企業家日報 中国酒 ENTREPRENEURS' DAILY Chinese drinks weekly 周刊

品质卓越 上海军酒 荣膺国际大赛金奖

■ 李玉友

日前,备受业界关注的国际烈酒(中国)大奖赛(ISGC)颁奖典礼在济南隆重举行,上海军酒有限公司主打产品"军酒7能打胜仗"荣获金奖。这是继8月18日上海军酒在"第四届中国高端酒展览会"、9月27日的2020(第四届)中国品牌博鳌峰会新获殊荣后,又一次得到权威机构和行业的肯定!

本届大奖共邀请了来自30个国家及地区的1124款酒品参赛。在4天大赛时间里,经过65名评委的严苛评判,"军酒7能打胜仗"在众多参赛酒品中脱颖而出夺得金奖。正如中国副食流通协会会长何继红所说,大奖赛以国际水准、国内一流、中国特色,常设性大奖赛为定位,坚持严格、专业、规范、透明的办赛宗旨,本着大格局、高起点、国际化、广泛参与的原则,促进国际烈酒、葡萄酒的融合交流。

上海军酒产品得到评委与权威机构的认可,源于其秉承初心,遵照传统古法酿造技艺,坚守工匠精神,不负使命,追求极致的产品品质。"军酒·能打胜仗"为52度浓香型白酒,精选高粱、大米、糯米、小麦、玉米为原料,以中高温大曲固态发酵,经传统老窖发酵、蒸馏,足年窖藏,窖香浓郁,绵甜醇厚,香味协调,余味悠长,尾味净爽。

上海军酒公司成立以来,通过组建高水平管理团队,不断引进高素质专业人才,使产品质量有了全方位的保证。坚持模式创新,紧跟白酒发展步伐,全面推动运营机制升级,实现了品质与经营齐头并进,品牌升级与创新模式互补,取得了显著的成绩,受到越来越多消费者的追捧!

上海军酒在持续快速发展的过程中,始终恪守"责任、正念、正心"的企业价值理念,建立了质量标准化制度,落实各部门质量主体责任,培养提升员工质量意识,加强员工诚信廉洁教育,夯实基础管理,强化过程管控,确保了产品质量;同时,不忘苦练内功,实行各个环节标准化、精细化、极致化,促进品质提升。科学严谨的管理团队大力推广卓越绩效、市场模拟化等管理模式,有效促进了公司健康快速发展。

凭借过硬的产品品质,不断增长的品牌影响力,上海军酒坚持精耕细作、务实发展,正一步步赢得市场和消费者的青睐。此次获奖,更是对军酒坚持初心、诚酿珍品的肯定和认可。未来,上海军酒将努力成为引领新时代高端光瓶酒的头部品牌,为促进退役军人创业就业、推动社会经济发展、早日实现强国梦,做出新的更大的贡献。

拉菲罗斯柴尔德新品 雾禾山谷登陆中国

■ 李文

10月15日,拉菲罗斯柴尔德集团旗下品牌——拉菲罗斯柴尔德雾禾山谷在上海举行发布品鉴会,这标志着拉菲集团全新品牌雾禾山谷宣布正式登陆中国市场,并携手上海百联优安供应链管理有限公司作为该品牌在中国大陆地区的独家进口商,借助其全国覆盖广泛的零售渠道优势,打造更加细化的产品矩阵,不断完善从一二线城市至下沉市场的发展。

雾禾山谷得名于法国纳博那南部一座环境优美的山谷。雾禾山谷的酿酒历史,被考古学家考证了早在公元前6000年便已开始,可见这里在很久以前,便是一处适合于酿造美酒的美丽山谷。

拉菲集团秉承以生态多样性的平衡发展作为运营理念,在不破坏原有生态环境的前提之下,对这里进行了一系列的升级建设,满足现代酿酒的需求,打造"南法原生态之境",不仅仅体现在酒庄环境方面,也是融入于每一瓶酒的酿造之中,从葡萄种植、酿造工艺到口感风味,让大家感受到自然馈赠的南法品质佳酿。

以地中海气候为主的雾禾山谷,受到较高的海拔与朝向北面的地形因素影响,使得山谷气候略微凉爽,独特的地理位置和风土条件为酿造美酒佳酿提供了理想环境。再加上独特砂质土与砂岩土壤,给赤霞珠、梅洛、西拉、歌海娜创造了优质的生长良田,也保障了雾禾山谷陈酿出品质美酒。

此次引入中国的4款葡萄酒包括以西拉为主的拉菲罗斯柴尔德雾禾山谷珍藏红葡萄酒、由梅洛酿造的拉菲罗斯柴尔德雾禾山谷梅洛红葡萄酒、拉菲罗斯柴尔德雾禾山谷红葡萄酒两星白波尔多和地中海两大葡萄品种赤霞珠和西拉的混酿之作、由霞多丽酿造的拉菲罗斯柴尔德雾禾山谷霞多丽白葡萄酒。

怀来 重新出发 酿造未来

地处北纬40度葡萄种植"黄金地带"的怀来被誉为"京畿北拱,塞上明珠"。这里不仅是新中国第一支干白葡萄酒的诞生地,也是全球鲜有的"距离首都最近的葡萄酒产区"。怀来坐拥优质风土,经历过辉煌的历史,却并没有在业界和消费者心中打下深刻的烙印,其背后原因何在?

■ 徐事远

借首届怀来葡萄酒博览会举办之机,记者与全国媒体团记者一起走进怀来深入采访,为大家呈现一个最真实的怀来。

官厅湖畔一块好风土

目前,怀来县葡萄种植面积11万亩,其中酿酒葡萄6万亩,葡萄酒生产能力15万吨,葡萄酒年产销量5万吨,葡萄产业总产值15亿元。

2005年至2015年,随着怀来地区出现注重品质和具备精品酒庄特点的中法庄园、紫晶庄园、瑞云庄园等,如何提升葡萄酒的品质和品牌,成了酒庄建设的主要思路。

"怀来算是中国最好的一块葡萄酒风土了。"紫晶庄园庄主马树森难掩对这块土地的热爱和自豪之情。"怀来的地形地貌是两山夹一川,两山是太行山山脉和燕山山脉,中间有桑干河、洋河汇成到永定河,最后在怀来形成官厅水库,湖两岸有着独特的小气候,光照充沛,气候温和,生长期长,具备生产优质葡萄的先天条件。"

马树森带我们来到一个原本计划扩建酒窖时挖掘的深数米的大坑前,当沙壤土和砾石层层交叠的横剖面展现在面前时,我们不禁赞叹大自然的造化,也理解了马树森为何对这片土地如此眷恋。这种土质有着良好的透气透水性,利于根系深扎和吸取较深层位置的营养物质。2019年,杰西丝·罗宾逊(Jancis Robinson)等国际知名葡萄酒专家到访紫晶,都亲自深入大坑,近距离观察土壤,并给予了高度评价。

紫晶庄园是怀来产区一家有代表性的品质酒庄,庄主马树森算得上行业中的传奇人物,他"卖房养酒"的故事在业内广为流传。"命运把我捆到这么一块好的风土上,能做出这么好的酒,让我欲罢不能。"马树森说。

1997年,中法两国葡萄酒项目正式开启了合作并选址怀来,1999年,项目正式落户,于2001年开始种植的中法合作葡萄种植与酿酒示范农场,引进法国纯正酒木与传统酿艺,对整个怀来产区的葡萄酒品质起到了积极的推动作用。

2010年,中法庄园获得迦南酒业母公司迦南集团控股,从此与相邻的迦南酒业成为姐妹酒庄,两家酒庄聘用经验丰富的国际专家团队,采用中国葡萄酒行业最前沿的先进理念和技术,以高标准、高品质成就佳酿。经过多年的内功积蓄,双双成为中国高端精品葡萄酒庄园的代表。投入资金数亿元的迦南酒业,无论是酒庄建筑与酿酒设备的设计、管理,还是整体葡萄酒的品质,在整个中国都是最出众的酒庄之一。"十年磨一剑",酒庄从种葡萄到产品上市花费了10年,酒质不达到苛刻的水准和最佳的状态,绝不拿给消费者。

迦南这座花园一般的酒庄也是记者走过的国内外最美的酒庄之一,骑行在葡萄园边鲜花盛开的小径上,是一种别样的酒庄旅游体验……

怀谷庄园是一家近年来崭露头角的精品小酒庄。集庄主和酿酒师身份于一身的曹嘉磊是科班出身,但他从不墨守成规,一直保持开放的心态,悉心钻研,以学习的心态吸收借鉴。

与其说怀谷庄园是一家小酒庄,不如说这是满足一个独具匠心的酿酒师情怀的试验室。几年来,曹嘉酿造了许多"秘不示人"的葡萄酒,这些试验品种都藏在酒庄的一吨小罐里,不惜工本酿造每种只有几千瓶且在经营上非常不划算的葡萄酒产品。布鲁塞尔等大赛的奖项、爱酒人士的好评,足以让他乐此不疲地在这条路上越走越远。

沙城葡萄酒作为怀来县第一个葡萄酒品牌,拥有"中国第一瓶干白"的光辉历史,由于历史原因、市场投入不足造成市场认知度不足。

2019年,张家口长城酿造集团改制以后确定了"沙城名酒复兴战略",品牌重新梳理定位为国产葡萄酒名酒头部品牌予以打造,经过两年准备,其战略新品沙城荣耀系列、沙城古壤老藤星级系列、沙城龙眼干白系列已于今年9月下旬正式上市。

"我们首先是要练好内功,起到老企业的带头作用。"长城酿造集团沙城葡萄酒有限公司总经理李建军告诉记者,目前厂区基地文化景观建设也在改造中,预计10月开园。

有过辉煌的怀来为何没叫响?

怀来,被称为"中国现代葡萄酒产业的摇篮"。它不仅拥有1200年的葡萄种植历史,更是新中国第一支干白葡萄酒、第一瓶传统法起泡酒和第一支符合国际标准的白兰地的诞生地。

早期怀来地区最出名的是中国长城葡萄酒有限公司,怀来地区的多家酒厂都为其生产葡萄原酒。

怀来产区作为中国比较早的葡萄酒产区,虽然有过昨日的辉煌,但是同时近10年来没有跟上国内酒庄酒发展的步伐,在种植面积、产量以及知名度等方面与其他知名产区有一定差距。

在CCTV&GOBATV制片主任兼品牌总监宗成看来,制约怀来葡萄酒产业纵深发展的瓶颈在于"官、产、研、学"步调不统一,缺乏明星旗舰产品效应,缺乏国家级科研项目实验基地和科研院校来支撑产业结构科学发展。其次,缺乏主流媒体传播和背书效应。

"产区邻近北京,虽说这是优势,但同时也是劣势,受到特别多的政策影响,政府对葡萄酒产业的重视程度也不够。"紫晶庄园庄主马树森分析,其中短板之一是房地产太活跃,造成地价虽贵,建设酒庄花费巨大,与宁夏等产区的土地成本可谓天壤之别。另一方面由于距离北京近,用工成本也相对较高。直接后果是无论自种葡萄,还是收购葡萄成本都非常高,葡萄收购价连年上涨;农民没有积极性,造成葡萄种植面积持续下降,葡萄质量也无法保证,直接影响了怀来的葡萄酒业发展。

曾在法国葡萄酒业工作多年,并为中国各大产区20家精品酒庄提供酿酒顾问技术支持的克洛维斯(CLOVITIS)国际酿酒顾问团队创始人廖晓燕则表示,怀来产区有葡萄酒发展的历史和基础,很多酒庄都曾有20到30年的酒厂历史,这些酒厂是中国改革开放后葡萄酒研发技术的第一批中坚力量。对他们来说"大船难掉头",酒厂转为酒庄,企业客户群体和发展方向要完全重新定位。"企业的定位、市场的转型都有一个过程,由市场来调节,政府也在引导"。

国际葡萄酒与烈酒作家和记者协会成员、VinoVivo国际美酒之声联合创始人李燕菲认为,怀来产区不那么出名的原因有很多,没有知名外资酒庄带来的国内外媒体的大量曝光;高品质葡萄酒比例低;政府部门对葡萄酒产业的扶持力度小、无论从财力、人力上看,还是从资源上看,远没有宁夏的投入与整体推广意识高;怀来还没找到自己产区的最亮点、与众不同的核心竞争优势……

怀来一个充满希望的产区

从首届葡萄酒博览会的举办,到斥巨资拍摄"酿造一杯时光"的宣传片,葡萄酒小镇也在加速成形……我们似乎看到了怀来产区在推广方面的决心和力度。但是,要真正打造出一张精品葡萄酒产区的名片,怀来显然还有很长的路要走……

怀来县葡萄酒局副局长李慧勇介绍,从2018年开始,产区依托官厅水库湿地公园,打造酒庄集聚区项目,实现集餐饮、旅游、休闲、住宿、葡萄酒庄游等一系列的融合葡萄元素的文旅康养等项目。截至目前,已有8个项目落户到酒庄集聚区。

今年,怀来还打造了自己的葡萄酒交易中心,打造葡萄酒的国际酒类交易所和大物流中心。同时,产区还建立了世界葡萄酒之窗博物馆,让怀来不仅仅是葡萄酒产区,还是集交易、餐饮、旅游、康养、会议培训等多种功能于一体的葡萄酒文化传播和销售集散中心。

对于未来,李慧勇描绘了这样一幅蓝图:确定以三点为支撑,加快葡萄产业三产融合发展的怀来葡萄产业规划布局:以世界葡萄酒之窗为核心,总投资20亿元,加快建设葡萄特色小镇;恒大国际葡萄酒交易中心区域,建设成为距离首都最近的葡萄酒交易中心;怀来高铁新城区域,由北京公交集团投资100亿元,打造TOD(Transit-Oriented Development,以公共交通为导向的开发)产业综合体,为城乡融合提供有力支撑。同时,加快提升全县葡萄种植面积和品质,改造提升10万亩葡萄种植基地,新选定葡萄种植区10万亩;全力推动以桑干、葫芦、利世G9、中法庄园等酒庄为引领的产区酒庄品牌化、高端化发展,未来3至5年建成100个特色酒庄,打造中国最大的高端酒庄CBD,推动怀来由区域性产区向世界性产区阔步迈进。

或许,在不久的将来,我们将见证一个充满希望的怀来产区的崛起。

鲁酒振兴 花冠先行

白酒"国花酱酒"揭盖头

■ 孙晓琳

花开盛世正当时,国花酱酒与君谋。

作为全国烟糖酒行业的"晴雨表",每届全国糖酒会都会出"大作"。2020第103届全国糖酒会都会出"大作"。2020第103届全国糖酒会,面对全国酱香热,一家崭新的国字号品牌——国花酱酒揭开神秘面纱,款款走来,迅速在全国酱友中掀起了热潮。

日前,在济南鸿腾国际大酒店举行的中国酱香白酒动力大会暨荣耀产品盛典,准时举行。在热闹的全国糖酒会各种论坛中,这场论坛本来并不为大家过多期待,但直到最后的一款国字号酱酒款款走来。论坛在一段精彩的视频中进行,以中国合作型易企业协会会长高显远的致辞开始,遵义市(仁怀市)酒业协会执行会长兼秘书长吕玉华、正道学院执行院长向宇、金沙酒业党委委员、销售公司总经理郑钢分别在论坛上发言为酱星闪耀好榜样2020年中国酱香白酒动力大会暨荣耀产品盛典助力。

激动人心的颁奖环节过后,国花酱酒品牌,拥有"中国第一瓶干白"的光辉历史,由于历史原因、市场投入不足造成市场认知度不足。

据介绍,国花品牌自1994年注册至今,一直在寻一极致的品类佳酿,只为寻一醇心于酿酒做到极致的守心匠人;暮去朝来26载,历经山河,2019年在贵州省仁怀市茅台镇核心7.5平方公里产区内,终归寻到了以极致化的工艺、极致化的品质、极致化的口感,自此终等到国花的绽放!

国花酱酒将推出两款主打产品,一款是国花——中国红,另一款是国花—大典1949,均为酱香型白酒。国花天香雅酱出品于茅台镇7.5平方公里核心地段,秉承百年余氏秘方,"六次取酒"去芜存菁,"倾一生,为一事"匠心酿制,其酒体色泽较黄,晶亮透明,酱香突出,幽雅细腻,郁而不猛,空杯留香。入口绵甜雅净,醇厚柔和,诸味协调,口味细腻,后味悠长。中国白酒泰斗季克良亲笔题词"赤水河边产酒良,茅台镇上传酱香,多年陈酿浓醇味,一品名牌醇市场"的由衷赞誉。

国花天香雅酱以"国粹"、"国潮"、"国民酱酒"为品牌基因。国粹,是秉承历史传承,酿酒技艺"六次取酒"去芜存菁,酿酒文化"匈因小利而废祖制,但行正道以立家声",酿酒精神"倾一生,为一事";国潮,是基因赋能。国花酱酒将以儒家文化(汉文化)、牡丹文化、东方文化为基因,进行品牌设计和赋能;国民酱酒,突出体现天香雅酱,做消费者心中的最爱。

盛世到,国花开。国花酱酒,作为中国为数不多的"国字号"品牌,虽未正式上市,但已名扬。我们期待这一崭新的国字号品牌扛起酱香白酒发展大旗,为中国酒业发展贡献国字号力量。

企業家日報 中国酒 ENTREPRENEURS' DAILY Chinese drinks weekly 周刊

发展大市场 搞活大流通

第103届全国糖酒会圆满落幕总结回顾

■ 李剑

本月中旬,第103届全国糖酒商品交易会在山东国际会展中心成功举办,总展览面积110000平米,参展商近2500家。在今年全球展览业普遍受疫情冲击,普遍停办或大幅缩减规模的背景下,本届会是2020年度全球展览面积最大的食品和酒类行业展会,体现了糖酒会作为行业标杆展会的引领作用。

超21万人次观展 体现行业复苏信心

本届会从筹备到举办,得到了山东省委省政府、济南市委市政府和中粮集团的高度关心和大力支持。中粮集团多次会同省市领导召开筹备协调工作会,确保本届会各项筹备工作周密有序、统筹推进。山东省省长李干杰,省委常委、济南市委书记孙立成,市长孙述涛,中粮集团党组书记、董事长吕军等出席了本届全国糖酒会开幕式并视察了展会现场。

特别值得一提的是,本届会上,来自山东的厂商参展踊跃,根据统计,全部展区内共有845家参展商总部位于山东省或在山东设有分支机构,占全部参展商三分之一,凸显山东省食品酒类产业雄厚的基础和强大的实力。

除"东道主"山东展区外,北京、天津、重庆、河北、河南、宁夏、广西、柳州、汾阳等省市也以组团形式参展了本届全国糖酒会。法国、意大利、韩国也以国家展团形式在本届会葡萄酒及国际烈酒展区和进口食品专区参展。传统酒类展区参展商541家,调味品及配料265家,葡萄酒及国际烈酒263家,食品及饮料763家,食品机械260家,包装203家,山东展区200家。

会期三天,在因疫情防控需要馆内人数限流的前提下,总入场人数依然超21万人次,显示了行业人士对行业发展前景的信心和对消费市场复苏的乐观预期,也再一次印证了全国糖酒会作为行业产销对接、信息交流和投资合作重要平台的魅力和影响力。

扶贫助农专区 助力决战决胜脱贫攻坚

2020年是打赢脱贫攻坚战的收官之年。为助力落实国家扶贫要求,创新扶贫载体、促进消费扶贫的目标,本届糖酒会继续设立扶贫助农专区,通过线上线下相结合的创新模式,探索扶贫展览新形式。

来自中粮集团定点帮扶的广西隆安县、新疆马什县,以及来自济南多年协作帮扶的湘西多家企业参展。湘西大丰县尊茶、马什县的葡萄、苹果、核桃,隆安县香蕉、火龙果、沃柑等特色产品,成为参会观众关注的焦点。

除了在山东国际会展中心E馆显著位置设立的"扶贫助农专区",在全国糖酒会云展平台上,还设立了扶贫助农"云展位",并在线上活动中融入扶贫内容,"主播带货"活动促进实际购买,"品牌时间"活动增大传播声量,"云逛展"扩大线上线下扶贫展位的联动,丰富观展人士体验。

会期活动形式多样 主题论坛种类丰富

本届全国糖酒会召开前期和当期,行业人士在济南举办了近五十场形式丰富、主题多样的论坛和特色活动。其中,在展会举办期间举办的18场大会官方论坛活动,受到行业人士的热情关注和积极参与。

10月13日下午举办的"新生态、新机遇"——第103届全国糖酒会主论坛上,中国消费大数据研究院执行院长陈立平、中国食品工业协会副秘书长张京玉、益普索中国资深研究总监王晶、阿里巴巴本地生活副总裁彭雷、蚂蚁集团网商银行副行长冯亮分别从生产、流通、消费、互联网服务和供应链金融五个方面发布数据报告。对2020年食品和酒类行业统计数据进行解读,对未来产业升级和消费市场发展趋势进行预测。与会演讲嘉宾认为,未来中国食品和酒类产业规模将进一步扩大,在国内国际双循环发展的新格局下,行业厂商将不断开拓市场,重塑产业链、价值链,实现新旧动能转换,线上线下市场融合。

中国酒类食品投融资论坛、第十一届国际机械技术交流会、中国酒类食品创新论坛、2020调料家·经销商大会(济南站)、匠心造·赢未来——2020鲁酒品牌发展高峰论坛、山东葡萄酒专题推介会、2020中国精酿啤酒品牌发展(秋季)峰会、中国本土葡萄酒发展论坛、第二届中国营养健康食品市场论坛暨小麦及面制品营养强化发展学术研讨会、"金产品,新渠道"高峰论坛和进口食品企业高端闭门会、"桂品出乡"专场产销对接会、"食品酒水企业数字化与数字金融"和"新经济形势下品牌该如何玩转淘宝直播"分享交流会等十余场主题丰富、形式多样的行业活动,进一步丰富了展会的内涵和功能,为到会客商分享了极富价值的趋势洞察和思想盛宴。

线上线下融合展示 直播活动吸引展商参与

第103届糖酒会,开创了线上线下相融合的全新办展模式。主办方携手阿里巴巴等信息技术服务商,进一步升级优化全国糖酒会云展平台,同时联动全国糖酒会微信小程序、全国糖酒会官网、微信公众号、官方微博等作为线上平台的有效载体,结合线下展商和专业观众的实际需求,精心打造了智能、便捷、高效、创新的展会新平台,有力地开辟了展前、展中和展后持续性的供需对接及品牌推广的数字化新路径。会期三天,全国糖酒会线上云展观众访问量达120万次,线上观众访问人数达80万人,网络总曝光量达1亿。

直播也是本届全国糖酒会一大亮点。主办方联合淘宝直播和淘宝汇吃,在展会举办同期举办了《总裁来了》《品牌时间》《云逛展》《带货专场》《扶贫专栏》等多档主题直播活动,助力多服企业提升线上品牌曝光度。汾酒、云门酱酒、长城酒业、叮口可乐、治治等品牌积极参与直播活动,企业高层领导及品牌嘉宾走入直播间,展示推介产品,与观众深度互动,良好的展示效果让更多线下传统厂商看到了新技术为未来品牌营销推广升级带来的无限可能性。

媒体参与积极主动 全面展示盛会魅力

本届会的召开,得到了国内新闻媒体的广泛关注。会期,来自新华社、人民日报、中央电视台、中央人民广播电台、人民网、新华网、中国经济网、中国新闻网、环球网、山东广播电视台、上海广播电视台、江西广播电视台、河南广播电视台等媒体的863名记者和工作人员到会进行采访报道,与企业进行深度交流。162家全国糖酒会合作媒体通过现场直播、企业专访、企业家沙龙、专题特刊等多种方式,为广大参展商、参会业界人士通过全国糖酒会宣传品牌形象提供了助力。

截止10月15日,国内各级各类媒体发布及转载本届糖酒会相关报道4689篇,其中来自23家省级电视台和170个融媒体视频号的视频新闻报道数量达到334条,创历届视频报道数量之最,体现了"视觉时代"新媒体蓬勃发展的态势。

由济南广播电视台协助采写的《全国糖酒会在济南开幕》在CCTV1《朝闻天下》播出,《全国糖酒会在济南开幕,美酒味醇隔着口罩都闻到了》在央广《中国之声》播出。

特别值得一提的是,在济南市委宣传部有力的组织下,济南市地方媒体对于本届糖酒会给予了高度的关注与重视,在会期,48家济南市媒体派出大量记者到会采访、报道,为展示本届会和参展厂商的魅力,做出了巨大的贡献。

安全保障有力 展会秩序平稳有序

本届会是疫情发生以来国内规模最大、最具行业影响力的食品酒类国家级展会,是"构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局"标志性展会,山东省委、省政府高度重视本届全国糖酒会的组织筹备工作,在济南市委市政府全力关心指导下,市商务局、市卫健委、市交警支队、市治安支队、市城管局、市场监督局、市会展集团、市公安集团以及魏酒区政府等相关部门和服务单位,围绕着本届糖酒会的城市综合治理、交通保障、卫生防疫、消防、治安执法等方面做了大量周密细致的工作,为本届糖酒会的成功举办创造了良好的政务环境,提供了令人满意的政务保障服务,以最大的努力确保本届糖酒会取得圆满成功。

会期三天,疫情防控、安全保卫、交通保障、展会展览秩序等总体稳定。8000余辆参展车辆、21万人次进馆参展井然有序。市卫健委和疾控部门组织的疫情防控、卫生巡查、医疗救助等专业人员周密防控,整个展期未发现体温异常者。市城管局安排1500余名执法人员、1.2万环卫工人在岗保障,确保了展馆和客商下榻酒店周边规范有序、会展中心垃圾及时清运。场馆内秩序维护工作和场馆周边秩序整治工作也开创了新的局面。

市公安机关会期出动警力6000余人次,做好远端管控区、周边封控区和核心区疫情防控、封控管理、秩序维护、巡逻防控、应急处突等工作,并协调消防部门安排18名消防力量、2部消防车在主会场守车待命,圆满完成安保、消防和交通保障任务。

济南公安集团开通的每日108车次摆渡车、162车次区间车和748班次的6条公交线路,有力地保障了参会客商出行。

济南市商务局牵头的综合协调工作保障了市直各部门、区县政府在彼此配合上的协同,确保了本届糖酒会的顺利举办,彰显了济南市在大型活动保障工作上的强大能力。

第103届全国糖酒会已经圆满落下帷幕。中国提出加快形成"以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进"新发展格局的战略决策。可以预期,未来我国超大规模内需市场将进一步撬动,行业市场空间和机会将进一步催生。

未来,全国糖酒会将继续成为服务食品酒类行业发展、推动交流合作共赢的重要平台,成为培育大市场、发展大贸易、搞活大流通的重要阵地,成为繁荣地方经济、促进社会发展、引领消费升级的重要力量,为国家经济建设、社会和行业健康发展,做出更大的贡献!

中粮酒业举办"厂商共建论坛"

打造厂商共同体 应对变局新挑战

在第103届全国糖酒会上,中粮酒业投资有限公司举办主题为"打造厂商共同体,于变局中开新局"的厂商共建论坛活动。中国食品工业协会党委书记、副理事长兼秘书长马勇,中国酒业协会执行理事长王琦,中粮集团副总裁陈朋,中粮酒业党委书记、董事长、总经理王浩参加活动并发表讲话。

陈朋为本次论坛致辞,他表示,中粮酒业在"十四五"期间,要大力加强厂商共建,不断优化和深化厂商合作关系,更好地适应新发展格局的要求,坚持以消费者为中心,更好地服务人民日益增长的美好生活需要,促进厂商共同成长、共同实现高质量发展,并为中国酒类行业的高质量发展做出应有的贡献。

马勇书记在论坛上发表了题为《综合性酒企典范也要成为厂商合作典范》的讲话,他表示,在今年这场突如其来的疫情中,我们食品行业、酒行业的很多企业,都表现的非常优秀,也为我们全国抗疫的成功做出了自己应有的贡献。其中,中粮集团在这次抗疫捐赠中表现非常突出,捐赠总额在食品行业排名榜首。中粮酒业在疫情期间的表现也可圈可点,让人感受到了一家品牌公司所拥有的情感和温度。

马勇对中粮酒业近几年的发展成果表示认可,他认为,中粮酒业的综合性酒企模式、以消费者为中心的理念、以匠心和科技支撑产品品质的优势、品牌营销创新与跨界的做法都很值得肯定,再加上中粮集团的强大支持,会让市场对中粮酒业的发展前景充满信心。

马勇还对中粮酒业的未来发展提了几点期望:一是期望中粮酒业成为推进厂商共建共享的典范;二是期望中粮酒业在中国葡萄酒产业复兴方面发挥领军作用;三是期望履餐香成为白酒主流香型之一;四是期望各庄荟在引领中国进口酒行业规范发展上发挥主导作用;五是期望孔乙己能够引领中国传统黄酒现代化发展的"国潮风"。

王浩在演讲中表示,今年的外部环境发生了巨大变化,为了应对新变局所带来的挑战,我们最重要的选择,就是要进一步深化厂商合作关系,推进厂商之间的共建共享,打造厂商命运共同体。

王浩回顾了近几年来中粮酒业下属各业务在加强厂商合作,密切厂商关系方面的举措,包括:酒鬼酒组建经销商持股平台;各业务与经销商合作举办消费者推广活动;与大商携手共同开拓新市场;加大品牌投入,给经销商提供空中支援;协调相关金融机构,为经销商伙伴提供融资支持;加强市场秩序管控,为优质客户保驾护航等。王浩认为以上几项"破局"工作的及时开展,有力地支撑了中粮酒业在过往的健康稳定发展,为中粮酒业推进厂商共建共享,在"变局"来临时、与经销商伙伴共同开创"新局"奠定了坚实基础。

王浩认为,酒行业面临的发展环境正在发生深刻复杂的变化,具体表现在四个方面:一是酒类消费量大幅萎缩使酒行业进入存量竞争时代。二是年轻一代消费的个性化将加剧酒行业的存量竞争。三是数字化进程大大加速缩短了酒企思考应对的时间。四是国际形势变化加大了中国酒企开拓海外市场的难度。

王浩指出,要应对行业"变局",当前的重点是要深化厂商合作,打造厂商命运共同体,共建共享,共同成长,共同开创行业发展"新局"。他还列举了中粮酒业将要采取的具体举措:一是开展多种形式的厂商战略合作;二是理念上方法上共同践行以消费者为中心;三是开展厂商团队共建,互相赋能;四是成立经销商营销顾问委员会,群策群力;五是构建厂商一体化的数字化运营体系;六是让客户成为中粮酒业产品、品牌和文化推广的主力军。

王琦理事长在论坛上发表了题为《把握中国市场特点和行业规律,以厂商共建助力中国酒业高质量发展》的讲话,他表示,中国的市场结构特点与商品分销体系,决定了经销商的生存发展有其客观必然性。中国酒业协会是以生产厂家为主组成的行业自律管理组织,但对于酒业的经销商也同样重视。他认为,经销商的存在和高质量可持续发展,是中国酒业实现高质量发展的必要条件。因为这是由我国的市场结构特点所决定的。

王琦认为,酒类产品的特点和专业化分工,决定了酒类经销商存在的价值和意义更大。对于酒行业来说,在互联网时代,经销商的作用也不会减弱,甚至还会增强。因为这是由酒这个产品的消费特点所决定的。在中国,85%以上的酒类产品,是在聚饮的情况下消费的,酒类品牌和产品的推广,更多要靠线下品鉴,要靠关键意见领袖、山东广播电视台、上海广播电视台、江西广播电视台、河南广播电视台等媒体的863名记者和工作人员到会进行采访报道,与企业进行深度交流。162家全国糖酒会合作媒体通过现场直播、企业专访、企业家沙龙、专题特刊等多种方式,为广大参展商、参会业界人士通过全国糖酒会宣传品牌形象提供了助力。

截止10月15日,国内各级各类媒体发布及转载本届糖酒会相关报道4689篇,其中来自23家省级电视台和170个融媒体视频号的视频新闻报道数量达到334条,创历届视频报道数量之最,体现了"视觉时代"新媒体蓬勃发展的态势。

由济南广播电视台协助采写的《全国糖酒会在济南开幕》在CCTV1《朝闻天下》播出,《全国糖酒会在济南开幕,美酒味醇隔着口罩都闻到了》在央广《中国之声》播出。

特别值得一提的是,在济南市委宣传部有力的组织下,济南市地方媒体对于本届糖酒会给予了高度的关注与重视,在会期,48家济南市媒体派出大量记者到会采访、报道,为展示本届会和参展厂商的魅力,做出了巨大的贡献。

安全保障有力 展会秩序平稳有序

本届会是疫情发生以来国内规模最大、最具行业影响力的食品酒类国家级展会,是"构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局"标志性展会,山东省委、省政府高度重视本届全国糖酒会的组织筹备工作,在济南市委市政府全力关心指导下,市商务局、市卫健委、市交警支队、市治安支队、市城管局、市场监督局、市会展集团、市公安集团以及魏酒区政府等相关部门和服务单位,围绕着本届糖酒会的城市综合治理、交通保障、卫生防疫、消防、治安执法等方面做了大量周密细致的工作,为本届糖酒会的成功举办创造了良好的政务环境,提供了令人满意的政务保障服务,以最大的努力确保本届糖酒会取得圆满成功。

会期三天,疫情防控、安全保卫、交通保障、展会展览秩序等总体稳定。8000余辆参展车辆、21万人次进馆参展井然有序。市卫健委和疾控部门组织的疫情防控、卫生巡查、医疗救助等专业人员周密防控,整个展期未发现体温异常者。市城管局安排1500余名执法人员、1.2万环卫工人在岗保障,确保了展馆和客商下榻酒店周边规范有序、会展中心垃圾及时清运。场馆内秩序维护工作和场馆周边秩序整治工作也开创了新的局面。

市公安机关会期出动警力6000余人次,做好远端管控区、周边封控区和核心区疫情防控、封控管理、秩序维护、巡逻防控、应急处突等工作,并协调消防部门安排18名消防力量、2部消防车在主会场守车待命,圆满完成安保、消防和交通保障任务。

济南公安集团开通的每日108车次摆渡车、162车次区间车和748班次的6条公交线路,有力地保障了参会客商出行。

济南市商务局牵头的综合协调工作保障了市直各部门、区县政府在彼此配合上的协同,确保了本届糖酒会的顺利举办,彰显了济南市在大型活动保障工作上的强大能力。

第103届全国糖酒会已经圆满落下帷幕。中国提出加快形成"以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局"标志性展会,山东省委、省政府高度重视本届全国糖酒会的组织筹备工作,在济南市委市政府全力关心指导下,市商务局、市卫健委、市交警支队、市治安支队、市城管局、市场监督局、市会展集团、市公安集团以及魏酒区政府等相关部门和服务单位,围绕着本届糖酒会的城市综合治理、交通保障、卫生防疫、消防、治安执法等方面做了大量周密细致的工作,为本届糖酒会的成功举办创造了良好的政务环境,提供了令人满意的政务保障服务,以最大的努力确保本届糖酒会取得圆满成功。

会期三天,疫情防控、安全保卫、交通保障、展会展览秩序等总体稳定。8000余辆参展车辆、21万人次进馆参展井然有序。市卫健委和疾控部门组织的疫情防控、卫生巡查、医疗救助等专业人员周密防控,整个展期未发现体温异常者。市城管局安排1500余名执法人员、1.2万环卫工人在岗保障,确保了展馆和客商下榻酒店周边规范有序、会展中心垃圾及时清运。场馆内秩序维护工作和场馆周边秩序整治工作也开创了新的局面。

市公安机关会期出动警力6000余人次,做好远端管控区、周边封控区和核心区疫情防控、封控管理、秩序维护、巡逻防控、应急处突等工作,并协调消防部门安排18名消防力量、2部消防车在主会场守车待命,圆满完成安保、消防和交通保障任务。

济南公安集团开通的每日108车次摆渡车、162车次区间车和748班次的6条公交线路,有力地保障了参会客商出行。

济南市商务局牵头的综合协调工作保障了市直各部门、区县政府在彼此配合上的协同,确保了本届糖酒会的顺利举办,彰显了济南市在大型活动保障工作上的强大能力。

第103届全国糖酒会已经圆满落下帷幕。中国提出加快形成"以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局"标志性展会,山东省委、省政府高度重视本届全国糖酒会的组织筹备工作,在济南市委市政府全力关心指导下,市商务局、市卫健委、市交警支队、市治安支队、市城管局、市场监督局、市会展集团、市公安集团以及魏酒区政府等相关部门和服务单位,围绕着本届糖酒会的城市综合治理、交通保障、卫生防疫、消防、治安执法等方面做了大量周密细致的工作,为本届糖酒会的成功举办创造了良好的政务环境,提供了令人满意的政务保障服务,以最大的努力确保本届糖酒会取