

# 成都糖酒会的进行时与将来时

古平 中糖集团糖酒会办公室主任

2月28日,全国糖酒会办公室主任古平做客新华网,展望2013年春季糖酒会。古平指出,去年这一年对中国的酒业来说是很波折的一年,从酒鬼酒的事件到年末部队的限酒令和“三公”消费的限制,对中国酒业来说确实有一些影响。包括国家发改委对茅台和五粮液的反垄断调查,到最后处罚,对整个快销行业的销售模式可能都会有一些影响。

所以今年的春交会可能是一个行业非常重要的一次聚会,通过这次聚会,大家会充分交流,对于下一步到底怎么发展,中国的酒业、中国的食品行业应该有哪些新的营销措施。

## 糖酒会 指导酒业发展方向

记者:今年春季糖酒会在成都举办,您觉得今年和往年有什么不同的特点?

古平:今年春交会确实有很多不一样的地方。去年这一年对中国的酒业来说是很波折的一年,从酒鬼酒的事件,到年末时,部队的限酒令和“三公”消费的限制,对中国酒业来说确实有一些影响。包括国家发改委对茅台和五粮液的反垄断调查,到最后处罚,对整个快销行业的销售模式可能都会有一些影响。

所以今年的春交会可能是一个行业非常重要的一次聚会,通过这次聚会,大家会充分交流,对于下一步到底怎么发展,中国的酒业,中国的食品行业应该有哪些新的营销措施,有些什么样的新的营销办法,我认为大家需要这样一个场合,需要这样一个机会,坐下来,大家见见面,一起聊一聊,聚一聚,探讨下一步我们的方向,这是一个非常好的机会。

记者:古主任,糖酒会是开放性的贸易会展平台,这种开放性体现在哪儿?

古平:糖酒会的开放性体现在各个方面,原来糖酒会的模式是一个纯粹的商业内部模式,在计划经济时代,商业是只管销售,生产单位管生产,就是商业内部平衡计划。糖酒会在上世纪80年代改革开放以后,我们做了很多调整,包括适应糖酒食品行业发展的生产趋势和变化,计划经济整体比例的份额在下降,直到最后完全放开这种模式。所以说整体上来讲,我们的平台逐渐开放,不光是面向商业,同时面向生产企业,面向不同所有制,不同企业性质的所有企业,这是一个大家都可以共同来参与的平台。

大企业可以进来,小企业也可以进来,个体户也可以进来。只要你对你所从事的行业怀有一种梦想,只要你是合法经营的,我们都欢迎你进入这个平台。有很多企业通过糖酒会这个平台由小变大,由弱到强。

刚开始时到会上来只要一个非常小的展位,慢慢变成非常巨大,成交额达到几亿、几十亿都有可能,这个开放性体现在参与者、参展商是开放的,我们的观众也是开放的。经销商到这儿,我们欢迎做酒的,做食品的,做食品机械的,做食品包装的,做包装设计的,还有中介服务单位,也会在这个平台上来,充分利用这个平台提供的条件,实现自己的梦想。包括就像《中国好声音》这种平台,也是帮助很多人实现梦想,我觉得糖酒会也是帮助很多从事糖酒食品行业的人在实现梦想。

## 食品安全与糖酒会

记者:食品的质量安全问题一直是国人高度关注的点,作为糖酒会的主办单位,也是食品和副食品龙头流通企业,您在食品安全方面的把控又有怎样的考量?

古平:这几年食品行业的安全形势让国人很担忧。其实从中央到地方,一直到行业主管部门都应该有一个正确的评价,这么多年来,经过国家各级政府部门的努力,以及各个企业的实际运作,应该说我们的食品行业整体形势是越来越好,而不是越来越差。相对于过去的标准来讲,原来没有标准,现在有了标准;原来标准不清楚的,现在标准清楚了,我觉得这就是进步。

我们的食品安全形势应该说越来越好,原来之所以会出现这些问题,好象大家感觉到原来没有问题,现在为什么出现这些问题,因为现在的信息渠道通畅了,原来你都不知道,现在有了网络,有了这个信息平台,老百姓一下子



就能知道这些事情,传播也很快。所以这些事情跟信息社会的发展是有关系的。所以我们的食品安全形势,从我们自身体会来讲也是越来越好。

从糖酒会的组织者来说,我们非常重视食品安全工作,主要从几方面来把控:首先对于我们的参展商资质的审查,每个参展商必须具备合法的企业资质,无论是国内的,还是国外的,我们都要求你有合法的资质,国内叫做工商营业执照,国外可能是叫开业的法律文书等等,不同的国家有不同的要求。

但是我们从我们来讲,这是对企业的一个要求。另外我们对产品也有要求。产品需要具备生产检验合格证书,在食品这块来讲还必须具备我们国家的食品安全标志叫QS认证标志,必须要有。同时要求企业提供企业的产品展品清单。这是从企业和产品两个线上把关。第三,对于国内的食品安全来讲,我们要求备齐第三方质检机构对我们产品半年之内的质检报告,这是备查的。如果有消费者或者和贸易伙伴之间有纠纷,可以提供出相关的资料备查。所以在食品安全这个平台,我们所能做的,在国内展会行业当中我们认为做的是最好的。

## 境外参展商的机会平台

记者:你提到境外参展商,糖酒会有近60年的举办经验,在国内外都有一定的影响,您对境外参展的展商有什么要求或者说什么优惠政策?

古平:境外参展展商,糖酒会从上世纪80年代末到90年代初的时候,我们国家改革开放已经进入到了比较高的水平的时候,国外有些企业进入中国大陆,包括雀巢、可口可乐、百事可乐、红牛等,都通过糖酒会这个平台进入中国市场,借助这个平台把他们的产品铺向全国各地,建立起一个完善的营销体系和全国市场推广体系。

他们在自己的市场体系成熟之后就退出糖酒会了,因为它的品牌已经搭建好了,不用再通过糖酒会这个平台搭建营销体系。所以糖酒会那个时候是帮助国外企业进来。现在西方社会整体来讲,欧洲也好,经济危机比较大,美国也是这个情况,整体上他们的社会消费量下降,或者说不如中国市场发展这么快,中国市场这个蛋糕太大了,对他们充满诱惑,所以他们还是非常愿意来到中国。

我们从葡萄酒这个领域就可以看出来,国外,尤其是法国、意大利、澳大利亚,无论是新葡萄酒企业还是老葡萄酒企业,都非常重视中国市场的开发。包括进口食品,增加了中国普通消费者更多的选择。

从这个角度来讲,我们愿意搭建这样一个平台,帮助这些企业进入中国,合理合法的进入。从提供服务的角度来讲,无论是对国内参展商还是国外参展商,我们都是视同仁的,没有差别,不是说因为你是国外我们就给你优惠,不一样,国内参展商,我们做好服务,对国外参展商,我们一样做好服务。糖酒会从去年开始已经做成了国际展,国际展经过商务部批准以后,我们对国外的渠道更畅通,包括海关入关以及商品检验检疫方面,能够获得国家层面上更多的支持。

记者:你说到糖酒会国际化的进

程,我们提供糖酒会,把境外一些优质的产品带到中国,让大众了解,那我们国内的产品如何带到国外,让大家接受,糖酒会在这方面有没有考虑?

古平:你说的这点是我们非常关心的事情,也是中国糖酒行业从业者非常关心的问题。我们的食品能不能走出去,我们在引进来的时候能不能走出去,大家一直在做这个梦,这也是中国的一个梦,我们有这么多华人走到世界各地,那我们的食品能不能也走出去呢?

大家都怀着这个梦在努力。从糖酒交易会平台来讲,就是一个交易平台,有国外的参展商过来,他也会了解中国的食品,比如在葡萄酒行业或者食品制造行业,甚至是食品机械制造行业,大家来了之后,在这个平台上是一种交流,互相之间是一种学习,取长补短,甚至在包装角度来讲,都会有互相交流的东西。

所以国外的一些企业进来之后,他也可以把中国的东西介绍到国外去,他认为你这个东西好他也会学习,我们认为国外哪些东西好他也会学习,都是互相之间借鉴。所以中国文化通过这种平台也在对外传输。

原来我们讲1915年美国博览会时,当时中国的茅台、张裕都去参展,包括茅台酒砸到地上,很香,引起了很多人的关注。那时候是中国的酒到国外参展,现在实际上是有好多中国这个知名企业到国际上,借助中国这个平台来参展,也是希望中国的老百姓了解他们的酒,他们了解我们酒的同时,他希望我们中国人了解他们的同时,他们到中国来,我们也用白酒、其他食品款待他们,他们对我们的文化也逐渐接受,文化之间也在不断的学习交流。我想将来如果有条件,我们这个糖酒会也可以办到境外去,使它成为真正的国际化展会,带着中国的企业、中国优秀的食品到国外去。

## 糖酒会的进行时与将来时

记者:这也让我想到国内自主品牌保护的,现在每年展会大概是个什么规模?参展商要进入的展有没有一个标准?

古平:糖酒会的参展企业,现在的标准,每年展览面积在11万到13万之间,春交会大概在13万平方米左右,秋交会大概在11万平方米左右,主要是场馆,我们国家有这么大的场馆面积是没有的,我们的城市不多。

在成都开,所有的展览场馆全部用完,也就是13万平方米,包括前面的广场都用了,没有那么大的地方,大家供不应求。比如有的企业一来说你给我一千平米,我根本满足不了他,我只能给他一百平方米。参展企业近三千家,经销商大概有15万人左右。对于企业参展的标准,我们只是限制,第一是合法企业,资质要有。第二是产品合法。第三是有相关的检验检疫。所以我们糖酒会大大小小的企业都有。

记者:其实糖酒会的规模,不管每届有多少改进和提升,都永远满足不了市场的需求。这么大规模的筹备,肯定有安保措施,那这方面有什么准备?

古平:糖酒会企业多,参加者很多,规模很大,所以包括安全、治安、消防以

及整体上的交易秩序都是我们非常忠实重视的,一个展会能否成功,安全是最重要的指标,所以我们非常重视这个指标。

这一点不光是我们组委会重视,当地政府也很重视,每一届我们和当地政府之间会有密切配合,关于糖酒会的安全工作会开若干次会议,做详细部署。无论是从展场的治安环境,消防安全环境,还是反扒安全,包括假冒伪劣怎么防治,知识产权侵权怎么避免,我们会在企业入场之前加强检查,加强备案制度,再加入场之后不断的巡查、不断的提示,还要和企业签安全承诺书,你哪些东西不能带进展场,哪些东西经过处理才能带进展场,企业要作出相关的承诺。

同时我们现场会有执法人员进行相关检查,会有相关政府部门设立点,还有消防车都会停在现场。公安人员会加强警力,工商人员也会到场,对游商会不断的进行清理,保证展场的秩序和安全工作。

## 糖酒会与成都机遇

记者:糖酒会这样一个大的交易平台,对城市也是一个很好的体现,在承办城市当中,主办方有什么选择?

古平:糖酒会在2011年有承办城市这个概念,在这之后就是举办城市这个概念,所谓承办就是把所有的经营活动都拿过去叫承办。我们现在有一个公司,中糖国际会展有限公司。城市支持是什么工作呢?行政力量的保障主要是。第二是后勤服务系统的保障,比如用电、水、气,以及交通的保障,整体社会环境的保障和服务的保障等,整个外围保障体系是由城市来保障。通过我们不断的摸索和探索,应该说总体运用模式越来越清晰,越来越心中无数。

记者:现在更加市场化了。

古平:对,更加市场化了,更加符合展览行业根本的运行规律,政府要从主办和承办的角色中退出来,从市场经济活动中的主体地位退出来,更多的是做保障服务的工作。

记者:这样市场化,每年举办时要考虑成交量吧,有压力吗?

古平:糖酒会成交量是反映糖酒行业这一段时间以来经济的景气指数,它只是我们展会的一个评价指标,它并不是唯一的指标。其实评价一个展会有很多指标,比如我的展览面积,我们的净展览面积,还有净展览面积占总展览面积的百分比,还有参展商,参展商结构以及经销商、经销商结构,以及观众的满意度,像这些更关键,比成交额更关键。成交额现在有些问题,糖酒会现在也在对外报成交额,但是这个成交额我们也在考虑,将来有没有可能要改变这种形式,将来能不能借鉴其他展会的一些特点,成交额尽可能淡化。

因为现在有很多企业,比如民营企业或者民营企业,他自己参加交易会,他来这个会上,我做了哪些生意,生意成交额是多少,是我的商业机密,他不愿意公开,所以有时候搜集这个信息搜集不上来,所以我们每年的成交额在报时确实有一些不一定完全准确的地方,它只是对行业的一种参考,所以我们建议大家更多的关注一届展会实实在在的东西,这也符合中央的精神,实事求是。

# 1987—2013 年 糖酒会举办 城市及成交额

| 时间     | 举办城市 | 成交额(亿元) |
|--------|------|---------|
| 1987 春 | 成 都  | 30.27   |
| 1987 秋 | 石家庄  | 34.62   |
| 1988 春 | 成 都  | 41.45   |
| 1988 秋 | 郑 州  | 54.46   |
| 1989 春 | 石家庄  | 44.90   |
| 1989 秋 | 成 都  | 21.99   |
| 1990 春 | 石家庄  | 32.83   |
| 1990 秋 | 郑 州  | 38.00   |
| 1991 春 | 石家庄  | 56.42   |
| 1991 秋 | 成 都  | 58.86   |
| 1992 春 | 成 都  | 69.30   |
| 1992 秋 | 郑 州  | 98.96   |
| 1993 春 | 成 都  | 78.26   |
| 1993 秋 | 石家庄  | 86.26   |
| 1994 春 | 成 都  | 108.12  |
| 1994 秋 | 郑 州  | 115.45  |
| 1995 春 | 成 都  | 95.00   |
| 1995 秋 | 长 沙  | 119.29  |
| 1996 春 | 成 都  | 111.13  |
| 1996 秋 | 石家庄  | 121.44  |
| 1997 春 | 成 都  | 121.63  |
| 1997 秋 | 郑 州  | 135.62  |
| 1998 春 | 成 都  | 108.75  |
| 1998 秋 | 长 沙  | 122.32  |
| 1999 春 | 成 都  | 119.00  |
| 1999 秋 | 大 连  | 114.39  |
| 2000 春 | 成 都  | 120.13  |
| 2000 秋 | 石家庄  | 112.49  |
| 2001 春 | 成 都  | 95.61   |
| 2001 秋 | 郑 州  | 113.00  |
| 2002 春 | 西 安  | 101.48  |
| 2002 秋 | 长 沙  | 131.60  |
| 2003 春 | 成 都  | 115.38  |
| 2003 秋 | 沈 阳  | 132.59  |
| 2004 春 | 成 都  | 108.16  |
| 2004 秋 | 长 春  | 120.59  |
| 2005 春 | 成 都  | 109.82  |
| 2005 秋 | 济 南  | 140.76  |
| 2006 春 | 成 都  | 113.41  |
| 2006 秋 | 西 安  | 140.00  |
| 2007 春 | 重 庆  | 147.26  |
| 2007 秋 | 哈尔滨  | 145.82  |
| 2008 春 | 成 都  | 170.58  |
| 2008 秋 | 长 沙  | 163.27  |
| 2009 春 | 成 都  | 173.09  |
| 2009 秋 | 郑 州  | 198.89  |
| 2010 春 | 成 都  | 189.34  |
| 2010 秋 | 济 南  | 201.43  |
| 2011 春 | 成 都  | 197.60  |
| 2011 秋 | 沈 阳  | 192.22  |
| 2012 春 | 成 都  | 210.63  |
| 2012 秋 | 福 州  | 199.59  |