



“酒博会”上镇远酒类企业受关注

■ 杨勇

贵州省黔东南州镇远县有贵州青酒集团、贵州花酒业有限公司、贵州金奇谷酿酒文化实业有限公司等9家企业参加第七届中国(贵州)国际酒类博览会。贵州青酒集团、贵州花酒业有限公司、贵州金奇谷酿酒文化实业有限公司建有企业特色馆,总布展面积达432平方米。

展馆中,黔东南州镇远馆面积为135平方米,该展馆突出镇远古城徽派建筑的设计理念,并积极融合了苗族、侗族等少数民族的建筑风格,以“魅力中国城·大美黔东南”的美丽形象迎接来自国内外的嘉宾及朋友。

黔东南州副州长陈应勇,黔东南州商务局局长陈佑琴,镇远县人民政府副县长夏文斌等领导同志参加开幕式并对镇远展馆进行巡视,州、县相关部门负责人陪同巡馆。陈应勇等一行先后对镇远馆、贵州青酒集团展馆、贵州花酒业有限公司展馆、贵州金奇谷酿酒文化实业有限公司展馆等酒企展厅进行逐一巡视,并详细了解了企业参展布展、生产经营、市场销售等相关情况。

每到一处展馆,看到镇远县参展企业各具特色、富含镇远文化元素的展馆设计,以及包装精美、款式多样的各系白酒、茶酒、果酒等,陈应勇副州长十分高兴,并与随行人员品尝起来。在此期间,浓郁的酒香不时吸引到众多参会者驻足品尝购买。

陈应勇鼓励镇远参展酒类企业在酿酒工艺上不断探索,精益求精,要培育好经销商队伍,不断拓宽市场渠道。同时理清发展思路,提高产品质量,创新产品品种,适应和满足市场需求。

据悉,各地区前来镇远馆、青酒馆、花酒馆等咨询、洽谈、交流的人数达3000余人次。贵州花酒还积极利用此次难得的机会,在酒博会现场发布了两款花酒新产品,两款产品的发布受到了各参展商和采购商的关注和青睐。会展期间,贵州青酒、贵州花酒、贵州暖心食品公司等签下的供货协议,贸易协议资金达3亿元。

作为一次国际性酒类博览会,镇远酒类企业的积极参与达到了相互交流学习的目的。全县酒类企业也将紧随县委、政府建设贵州东部酒谷战略的步伐,做好企业长期规划和发展,实现企业的不断壮大,为建设贵州东部酒谷贡献力量。

英国酒企：找寻进入中国市场的机遇

■ 王黔红

第七届中国(贵州)国际酒类博览会在贵阳举行,吸引了40多个国家的上万家展商参会。除了酒类贸易,也有众多业界大咖齐聚会场共谋酒业发展未来。英中贸易协会西区总监王楷在接受贵州媒体采访时说,英国酒企渴望从酒博会上找到进入中国市场的机遇。

王楷介绍,本次英中贸易协会带来了20多个英国酒类品牌参会,比如威士忌、手工啤酒等代表了英国传统的好酒,“还有一种英国品牌的杯子,电视剧《人民的义名》中就选择了这个杯子作为道具。”王楷还举例说,英国的啤酒也很有特色,这次带来的手工啤酒,产量不大,口味非常独特。英中贸易协会寄希望于通过酒博会的机会,让这些品牌顺利进入中国市场。

“客观来讲,我们不仅对食品、饮料和酒类行业感兴趣,其实对包括生态、工业、科技、智能制造等在内的各个行业都在做。在不同的省市区,我们会根据当地特色产业,进行优化组合。”王楷介绍,英中贸易协会是一个庞大的机构,会员达到了上千家,同时又是英国政府国际贸易的官方合作伙伴,所以承担了帮助英国企业与中国企业对接的工作。

“我们非常看好贵州,因为贵州有后发优势,领导讲话当中也说了有别于东部地区,又不同于西部其他省。贵州的生态环境和民族特色都很有特点,现在又拿了国家的很多政策,发展的高山农业、生态、大数据等跟中国的很多产业非常契合。”王楷说,英国的乡村建设与发展非常有特点,英国的电子信息创新产业也非常发达,这与贵州发展现代农业、精准扶贫、大数据等方向是一致的,所以贵州如果与英国企业界交流合作,是可以实现共赢的。

王楷说,贵州的优点是原生态,有丰富多彩的民族文化,历史上也不乏王阳明这样的大家。今后应该建立一个更开放的社会发展环境,对中外客商提供更好的扶植、更大的便利性,无论是官方还是民间的贵州代表团,能够多去不同的国家交流互访,对于贵州的发展是很重要的条件。要想把中国酒类扩展到国际市场,文化推广是最核心的。“西方人为什么喜欢伏特加、威士忌,那是跟他们整体的文化相关的。”王楷说,原来国内企业更多强调销售,并没想到如何开拓酒类的内涵和上下游,现在情况正在发生改观,诸如国酒茅台这样的龙头企业走向世界,更多的策略还是酒文化。

四天盛会以酒为媒 吸睛吸金各方共赢 第七届中国(贵州)国际酒类博览会成功举办

■ 欧鲁男

第七届中国(贵州)国际酒类博览会(简称“酒博会”)于9月9日至12日召开。酒博会最后一天,除了市民抓紧时间最后抢购,不少展商也利用最后时间进行交流,谋求更多合作。

据悉,今年的酒博会通过了国际展览业协会(UFI)认证,成为中国迄今为止唯一一个通过UFI认证的酒类博览会。今年酒博会展览展示总面积近8万平方米,共有2000余家展商参展,其中境外41个国家和地区800余家展商参展,国内24个省(区、市)1200余家酒企及酒类全产业链企业参展。采购商20000余人,其中省外、境外4000余人,省内16000余人。参展的世界知名酒庄(企业)主要包括拉菲、拉图、木桐、玛歌、瑞芙、奔富、豪客等,国内知名酒企包括茅台、五粮液、董酒、古井贡、汾酒、剑南春、苏酒、郎酒、泸州老窖、雪花等。

与往年相比,本届酒博会突出政府主办和市场化运作的有机结合。在4天时间里,举行了酒+旅游+文化+互联网“煮酒论道”、国际会展经济发展峰会、世界酒业峰会暨世界酒业采购商大会、国际会展经济发展峰会、世界酒业联盟年会2017等重要活动,成为了贵州与世界交流的友好平台。

酒博会也让市民充分感受了美酒的魅力。9月12日,记者现场看到,随着酒博会接近尾声,展商促销力度加大,市民开启了抢购热潮。

“我买了差不多2万块的红酒,基本上都是半卖半送。”在大厅门口,市民王先生和朋友购买了10多箱红酒,自己的车已经装不下了,只能临时叫了一辆出租车。王先生说,这几年,他每年都会去酒博会“扫货”,不但价格很优惠,而且有很多选择。几年的酒博会下来,他已经品尝了超过30个国家的优质红酒。

除了洋酒受欢迎,传统白酒展商也是推出各种活动,赚了个钵满盆满。在4号馆珍酒展位,展商专门推出了买一送一、扫码赢大奖、品酒闯关等活动,超值的优惠,引发了市民的疯狂抢购。

“以酒为媒,借酒续缘”。酒博会虽然已经落幕,但借助“酒博会”平台,让全球美酒云集贵州、让贵州佳酿香飘万里,推动了贵州白酒市场与品牌双发展,扩大了贵州对外开放力度,也推动了贵州经济社会的快速发展。

杜康香醉贵州酒博会

9月9日,“第七届中国(贵州)国际酒类博览会”在贵阳国际会议展览中心隆重开幕,河南省人大常委会副主任刘满仓带领豫酒领军品牌杜康等19家河南酒企抱团参展,并在贵阳国际生态会议中心举办“豫满中华·豫酒推介会”,掀起了豫酒热潮。

此次酒博会万商云集,杜康携核心高端酒祖杜康、时尚商务潮流之作杜康一号系列以及超值美酒典范绵柔杜康系列重磅亮相,引发参会商追捧,备受各方关注,杜康以品牌魅力及品质之美香醉贵州,让全国客商领略了豫酒的风采,感受了华夏酿酒始祖的魅力。

品牌魅力 政府领导高度认可杜康

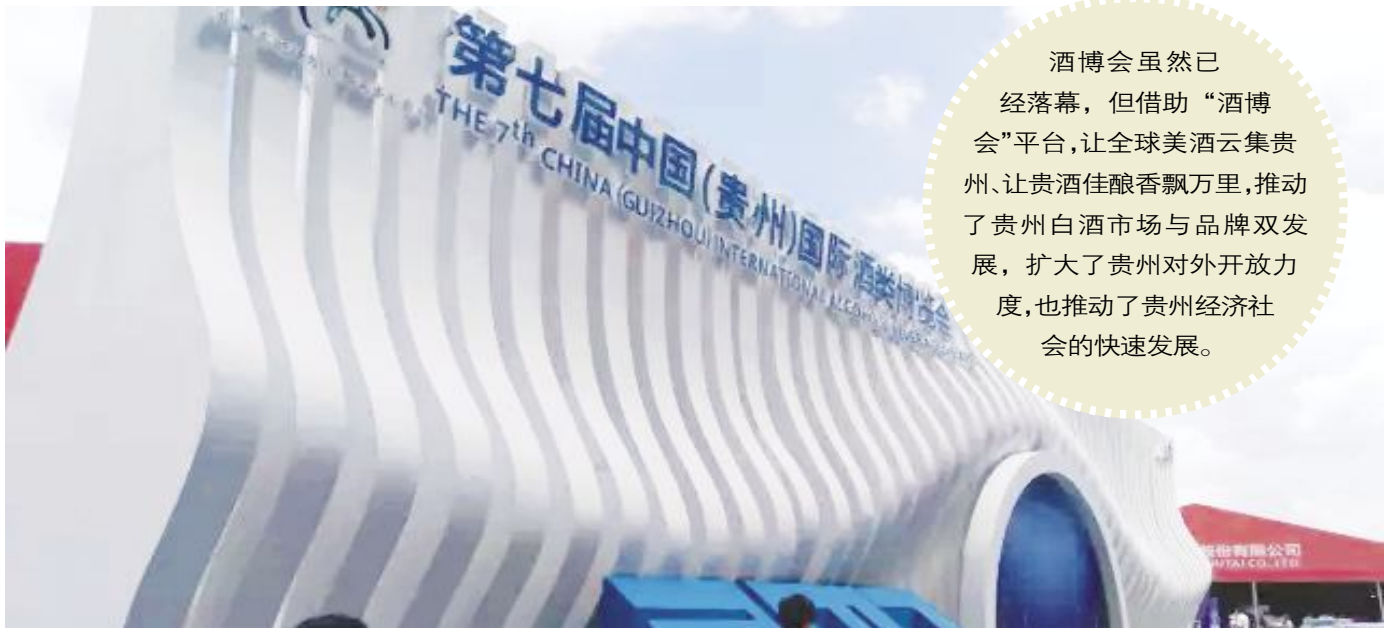
酒博会开幕式后,河南省人大常委会副主任刘满仓、河南省酒业协会会长熊玉亮陪同贵州省委副书记孙志刚、代省长谌贻琴参观豫酒展区,熊玉亮会长重点推介杜康时说,“何以解忧唯有杜康”,杜康是华夏酒祖,是中国白酒代表,也是豫酒的代表品牌。孙志刚书记拿起设计古朴大气、充满文化气息的酒祖杜康仔细观看,并对杜康享誉中外的品牌知名度和深厚的酿酒历史表示了极大肯定。

随后,刘满仓还再次回到豫酒展馆。走到杜康展位前,在王鹏总经理的介绍下,刘满仓随手拿起酒祖杜康12区,向参会嘉宾介绍杜康产品和文化,同时寄语王鹏要坚持做大市场。

熊玉亮会长表示,杜康无论从历史文化底蕴、品牌知名度、产品品质,都是河南白酒与世界对话的一面旗帜,是最有希望走向全国的豫酒品牌,担当着复兴豫酒、振兴豫酒的重任,而近几年杜康在技术、品质、营销上的创新之举,也让这个具有五千年历史的品牌再次获得新生。

品质力量 酒祖杜康再夺至高殊荣

在当天举行的由河南省人民政府主办的



相关链接 | Related links

贵州酒博会签下547.9亿大单

9月13日,记者从第七届中国(贵州)国际酒类博览会成果发布会上获悉,酒博会期间,共签约经贸合作45个、贸易类项目1611个,总贸易金额547.9亿元(人民币下同)。

本届酒博会以“展示全球佳酿、促进交流合作”为主题,各项活动出新彩,多项数据创新高。现场达成贸易成交额98.37亿元,同比增长9.1%,其中现场零售额10.14亿元,现场签约88.23亿元;观展人数33.21万人次,同比增长14.1%。

谈及本届酒博会取得的新成果,第七

届酒博会执委会办公室主任、贵州省贸促会常务副会长张汉林介绍,国际化程度显著提升,酒博会吸引了40多个国家及港澳台地区的2000多家酒企参展,外国展商占比40%以上,展示境外酒品5000余种。

展会内容全面升级,驱动产业联动发展。为更好地弘扬酒文化,引领酒文化健康发展,本届酒博会特别设立“酒+旅游+文化+互联网”综合展馆,成功举办多产业融合推介会等活动,构筑起了酒文化交流和推介平台。突出酒类全产业链展览展示,从

酒器酒具、工业技术、包装材料、设备和生产自动化等各个环节进行展示展览。

项目合作成果喜人,交流平台逐渐扩大。酒博会期间,共签约经贸合作45个,贸易类项目1611个,总贸易金额547.9亿元;投资类项目13个,总投资金额29.38亿元。来自18个国家和地区的35家境外商协会和机构与贵州省贸促会(省博览局)、贵州国际商会、黔南州政府等签署了合作备忘录、经济合作框架协议等。美属波多黎各与贵州省在医药、化工、旅游等方面达成合作意向。(刘鹏)



“豫满中华·豫酒推介会”上,酒祖杜康再获殊荣,被授予“河南省十大名酒”称号,中国酒类流通协会会长王新国亲自为杜康控股总经理王鹏颁发奖牌。

当日下午,在“豫满中华·豫酒推介会”会上,刘满仓介绍了此次贵州之行的四个目的:一是学习茅台及海内外酒业发展先进经验;二是推动豫酒的转型升级和发展;三是推进豫黔两省的交流与合作;四是巩固老朋友,结交新朋友。紧接着,刘满仓代表河南省委、省政府向与会嘉宾介绍了河南省情和河南酒业的发展情况,并向与会的嘉宾和河南老乡推介豫酒。

据了解,酒祖杜康系列是杜康控股扛鼎之作,厚重、高贵的形象,馥郁芳香的质,自上市以来,受到国内外经销商及消费者的追捧。酿造酒祖杜康的窖池,均由杜康酿酒基地独有的“红泥”——玄武岩上层,千年古桑树下的褐红色泥巴古桑培育而成,其中栖息着600多种有益微生物,绵延不绝、生生不息的微生物生化过程,孕育出奇妙的呈香呈味物质,从而造就了酒祖杜康清冽芬芳、醇厚馥郁、回味悠长的超群品质。

在此次推介会上,一位常年接触杜康的媒体人士首先祝贺杜康并给予了高度评价:这几年感受最大的就是杜康品质越来越好,此次获奖,是对杜康潜品质、专注创新的重要肯定,相信杜康将以品质的力量赢得未来。

客商青睐 品牌效应带来合作大单

在酒博会第二天举行的参展商与采购商对接会上,杜康备受天下客商青睐,咨询合作者络绎不绝,现场收获数十个大单,成为贵州酒博会的大赢家。

会上,数十位来自贵州、江西、广东、广西等地的采购商围在杜康展位前,品美酒看产品,与现场杜康工作人员深度交流,了解产品及代理情况。

在品尝美酒后,杜康卓越的产品品质获得了一致好评,一位江西采购商说,杜康在他们当地拥有很好的市场基础,消费者比较认可,这次听说豫酒集体参会,特意来寻求与杜康的合作。

另一位来自广东的酒业大商品尝完杜康酒后连连称赞:“何以解忧唯有杜康”,杜康不仅名气大,品质也是一流,对杜康很有信心,准备与杜康携手共同分享财富大蛋糕。

杜康不仅受到了众多经销商的青睐,也获得了深圳市酒类行业协会秘书长杨克建率领的经贸参观团重点考察。对杜康留下极深印象的杨克建说,杜康品牌知名度大,在深圳及周边地区认可度很高,经贸团多位经销商表示出了与杜康合作的强烈意愿,双方初步达成了合作意向,接下来将进行进一步沟通,以期实现合作共赢。

据杜康相关负责人介绍,鉴于杜康的高知名度以及卓越的水品质,目前已与华南、西南多个商界大佬签订了数份合作大单,此次酒博会取得了良好的招商效果,将完善对南方市场的布局,率先豫酒走出河南、走向全国,同时提升豫酒在省外的形象,为豫酒振兴承担起杜康的引领作用,重塑豫酒辉煌。

国台酒业国标酒推“共享酒窖”模式

■ 戴小何

在第七届中国(贵州)国际酒类博览会上,贵州国台酒业有限公司的产品现场抢购火爆。国台酒业披露,国台打造的大单品“国台·国标酒”上半年突破5亿销售额,并推出“共享酒窖”创新模式,成为白酒行业首家真正提出和实践“共享酒窖”的企业。

据国台酒业副总经理王美军介绍,此次国台酒业更注重现场与消费者的互动,其中“国粉节”(国台粉丝节)系列活动之一的“醉逍遥”活动是当天现场与消费者互动的游戏抽奖环节,现场也有网红直播助阵,是线上线下更好地让消费者参与到酒博会中来。

国台·国标酒自今年春季酒会上市以来,其业绩表现远超预期。据国台酒业总经理张春新透露,国台·国标酒自今年上市以来,加上与股权商的成功运作,半年时间销售额已经突破5亿元,离今年的10亿级大单品规划更近了。

业内人士表示,从“股权激励 厂商联盟”、“凝聚千商 共享酱香”,到塑造大单品,国台今年展现出了强大的信心和决心,在市场的表现可圈可点又惊喜无限。在这一轮酱酒热潮中,去年国台中高端产品实现了316%的增幅,销售业绩逆势增长68%,在产品结构上,开始谋求更长远的规划,聚焦“国台·国标酒、国台·15年、国台·龙酒”三大单

品,并锻造大单品国标酒,其中更注重帮助经销商动销,这是难能可贵的。

此次酒博会,国台酒业首次披露了“共享酒窖”的新型运作模式,这也是行业首家提出和实践“共享酒窖”的企业,是一种将众筹和共享融为一体的创新模式。

国台酒业副总汤旭介绍,“共享酒窖”推出的初衷是为了创新国台珍藏酒营销模式,来构建国台年份酒交易中心以及打造真实年份酒公信平台。“共享酒窖”具体运作方式是升级“国台名人珍藏酒”模式,把珍藏酒库搬到异地市场,便于客户就近封坛、消费、体验。从而打通“人”、“窖”和“市场”的共享,一人拥有、授权共享,一窖拥有、窖窖可取。



澳洲葡萄酒首次组团贵州参展

■ 贵旺

26家澳洲葡萄酒企组团参加第七届中国(贵州)国际酒类博览会。其中,兰尼斯特葡萄酒集团(Lannister)首次参展就得到一致好评。不仅与贵阳金淑贸易有限公司签约合作伙伴,且与即将开业的西南地区首家盒马生鲜店在积极洽谈中,有望携手星力集团共同进驻中国西南地区第一家网红超市。

“没想到贵州酒博会这么热闹,贵州消费者这么热情,完全没想到会有这么火爆的场面。我们带来的产品在第一天基本售罄,大家对葡萄酒的喜爱程度超乎了我的想象,而且对优质高端葡萄酒,大家更是喜爱,这极大地增强了我们的信心,让我们对贵州市场充满期待。”兰尼斯特市场总监吴弘毅 JamesWu在接受媒体采访时表示。

9月10日晚上,兰尼斯特葡萄酒集团在贵阳凯悦酒店举办了以“品味南澳芬芳,品鉴自然味道”为主题的品鉴晚宴,中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会秘书长王旭伟作为嘉宾出席,“截至2017年6月的一年间,澳大利亚对全世界出口总额增长了2.01亿美元至23.1亿美元。从出口额来看,澳大利亚葡萄酒占据中国大陆进口葡萄酒市场的24%,位列第二。澳大利亚葡萄酒在中国市场上的增长率遥遥领先于其它葡萄酒产国。由此可见,目前国内红酒的消费势头呈上升趋势。红酒文化与健康是红酒越来越流行的一个因素,相信随着红酒文化与健康的渗透,红酒将会成为人们生活中不可或缺的一部分。”他从中国进口葡萄酒市场的发展趋势和众多数据简明扼要地分析了澳洲葡萄酒在中国市场发展的潜力。

“没想到贵州酒博会这么热闹、贵州消费者这么热情,这样的场面完全在意料之外。贵州果然是酒乡,大家对葡萄酒的喜爱程度超乎了我的想象,而且对优质高端葡萄酒,大家更是喜爱,这极大地增强了我们的信心,让我们对贵州市场充满期待。”兰尼斯特市场总监吴弘毅 JamesWu在接受媒体采访时表示。