗鄉村建設和精準扶貧等方面發揮重要的作用，涉及西北地區近150萬人的就業問題。

第四，內地形成自身的風土特點和消費優勢。火興三表示，內地屬大陸性季風氣候，冬有白雪，夏有驕陽，春去秋來，寒暑往復，四季輪替，界限分明，為葡萄生長和果實發育提供不同歐美國家的立地條件和風土特徵。在內地部分產區，釀酒師深挖自己的風土特性表達，釀造出獨具魅力的東方美酒，已經受到國際同行和消費者的關注和好評。

火興三稱，未來中國酒業協會將在以下三方面助力王朝酒業的高質量發展：一是致力葡萄酒的普及推廣，以簡明易懂的方式廣泛傳播「輕飲用、慢享受、隨意葡萄酒」理念，營造愉悅舒適的消費氛圍，讓葡萄酒文化深入人心。二是緊抓年輕消費群體的脈搏，深化葡萄酒文化的宣傳普及，持續精進「龍行高校」大學生葡萄酒公開課項目，精心培育消費者群體，同時加強行業人才的培養與教育，為葡萄酒文化的傳承注入新鮮活力。三是精準對接消費者需求，實施差異化戰略定位，緊跟產業發展新趨勢，特別關注白葡萄酒與低醇葡萄酒市場的潛力，以創新滿足多元需求，引領葡萄酒消費新風尚。