

2017 山西(汾阳·杏花村)世界酒博会即将举行

■ 秦海峰

近日,2017 山西(汾阳·杏花村)世界酒博会媒体见面会在太原召开,这次酒博会由吕梁市政府与中国白酒协会共同主办、汾阳市政府与汾酒集团承办,9 月 28 日至 30 日将在汾阳会展中心举行。

据介绍,这将是一次酒与文化融合发展的盛会,更是一次世界级的酒类文化盛会。会议期间将举办汾酒封藏大典、2017 世界酒文化高峰论坛、杏花村“白酒祖庭”文化特展与汾阳杏花村“诗酒文化”摄影书画展、“邀客商、迎老乡、兴吕梁”招商引资恳谈会、汾阳酒文化艺术展演等 11 项系列活动。通过活动,展示以杏花村为代表的白酒文化,展示世界级酒类文化,展示白酒产业的发展趋势与方向,推动白酒产业传承与发展,推动旅游产业成为经济增长的新动能。

汾酒集团党委书记、董事长李秋喜表示,集团将推进各项工作,以优美环境迎客,以热情服务待客,以清香美酒醉客,以厚重文化饗客,以产业发展惠客。汾酒将以 2017 山西(汾阳·杏花村)世界酒文化博览会为契机,进一步实施国际化战略,一步步扩大国际化市场,为中国酒业的发展带来新的增长点。

2017 布鲁塞尔国际烈性酒大赛: 33 家中国企业得奖

北京时间 9 月 4 日晚间,备受瞩目的 2017 比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛评选结果终于揭晓。此次大赛中,中国参赛企业不负众望,来自 33 家参赛酒企的共 47 款产品取得了大金奖 1 枚、金奖 21 枚、银奖 25 枚的优异成绩。

北京时间 8 月 22 日 20 时 45 分(智利时间 8 月 22 日 8 时 45 分),2017 比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛的品评工作,在智利科金博区首府拉塞雷纳市拉开帷幕。今年的布鲁塞尔国际烈性酒大赛获奖产品比例控制在参评产品总数的 30%,其中银奖不低于 84.5 分,金奖不低于 86.6 分,大金奖不低于 91.1 分。来自全球 21 个国家的 77 位评委将分成 11 组,对来自 48 个国家的 1150 款参赛产品进行评定。

中方评委团由贵州大学明德学院院长,贵州大学酿酒与食品工程学院教授、硕士生导师,贵州大学食品科学工程研究中心主任吴天祥,华夏酒报、中国酒业新闻网总编辑韩文友,湖南湘窖酒业有限公司首席调酒师及特邀研究员李文婧,北京红星酒业有限公司副总经理张坤和泸州老窖百调酒业有限公司董事长方翔等五人组成。中国沈酒集团副总裁杨磊以及成都百豫环球商贸有限公司总经理周玥等中国代表也一同在现场参与,见证了品评。

值得关注的是,此次中国获奖企业及产品,将于 2017 年 11 月 9 日集体亮相在海南博鳌亚洲论坛举办地举行的中国千商大会·博鳌酒业峰会,峰会期间将举办颁奖典礼,布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛主席卜杜安·哈弗也将亲临现场为获奖企业颁奖。(据凤凰网)

葡萄酒主题新电影《重返勃艮第》在英法上映

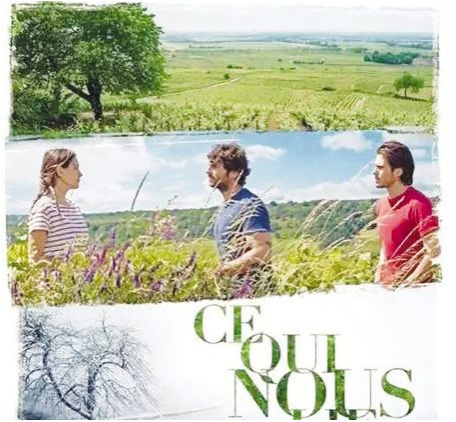
2017 年 6 月,电影《浓情酒乡(Ce Qui Nous Lie)》在法国上映,英文版《重返勃艮第(Back to Burgundy)》最近在英国上映。

这部电影以三个兄妹为中心,以葡萄酒作为纽带,讲述了法国一个葡萄种植家庭的故事。父亲在葡萄采摘前去世,三兄妹继承了父亲的葡萄园,并重新团聚。

大哥 Jean,为了逃避父亲以及家庭的责任,10 年前离家并在澳大利亚结婚,创办了自己的酿酒厂,父亲病重后回到家乡勃艮第。

妹妹 Juliette 在父亲患病期间一直负责管理葡萄园,并得到朋友 Marcel 的帮助。弟弟 Jeremie 与一个酿酒大家族结婚,经常被严厉的岳父欺负,并不受家庭重视。再次团聚的三兄妹,面临着是继承遗产还是卖掉葡萄园的选择。

在接下来将近一年的时间里,兄妹三人一同把家庭的重任扛在肩上,并把对这片土地、这个葡萄园共同的爱,转化为克服彼此间隔阂的动力。尽管因为距离和误解三人之间仍有磕绊,但他们最终还是重新找回了遗失已久的亲情。(据中外葡萄与葡萄酒)



■ 陈飞 袁跃

以酒为媒、以游为道,借酒兴旅、借旅促酒。仁怀市以打造全域旅游升级版为目标,以生态文明建设为环境依托,着力抓好旅游供给侧改革,以更好的旅游形象和旅游商品满足市场,旅游发展实现持续“井喷”。特别是茅台旅游综合体的酒文化旅游,得到游客好评。今年上半年,仁怀市旅游接待游客达 550 万人(次)、同比增长 45%,实现旅游综合收入 66 亿元、同比增长 50%。

在茅台镇,以酒为媒的系列旅游活动,吸引海内外游客参与互动。天酿景区上演《天酿》大剧,剧场爆满。端午祭麦仪式,引来游客感悟国酒神秘。自去年 5 月第十一届贵州旅游产业发展大会在茅台镇 1915 广场成功举办以来,茅台镇以旅游作为新的经济增长点,巧借国酒之心、盐运名镇、红色圣地旅游资源,将酒文化、盐运文化、长征文化深度融合发展,实现创建国家 4A 级旅游景区目标,极大提升该镇知名度、美誉度。

在今年端午小长假期间,仁怀市共接待游客 19.6 万人次,同比增长 110%;旅游综合收入达 1.45 亿元,同比增长 96%。现如今,全世界的目光一起投向仁怀,仁怀也因此迎来了旅游井喷时代,开启了全域旅游的新格局。

赤水河畔红军四渡赤水纪念碑巍然耸立,红军桥上游客川流不息,渡口旁红军长征

如今,仁怀“酒、文、旅融合”已渐成特色,以酒产业为核心进行的特色小镇建设、工业拓展旅游、酒文化旅游与产业多样性衔接,区域文化与当地特色文化相结合,积极推动了仁怀经济的多元化发展,展示了仁怀新形象。



● 赤水河畔的茅台渡口碑

过茅台陈列馆向游客再现光辉岁月。作为红军长征四渡赤水三渡口,茅台镇传承长征精神,弘扬红色文化。一年来,其自身特有魅力吸引一大批游客前来参观、了解长征历史,缅怀先烈丰功伟绩。

“一直以来,我都是红色文化的守望者和拥护者。今年端午节,子女带我到仁怀旅游,收获颇丰。今后如果有机会,我一定会再来仁怀。”重庆游客朱欣明说。“一直忙于经营酒生意,之前只来过茅台一次。这次端午之旅,让我深刻领悟国酒文化博大精深,感受到仁怀旅游飞速发展,确实了不起。”郑州游客王峰竖起大拇指。



● 迷人的茅台镇夜色

赤水河清风徐来,茅台镇酒香四溢。千年的黔北名镇,素来都是“川盐走贵州,秦商聚茅台”的真实写照。酒因镇而名,镇因酒而兴,两者正续写着一段光辉传奇。自去年旅发大会以来,茅台镇以建设“酒+旅游”全域旅游产业为载体,优化景区规划布局,逐步将茅台建成“贵州第一、全国一流、世界知名”的特色小镇。

“盐帮菜因盐运文化而兴,同时又和茅台本地的酒文化有很好的交融。去年旅发大会召开以来,店里生意持续火爆。一年以来,共接待游客 6 万余人,营业额 400 余万元。”盐帮菜老板赵晋告诉记者,借酒旅文化节召开契机,盐帮菜仅端午期间就接待游客 3000 余人,营业额突破 15 万元。

一年以来,茅台镇在深入推进酒旅融合发展工作中,以酒文化为载体,深度融合旅游元素,凸显新的休闲方式,助推旅游产业持续

制定果酒业标准 打造果酒业品牌 第四届中国果酒产业科技创新发展峰会在京召开

■ 张艳玲

中国将进入营养健康时代,将为果酒产业带来重大发展机遇期。目前,果酒产业需要培育大型龙头企业,制定果酒行业通用技术标准,打造果酒品牌,增加消费者认知,提高果酒消费。

近日,在北京举行的第四届中国果酒产业科技创新发展峰会——中国果酒品牌计划启动仪式上,营养健康领域的与会专家们如是说。

果酒产业面临发展机遇期

中国食物消费结构和水平基本定型,将进入营养健康时代,同时将新增 9 亿中等收入群体,为果酒产业带来巨大机遇。

联合国食品安全委员会国际专家指导委员会、国家食药同源产业科技创新联盟专家咨询委员会主任委员梅方权认为,2025 年或 2030 年,中国主要食物消费结构和消费水平基本定型,可进行结构性调整,增加果酒等新食品,为果酒发展带来巨大潜力。

中国农产品加工研究所所长、国家食药同源产业科技创新联盟理事长戴小枫也认为,果酒面临的发展机遇是前所未有的。中国即将进入营养健康时代。6 月,国民营养健康计划的公布将成指导中国未来营养健康产业的大方向,为果酒业发展提供良好机遇。

有预测称,未来 30 年,中国中等收入群体将翻两番,即变成 12 亿。2050 年前后,中国人口峰值可能接近 16 亿,新增 9 亿中等收入群体,将来喝什么?他们主要喝葡萄酒,喝果酒,喝低度餐前酒。着眼于未来,瞄准 9 亿中等收入群体,这是果酒同仁重点研究和思考的未来目标市场和目标人群。

戴小枫认为,未来几十年,对果酒业和葡萄酒业都是黄金期。白酒在中国消费一定会终止。按照一般规律,一个国家人均 GDP 达一万美元后,白酒就会出现断崖式下滑。腾出的市场,为果酒业、葡萄酒业和低度餐



前酒发展带来巨大空间。

果酒产业最核心的是技术和标准

与会专家认为,制约果酒发展最核心的东西是技术和标准,应实现生产工艺标准化,培育龙头企业,进行升级换代,提升果酒品质。

中国农村技术开发中心副主任、中国农业技术推广协会高新技术专业委员会理事长赵红光说,果酒是新兴健康产业,制约其发展最核心的东西是技术和标准。“目前,我们正制定发酵型果酒行业通用技术标准,弥补我国果酒这方面空白。”

他建议,果酒行业在工艺方面要加强果酒生产工艺标准化,进行全产业链设计,提升果酒品质。在理念上秉承绿色生态理念,围绕大健康理念,论证果酒保健功能,把果酒从饮品向健康延伸,推动果酒产业向健康产业转型。

梅方权也认为,发展果酒产业要制定安全性行业技术标准,建立严格的多元体系,支持建设标准化专用原料设计基地,确保标准和品牌的质量、效益,发展循环经济。建立现代食品-饮料-果酒产业信息共享服务平台。

梅方权还认为,加快发展果酒产业,核心是加快结构升级换代,每一次升级换代,果酒都将进入新阶段。“加工产品升级换代是一个从发展中国家到发达国家的必由之

路,升级换代也是产业发展、经济发展的必经之路。”

梅方权说,从基础设施、科学技术、经营管理、流通市场、全程服务和生态环境等方面发力,实现中国食品-饮料-果酒产业现代化。通过竞争、重组、并购、联合等方式,加快扩大企业规模,培育龙头企业,形成品牌,打开市场。以提升竞争力为重点,创立一批在市场上占有率高的品牌,形成一批特色优势鲜明,发展潜力大的产业集群。“如果没有行业大企业,产业很难发展起来。”

“果酒必须跟旅游休闲观光农业结合,哪有特色小镇,哪就有果酒,这是重要载体。”梅方权说。

果酒产业的可持续之路

西北农林科技大学葡萄酒学院终身名誉院长、中国果酒产业科技创新战略联盟首席专家李华教授认为,中国的果酒产业要想科学发展,路径只有一条,就是绿色、可持续发展。要构建从土地到餐桌的果酒产业关键技术体系。

他认为,中国果酒行业应回归中华民族“天人合一”的传统,把中国各地各具特色的水果变成独一无二的果酒,变成全世界不可复制的果酒。“只有不可复制,才能领先,才能可持续,才能持续创新。”

他建议,中国果酒产业发展模式应是

井喷,综合效益得到显著增强。茅台镇旅投公司信息与投资规划部主任汪立志表示,自去年旅发大会召开至今,茅台镇共计接待游客 380 万人次,实现旅游收入 36 亿元。下一步,该公司将进一步完善游客接待中心配套功能,推出新的精品旅游线路,将“酒+旅游”深度融合发展。

如今,仁怀“酒、文、旅融合”已渐成特色,以酒产业为核心进行的特色小镇建设、工业拓展旅游、酒文化旅游与产业多样性衔接,区域文化与当地特色文化相结合,积极推动了仁怀经济的多元化发展,展示了仁怀新成就,彰显了酒都新形象。在不久的将来,仁怀精心打造的世界名酒文化旅游带,将像国酒茅台一样天下闻名,让天下游客慕名前来,而“酒都仁怀”也必将成为国内外极具影响力的中高端旅游精品品牌,作为行业典范,续写更多精彩。

“龙头+农村”。大型企业是龙头,广大农村是龙身。政府在抓龙头企业的同时,更应注重小微企业。“只有众多小微企业,才能支撑广大农村的这片天地。”

而果酒企业要基于原料,充分发挥原料特性,生产自然产品,并做好消费者教育,也就是营养健康宣传。同时要自律,要有危机意识,要进行危机公关。

“果酒是为了好喝,不是所标榜的能治这个病那个病,这是违反国家商标法和国家食品安全法行为。”他提醒果酒企业,“把食品安全法放在心里,落实在企业每个动作上。”

果酒品牌的新营销策略

赵红光认为,品牌营销是果酒产业发展短板。消费者对果酒认知度较低,需实施中国品牌计划,打造果酒品牌,使更多人认识、喜欢并消费果酒。他还建议,培育果酒行业龙头企业,创新市场营销模式,将果酒消费从小众消费变成大众消费。

会上,启动了中国果酒品牌计划,其中 22 家果酒企业入选。中国果酒产业科技创新战略联盟理事长赵宏友说,目的是创建果酒品牌,让国人熟知中国果酒的品牌。

他说,品牌是无形资产,是知名度,是动力,还是企业和产品的生命。企业品牌建设要以诚信作为基础,把产品质量和 product 特色作为核心,培育消费者认知度。

谈到果酒品牌营销,互联网品牌营销专家萧诚认为,果酒企业要打造品牌。“品牌是什么?品牌是 LOGO,是一系列包装,是用户对你的认知。品牌是为了产品,为了用户,为了体验。”如何做好品牌?萧诚说,要有好听、便于识别和记忆的名字,要设计出一整套标识的东西,要有爆款产品。

他建议果酒企业开展新的营销策略——简营销,新零售。对用户,产品和营销升级。做出爆款产品,锁定用户群,唤醒消费者的购买潜质和欲望。对销售渠道升级,实行以服务为主的新零售方式,产品品质让消费者挑不出来任何毛病。新商业的未来一定是先内容、后电商。

(据凤凰网)

点睛之作 | Packaging analysis

AR 技术酒标:让静止的包装“动”起来

最近几年我们见过不少会变色的啤酒包装案例。

比如,巴西品牌 Conti 啤酒,日本品牌惠比寿啤酒,以及能根据温度和紫外线而变色两次的 Coors Light。

不过,随着技术的进步和运用,酿酒商们在啤酒标签包装上玩出了更多的新花样。一家名为 Snoqualmie Falls 的酿酒公司,在

标签设计上使用了增强现实技术(AR),让静止的包装“动”了起来。

这个印有瀑布画面的紫色标签看上去平淡无奇,但如果你拿一个叫 Layar 的 app 扫描一下,就会发现瀑布居然流动了起来,鱼儿越出水面,鸟儿从山谷里飞出,酿酒师坐在酿酒桶里顺流而下。水声鸟叫声声入耳,一派和谐的自然景象。

酒厂负责人表示,这种新奇的手段是为了吸引更多人来尝尝他们的啤酒。“货架端的竞争激烈,消费者不可能像在酒吧里一样先尝后买,所以标签设计是产品脱颖而出的关键。一旦消费者被吸引了,他们就会为产品而着迷。”

其实酿酒商们一直在为酒标动态化进行实验和努力,希望增强与消费者的互

动。比如,之前比利时家族啤酒品牌 Dagschotel 曾在 PET 瓶包装上印刷了一些电视节目主持人的肖像,用特殊的 APP 扫一扫,就能看到暗藏在静止画面中的动态内容。

希望未来能看到越来越有趣、交互性更强的酒标设计。

(据凤凰网)