

第14届全国食品博览会暨名酒展览会将在山东济南开展

以“全新升级 引领时尚”为主题的2020第14届全国食品博览会暨名酒展览会将于6月30日—7月2日在山东国际会展中心(济南槐荫区)举办。据了解,本届展会由山东中贸国际经济贸易发展促进中心、法国高美艾博展览集团、中贸集团、中法合资高博中贸国际会展联合主办。届时,展会将推出包括酒类展馆、食品展馆、餐饮食材展馆共计45000m²的展览面积,预邀展商1500+,预计专业观众将达80000人次。目前酒类展馆,白酒企业招商已达200余家,葡萄酒企业招商达40余家。展会招商工作正式进入倒计时,展位预订也开始呈现紧张局面。据介绍,中贸集团作为国内区域糖酒食品类展会的先行者与强力组织者,在山东、江苏、安徽举办的每一场展会,都获得了展商和专业观众的高度认可,许多展商多年来跟随着中贸展会的步伐,品牌高度得到不断提升,企业逐步发展壮大。

专业观众组织有序推进 确保展会效果最大化

中贸展会最大的亮点就在于专业观众的组织,对展商来说,这也是他们最看重的。一场展会的效果也正是通过这一点来得到最直接体现。为此,中贸每年花费大量的人力物力组织专业观众到展会现场进行参观、采购,尽最大努力确保每一场展会的有效性。因为今年受新冠肺炎疫情的影响,上半年正常的招商选品工作基本停滞,厂家和经销商迫切需要一场高效、专业的展会来解决疫情期间受到的“封锁”。2020第14届全国食品博览会暨名酒展览会经过前期精心准备后,即将于6月30日为展商、经销商带来一场后疫情时代行业盛会。据了解,在展会的前期准备工作中,中贸主要针对山东、江苏、河南、河北、安徽酒类经销商进行了广泛调研与邀约。第一批酒类专业观众组织已达20400余家。

覆盖式宣传与推广 提升展会曝光量

在专业观众紧张有序的组织的同时,中贸在大众媒体、行业媒体、百度、抖音、快手、今日头条、360平台、微博大V、自媒体平台均投入大笔资金进行展会的宣传与推广,提升展会的曝光量,助力品牌实现更好的参展效果,帮助展商快速打开销售市场。同时,中贸与酒水行业头部媒体达成战略合作关系,双方在优质资源对接,精准投放曝光方面将进行密切合作,致力于将中贸展会打造成国内区域糖酒食品类展会一展盛会。

用心服务展商 首创5S会展服务模式

“不做一锤子买卖,参展一次交一生朋友”是中贸的企业文化。为此,中贸首创5S贴心管家式服务模式,全天候、全方位、立体化为展商服务。

- 1S:企业服务:中贸将全方位为企业服务,全面立体宣传推广,展前精准定位合作伙伴,协助企业快速发展和协助解决企业生产和经营过程的遇到的难题。
- 2S:产品服务:中贸将利用300万数据库和200家合作媒体全力帮助企业推广产品,实现家喻户晓,快速建立品牌。协助展商产品寻找包装、设计等上下游的资源。
- 3S:365天服务:参加一次展,交一生朋友。只要参加了中贸一场展会,我们将全年全天候帮助企业宣传和推广。
- 4S:展期服务:展会期间,除展商正常参展外,中贸将协助企业召开产品发布会、路演、对接会、品鉴会,精准引领参展商与采购商。
- 5S:经销商服务:中贸将服务展商的经销商,展前精准定位合作伙伴,增加展商和经销商的粘性和忠实度。每年举办多次场针对经销商的专场培训和指导,解决经销商经营过程的难题。

在与中贸合作多年的参展商中,有许多多年来跟随中贸展会的步伐,几乎场场参加。目前,中贸主要针对华东市场,推出了五大糖酒食品交易展会,形成了山东、江苏、安徽市场循环联动,为品牌开拓华东市场提供了最佳品牌展示招商平台。

中贸的发展,也得到了世界排名前五的百年会展集团法国高美艾博展览集团(Comexpo-sium)的关注。在中法两国政府有关国际商务促进和市场管理部门的支持下,双方共同组建了跨国合作的中法合资高博中贸会展集团。

高博中贸会展集团下设高博中贸国际会展(山东)有限公司、中贸国际会展(南京)有限公司、中贸国际会展(安徽)有限公司等合资子公司。高博中贸将整合优势食品酒类产业资源,立足于国际化发展的战略布局,打造具有全球影响力的食品酒类展会。

- 行业联系信息:
 - 2020第20届中国(安徽)国际酒业博览会,7月10日-12日,合肥滨湖国际会展中心,40000m²。
 - 2020第8届中国(南京)国际酒业博览会,8月5日-7日,南京国际展览中心馆,50000m²。
 - 2020第9届中国(南京)国际酒业博览会,11月20日-22日,南京国际展览中心馆,50000m²。
 - 2020第21届中国(安徽)国际酒业展览会,11月27日-29日,合肥滨湖国际会展中心,40000m²。(会宣)

征战国际赛事 舍得首破ITI中国白酒三星记录

日前,被誉为“舌尖上的奥斯卡”,国际风味评鉴所(International Taste Institute,简称ITI,原ITQI)全球食品及饮料评鉴结果正式揭晓。来自世界各地的800多家食品和饮品生产商共几千款产品参与了2020年度评鉴,仅有325款产品荣获享誉全球的三星“顶级美味奖章(Superior Taste Award)”,其中14款烈酒摘得三星奖章,而舍得酒业出品的超高端天子呼和智慧舍得的两款明星产品就占据了2个三星。

ITI:担心中国白酒得到“不公平”待遇

Eric“提名”舍得酒业绝非偶然,ITI自创办以来,国际知名烈酒夺得三星成绩并不鲜见,众多烈酒甚至连续多年夺得三星顶级美味奖章,比如白兰地、威士忌、龙舌兰等,因为它们的口感上更符合欧洲评委的“味蕾惯性”。

而中国白酒产量约占全球蒸馏酒总产量的40%,出口量却不足1%,说明了国际品鉴还远不熟悉中国白酒的味道,并且此前并没有中国白酒在ITI中崭露头角,Eric担心品鉴团队对白酒的口感接受度较低。

而令其惊喜的是,舍得的老酒因时间沉淀将普通白酒的刺激变得温润,完全符合ITI这些世界顶级舌头平时尝惯了好酒的风格。并且加上盲评的方式,规避了先入为主,让结果更加公正和客观。

国际风味评鉴所,每年都会对来自世界各地的食品和饮品风味进行感官评鉴和认证。国际美味评审团由来自欧洲的15个烹饪或品酒师协会的200多位资深主厨和品酒大师组成。多年来,国际风味评鉴所的美味评审团评鉴并认证了超过16000多款产品。评审团囊括了世界知名的主厨及品酒师,例如Ferran Centelles(El Bulli Foundation的首席品酒师),Manuel Jimenez (2017年度西班牙最佳侍酒师),Alain Nonnet (持有米其林二星36年之久),Gaetano Raguni (2017年Bocuse d'Or桂冠得主),Alan Coxon (英国美味大使及BBC美食节目知名主持)和Cristina Figueira(米其林一星餐厅主厨等上百位欧洲名厨)。

2020年,中国白酒的胜出,用Eric的话说,“中国白酒就不应再缺失于国际风味评鉴所这一舞台。”

■ 陈振翔

近日,在河南省新蔡县“蔡洪坊酒业专用粮基地”小麦收割现场,望着饱满的麦粒,河南蔡洪坊酒业有限公司总经理王永华告诉记者,原生态有机酿酒专用粮基地的建设为品质提升、生态化建设奠定了基础,成为品牌战略的坚强后盾。

在经历了新型冠状病毒感染肺炎疫情之后,随着消费者消费观念的转变,“生态消费”建设将成为未来白酒品质再升级的一个基础。尤其在今年全国两会上,从《政府工作报告》中不难看到,诸多减免和优惠政策为酿酒行业带来了新的发展机遇。全国人大代表、政协委员从水源生态、文化生态、原粮生态到酿造生态等生态建设的议案提案为中国酒业的未来发展指引了方向。

“生态建设”成酒业发展重心

从宏观上看,国内消费需求市场潜力巨大,我国经济稳中向好、长期向好的基本面没有改变,随着国家“六稳”“六保”各项政策举措落地生效,经济复苏势头会越来越好,从行业来看,白酒结构性繁荣的长周期没有改变,向优势品牌集中、向优势产能集中、向优势产区集中的趋势仍未改变。一场疫情,或多或少改变了人们的消费观念,生态化、健康化消费成为消费者的追求,酒类产品的高质量发展将成为企业未来关注的方向。

全国人大代表、五粮液集团党委书记、董事长李曙光在出席2020年全国两会时表示,五粮液将加强生态文明建设,把建设好长江上游生态屏障和自身高质量发展结合起来,确保五粮液产业园区生态一流、环境一流。当前,五粮液公司的任务就是建设好“四个标杆”,即中国酒行业规模化领先的标杆、数字化转型的标杆、生态化发展的标杆以及文化建设的标杆。

四川省把提升糯红高粱、专用水稻、专用玉米等酿酒专用粮作为振兴四川粮油产业的重要内容,拿出专项资金支持酿酒专用粮基地建设,把种植基地建成白酒产业链条上的“第一车间”,把种植农民视为白酒产业链条上的“产业工人”,按照现代农业园区标准打造酿酒专用粮基地,提高酿酒专用粮生产的整体效益。



舍得:在ITI出道即巅峰的中国白酒

中国白酒历史千年,文化厚重,韵味悠长,怎能缺失于世界舞台?每一次直面国际评鉴,不仅是对品质与风味标准国际化的检验,更是对中国白酒文化的硬核输出。

今年的国际风味评鉴所组委会集合了15个欧洲国家的烹饪与品酒专家,进行了长达半年的遴选之后,来自中国的舍得老酒——天子呼、智慧舍得,荣获三星顶级美味奖章。其余8款送评产品分别获得了二星以及一星国际顶级美味奖章,实现了美味评鉴的“大满贯”。这是ITI创立以来的新纪录:第一次有中国白酒斩获全系“大满贯”,并一举获得了三星顶级美味殊荣。

天子呼以及智慧舍得在视觉、味觉、嗅觉、口感和回味等五项指标上能够综合胜出得益于舍得酒业对风味的极致追求。同时,艺术舍得致敬中法系列、吞之乎、品味舍得、陶醉606夺得ITI二星美味奖章,艺术舍得米兰系列、沱牌特级T68、沱牌曲酒复刻版、陶醉906夺得ITI一星美味奖章。

舍得珍藏级老酒天子呼,源于中国四川射洪

国际风味评鉴所(ITI)位于欧盟总部、世界美味之都比利时布鲁塞尔。ITI执行总裁 Eric de Spoelberch 表示:“2020 年中国白酒给我们带来惊喜。舍得酒业跨越重洋来到比利时,并且一举夺得三星顶级美味奖章。中国的白酒风味令人印象深刻。”

洪1300年不曾间断的酿酒技艺传承和创新,源于舍得酒业80载厂牌匠心守护、源于20年前舍得顶级酒体陶坛储藏。20年酒体贮存自然陈度,去芜存菁淬炼沉淀,酒体与生态酿酒微环境呼吸交融,大道无痕自然天成。每一滴舍得天子呼,都是20年原度老酒,都是上个世纪的味道——口感更加圆润绵软,更加优雅细腻。

“大自然是最好的酿酒师,时间是最好的调酒师”,这就是舍得酒业的产品理念。此次获得三星殊荣的另一支明星产品“智慧舍得”,完美体现了中国老酒“陈甜净爽”的口感特征,更证明了舍得酒业作为中国名酒企业的深厚技术底蕴。智慧舍得带给ITI评委舒适、轻松的评鉴体验。酒是陈的香,也是白酒行业的共识。“陈香”已成为高端白酒的必备特征,更是中国文化天人合一理念下的典型审美。“陈香”味道是浓香白酒千余种风味物质在时间作用下的完美配比,即使使用最先进的技术手段仍无法对其复制。优质基酒在陶坛储存,经历几十个春夏秋冬的历练,才能成就厚重而舒适的“陈香”味道。没有老酒的

生态? 有机? 酒业升级的标配是什么?



优粮出名酒,茅台、五粮液、泸州老窖等白酒用粮,无一不是源自当地糯红高粱为主的优质酿酒专用粮。川南宜宾、泸州、自贡地区的糯红高粱,其支链淀粉含量达到95%左右,比北方高粱高20个百分点,特别是对白酒特殊风味形成起重要决定作用的单宁含量在1.2%-2.0%,是北方高粱的2-3倍、进口高粱的10-20倍。2019年,四川全省共落实酿酒专用粮生产基地162.3万亩,其中酿酒高粱110.8万亩,专用水稻48.1万亩,专用玉米3.4万亩。

无独有偶,4月3日,茅台股份公司第二届董事会2020年度第六次会议决定,捐赠2.8亿元用于支持仁怀市茅台镇酿酒造用有机高粱高标准种植示范基地项目建设,捐赠资金将按照工程进度分三期划拨至项目专项账户。今年茅台再调整1万亩高粱种植基地,还分别在仁怀、习水、播州、务川、金沙等地,建设了高粱种植基地,促进当地农村产业结构调整,带动12万农户增收。

可以看出,酒企扩大生产基地、种植基地,有利于企业稳固生产根基,为长远发展奠定基础。全国人大代表、茅台集团党委书记、董事长高卫东也曾表示,茅台酒的品质和赤水河谷的水质、微生物群息息相关,要保护好水源地,为茅台酒质量提供重要保证;要加强与地方政府的沟通协调,保证取水安全,守好茅台酒质量的第一道关口。

“粮好酒才好”不只是一句广告语,更是白酒酿造亘古不变的真理。茅台、五粮液等龙头企业 and 区域白酒品牌的专用粮基地建设在一定程度上为白酒品质奠定了信心。河南、安

徽等地的弱筋小麦成为酒类和食品企业的香饽饽,高于市场近两倍的价格,成为农民增收的动力。

河南省委农办主任、省农业农村厅厅长申延平介绍,通过推广优质品种、推行集约化标准化生产,小麦形态品质、营养品质、加工品质、口感风味明显提升。强筋、中筋、弱筋小麦结构更加合理,更能适应市场需求。河南全省优质专用小麦发展到1350万亩,较上年增加146万亩,占全省小麦种植面积的15.8%。河南蔡洪坊酒业有限公司董事长李华伟讲到,“走进专用粮种植基地,见证蔡洪坊绿色品质”蔡洪坊酿酒专用粮种植建设,让大家看到蔡洪坊人对品质的坚守、对行业的敬畏,了解蔡洪坊酒从每粒粮食的生产到每一瓶酒的出厂,所有环节都把“绿色品质”、“消费者健康”放在首位,让消费者知晓蔡洪坊人保障“粮心”、提升“粮心”、呵护“粮心”的初心与初衷。

“生态消费”将推动品质升级

全国人大代表、舍得酒业生产基地副总经理余东认为,建设生态文明是中华民族永续发展的千年大计,企业是生态化建设和发展的主体之一,应该鼓励企业以生态发展理念建设产业园区。生态是一个永恒的话题,疫情的发生也让人们深刻地意识到,人类发展与自然生态有着不可分割的共生关系。

新蔡县政府副县长王霞表示,酿酒专用粮基地建设是蔡洪坊酒全产业链布局的开

积累,就做出珍贵的陈香口感。

舍得酒业早在七十年代就提出了“生态酿酒”理念,建立了中国白酒行业第一家生态酿酒工业园,打造出最适宜酿造高端白酒的生态环境。“生态环境对酒的品质起着80%以上的决定性的作用”,舍得是中国生态酿酒的代表。千名25年工龄以上的老匠,1300年传承的酿酒老艺、“千年老窖万年糟”续糟发酵技术、足以绕地球两圈的十二万吨老基酒储备、沿袭百年的黄金酒曲的老曲工艺,才成就了现在的舍得老酒。

中国白酒:大国芬芳正当时

可以说,100年前的巴拿马万国博览会开始了中国白酒的国际化探索。正是当年白酒参赛获奖的鼓舞,中国白酒开始探索如何在做好国内市场的同时进军国际市场。从茅台的“一捧成名”,到今天舍得获得ITI三星顶级美味奖章。中国白酒的国际化之路走了百年。百年来中国白酒与世界六大烈酒“并称”却不“并列”,相比其他世界知名烈酒,中国白酒的国际化走得可谓漫长而艰巨。

时至今日,全球一体化进程的加快、中国综合国力提升带来的世界影响力升级以及中国白酒市场的深度调整,愈发把白酒的国际化推到国际前线。全国人大代表、舍得酒业生产基地副总经理余东在2020年两会表示:“找准方向,用国际化思维找准切入点和办法,更有效地传播中国文化,鼓励中国白酒文化走向世界。”

过硬的产品品质是白酒走向世界的基础,而自带“舍得智慧价值观”的品牌,更赋予了舍得代表中国酒文化走向世界烈酒舞台中央的通行证。舍得与梦东方原创出品的白酒文化艺术作品《大国芬芳》,立足中国白酒文化,回溯历史长河中与中国文化共生交融的白酒文化,选取中国著名的与白酒相关的文化名人 and 典故传说,以现代的技术和审美打造诗乐舞剧,将中国白酒文化的丰富厚重意涵呈现于世界舞台。让世界感受中国文化的独特艺术魅力。

国无界,艺术无疆。白酒文化出海,舍得体验触达。舍得正在代表中国白酒给出国际化发展的“舍得方案”。中国白酒扬帆远航需要的是硬核实力,更需要像舍得这样的企业将中国白酒带到国际舞台中央,敢于对话国际烈酒,用国际专家的评鉴语言来表达中国白酒的世界魅力,用中国白酒的“三星”口感打动全球用户,引领全新的烈酒消费潮流,在舞台舞台收获更多中国白酒的高光时刻。祝贺ITI三星天子呼,祝贺ITI三星智慧舍得,祝贺中国白酒! (据中国酒业新闻网)

端,“绿色蔡洪坊”是蔡洪坊酒业一以贯之的经营理念。早在2012年,蔡洪坊酒业就将酿酒专用粮种植基地建设正式纳入企业发展战略规划,以酿酒专用粮种植基地为起点,以“从田间到餐桌”为思路,从种植基地、白酒酿造、白酒销售、蔡酒文化体系打造四个价值环节构建白酒生态化全产业链,搭建了以“文化为核心、生态为基础、产业做融合、品牌做形象”为经营理念的发展框架。

北京的楚先生告诉记者,他是一名环境评估工作者,平时对环境建设、生态建设等方面关注的多一点,在白酒品牌的选择上,他更关注原粮生态和有机培育,喝酒基本上选择生态酿造的白酒品牌。

“要实现酒业的高质量发展,必须要以丰富、优质的资源作为支撑,也必须要从源头开始培育,从源头进行展示,从源头着力提升。蔡洪坊酒业将通过合理布局用地,完善基础设施,培育富民产业,打通‘原粮—酿造—废料—饲养—农家肥—种植—观光’有机产业生态链,将基地建设成为一个集种植、养殖、科研、观光、休闲、采摘、餐饮于一体的现代农业综合示范区,为原酒产能、酒类收入、酒类利润提供强有力的原粮产能支撑。”李华伟说。

安徽迎驾贡酒股份有限公司董事长倪永培曾表示,生态酿酒倡导绿色健康发展理念,不断促进产业升级和科技进步,顺应了新时代的消费升级趋势。为此,迎驾坚持“生态产区、生态刚水、生态酿艺、生态循环、生态洞藏、生态消费”六位一体的大生态品质理念。

随着消费升级趋势的愈发明显和市场竞争的日趋激烈,中国酒业正向原产地、高品质和品牌文化上,创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,是每一个有担当酒企需要考虑的课题,也是需要践行的标准。

湖南长沙白酒经销商向先生告诉记者,白酒生态建设不光是生产企业的责任,更是粮食生产、有机食品加工等企业的责任,在白酒推广和销售等环节也是经销商的责任,在白酒品质消费升级的当下,白酒企业产品品质升级是未来营销中唯一的选择。

“只有消费者认为健康好喝的酒才是好酒。要想酿出真正健康好喝的好酒,不仅需要得天独厚的自然生态大环境,更需要有适合白酒微生物发酵的微环境,以及酿酒人的匠心。”倪永培说。