

商务部召开第三届中国(贵州)国际酒类博览会新闻发布会

8月14日,商务部新闻办公室召开“第三届中国(贵州)国际酒类博览会”新闻发布会。中国食品土畜进出口商会副会长戎卫东主持发布会。发布会实录如下:

戎卫东:各位记者朋友,女士们、先生们,大家下午好!欢迎出席今天的新闻发布会,由商务部、贵州省人民政府共同主办的“第三届中国(贵州)国际酒类博览会”将于今年9月9日-9月12日在贵州贵阳举行。今天发布会主要是向大家通报第三届酒博会的有关情况。我们邀请到商务部流通发展司张蜀东副巡视员,市场运行司路政闽副司长,贵州省博览事务局局长、省商务厅副厅长陈泽明参加今天的发布会,并回答大家提问。我来自中国食品土畜进出口商会,我们商会也是第三届就酒博会的承办单位之一,在此我代表所有的主办、承办单位向今天出席本次新闻发布会的朋友们表示衷心的感谢。

首先我们请商务部流通业发展司张蜀东副巡视员介绍情况。

张蜀东:各位新闻界的朋友,大家下午好!贵州国际酒类博览会是由国务院批准的博览会。在党中央、国务院的亲切关怀下,在有关部委和各省市的鼎力支持下,2011年开展首届,2012年开展第二届中国国际酒类博览会,都举办得非常成功。打造了具有贵州风格、中国特色、世界水平的知名国际性酒类专业展会,成为酒业的国际交流合作的重要平台。

为充分发挥贵州酒类博览会在促进我国酒类流通行业发展,推动酒类行业对外开放中的重要作用,今年又经国务院同意在2013年9月,商务部和贵州省人民政府继续共同主办“第三届中国(贵州)国际酒类博览会”。这也是贯彻落实党中央、国务院决策部署的重大举措,是促进贵州经济急速转型,又好又快发展的有效措施。以贵州酒博会为代表的酒类博览会为深度挖掘我国酒文化,弘扬中华酒文化,扩大酒类行业的对外开放,拉动内需、扩大消费,加强国内外酒类企业的交通合作,推动酒类行业健康发展具有积极的经济意义和社会意义。

与此同时,贵州酒类博览会是贵州省与商务部的部省合作机制的一项重要内容。自首届举办酒类博览会以来,酒类博览会举办质量不断提高,已在国内外业界产生了良好影响。在前两届成功举办的基础上,商务部和贵州省将密切合作,共同努力把这次活动办出特色、办出品牌、办出成效。贵州省借第三届酒类博览会的契机与各有关方面通力合作,认真做好展会的组织工作。“以酒为媒、以会交友”,吸引更多的知名酒商和投资商到会,切实提高博览会的实际成效,使之成为投资的平台,交流的桥梁。同时要提高展品的质量,加强知识产权保护。将第三届贵州酒类博览会办成一届圆满、成功、精彩、一流的国际酒类专业展会。期待9月9日在展会现场再次与大家相聚。谢谢大家!

戎卫东:感谢张蜀东副巡视员。下面请贵州省博览事务局局长、省商务厅陈泽明副厅长介绍第三届酒类博览会筹备进展情况。

陈泽明:大家下午好!今天商务部和贵州省人民政府在此共同举办“第三届中国贵州国际酒类博览会新闻发布会”,我谨代表第三届酒博会执委会向长期以来关心支持贵州经济社会发展发展的新闻界各位朋友表示衷心的感谢。对大家热情地参与第三届酒博会表示热情的欢迎。商务部和贵州省人民政府已经共同举办了第一届、第二届中国(贵州)国际酒类博览会。第三届中国(贵州)



国际酒类博览会即将于9月9日拉开序幕,本届酒博会在筹备过程中得到了国家有关部门和各省市(区)的大力支持,在此请允许我借在首都北京召开新闻发布会的机会,向所有对贵州省给予无私支持的单位,特别是商务部致以诚挚的谢意。

大家知道贵州是中国白酒之乡之一。各民族团结和谐,酒文化丰富多彩。近年来在贵州省委省政府牢牢把握贵州发展的阶段性特征,从实际出发调整发展思路,转变发展方式,着力深化改革、扩大开放。重点实施工业强省和城镇化带动战略,大力构建白酒等特色优势产业体系。在加快经济发展的同时,高度重视贵州白酒等特色产业的优化升级。注重环境保护和生态建设,努力走出一条符合贵州实际和时代要求的后发赶超之路。

当前在国家大力支持和全省奋力努力下,贵州全面提速社会事业明显进步交通物流条件逐步改善,呈现出经济增长,调整加快,活力增强,民生改善的良好态势。为扩大对内对外开放,使贵州在更宽广、更高层次参与国际交流与竞争,在商务部的大力支持下,今年9月9日-12日,商务部与我省共同主办第三届酒博会。本届酒博会的主要活动有酒类展示、酒类贸易、投资洽谈、酒业发展峰会、煮酒论“见”、社会名流名酒品鉴、中外知名酒企宣传推介活动、葡萄酒系列文化活动等活动组成。集酒类商品展示、投资贸易洽谈,文化活动于一体,将集中展示中外各类名酒和名品。今年我省一如既往收集筛选了一大批投资贸易项目在酒博会期间向国内外客商推介,希望借助酒博会的平台促进一系列投资贸易合同的签订。

中国(贵州)国际酒类博览会,为我们搭建了展示贵州形象、扩大国际交流合作的平台,我们绝不辜负党中央、国务院、国家有关部门和兄弟省市的信任,举全省之力把第三届酒博会办得更加成功、更加圆满、更加精彩。

希望新闻界朋友一如既往地关注贵州发展,用你们独特的视角解读本届酒博会。与我们一道把中国(贵州)国际酒类博览会打造成为知名的国际性展会。谢谢!

戎卫东:感谢陈泽明副厅长。刚才两位领导已经就本届酒博会的重要意义、主要特点、主要内容向大家作了简明介绍,下面欢迎各位记者提问。

糖烟酒周刊记者:今年酒博会即将举办

第三届,我想请问陈泽明厅长,这届酒博会在客商以及展望展示方面怎么体现它的国际化?

陈泽明:中国(贵州)国际酒类博览会,从一开始根据国际展会的要求,特别注重国际酒商的邀请。第一届酒博会,我们筹备了三四个月时间,有277家外国客商参展。第二届酒博会有677家外国客商参展。第三届酒博会,截至目前统计的数字是857家境外客商,涉及38个国家和地区,绝大部分是亚洲地区以外的客商。境外展商使用的展位在800个展位左右,展示面积占总面积的四分之一。同时更加注重境外采购商的邀请。

中新社记者:商务部“十二五”期间将如何进一步改善和创新酒类流通体系?

路政闽:非常感谢新闻媒体的朋友们对商务部酒类流通管理工作的关心和支持。在这里,我简要介绍商务部在“十二五”期间创新酒类流通方面的一些思路 and 做法。长期以来,酒类流通体系一直处于不断的变革当中。今天在座的记者朋友多是80后、90后,可能对计划经济没有直接感受。在计划经济时期,我们国家对酒类流通是由“酒票”管理发展到有计划分区域经营;改革开放后,酒类经营市场化,民营流通企业崛起,建立了全国总代理、品牌营销等模式;近年来,酒类连锁经营、电子商务模式异军突起。应该说,酒类流通环节不断减少,规模不断扩大。总体上看,酒类流通的现状是“链条杂、环节多、成本高、效率低”。

近期,我们组织对全国酒类流通模式创新进行了调研。从调研结果来看,酒类流通创新主要有四类:第一类是技术创新类,比如一些品牌酒类企业运用无线射频识别等现代信息技术,在酒类追溯方面有很大进展,消费者能够更加放心、更加安全的购酒;第二类是电子商务类,比如说“酒仙网”、“也买酒”等酒类电子商务网站,有效降低了成本,减少了流通环节;第三类是文化营销类,比如贵州国际酒类博览会通过展会形式打文化牌,通过挖掘酒文化创新酒类流通方式;第四类是连锁经营类,目前一些企业在连锁经营上做得很好,实现扁平化管理,不仅局限于区域,也布局全国,有的甚至把渠道扩展到国外。

从商务部角度看,在“十二五”期间,酒类流通模式创新方向是“减少环节、优化链条”,着眼点是“降低成本、提高效率”,

鼓励酒类流通企业和生产厂商加强合作,达到厂商和谐共赢、消费者得安全实惠。下一步,我们将从以下方面着手:一是构建酒类流通行业诚信服务体系。针对目前酒品假冒伪劣现象屡禁不止、酒水价格虚高等现象,我们在《商务部关于“十二五”期间加强酒类流通管理的指导意见》中,明确提出酒类流通企业要“真品售酒、实价售酒”;二是培育新型酒类流通主体。鼓励酒类流通企业通过连锁经营、电子商务等现代流通方式做大做强,同时发展中小企业作为有效补充;三是提倡科学饮酒、健康饮酒的新消费理念。酒是特殊食品,有可能成为特殊嗜好品,甚至还是一种可致精神梦幻的品,所以世界各国都对酒类实行严格管控。酒文化是中国传统文化中很重要的一部分,希望全社会对酒品有正确的认识,积极倡导健康饮酒、科学饮酒的理念。

国际商报记者:请问陈副厅长。第一个问题是第三届酒博会的进展情况如何?第二个问题,酒博会在贵州召开,贵州也是白酒之乡,酒博会是如何体现贵州特色的?

陈泽明:作为展会来讲,它的核心问题是参展商。所以从第一届酒博会开始到现在的第三届,我们酒博会执委会都非常注重参展商的邀请。从展位面积来讲,展会面积8万平米,如果加上周边会议厅的面积是20万平米,在西部来讲这是比较大的展会。怎样把8万平米的参展面积都用足用好,我们一开始就非常注重,目前已经达到了目标。高兴地告诉大家,我们有3000个标准展位、8万平米的面积全部招满。国外800多家企业,国内近1000家企业。现在大概还有200家企业没有展位,所以我们的展位是供不应求。去年参加展会的人数在20万左右,前年也是20万左右,所以展会规模还是比较大。相信今年也会有更多的酒类同行参加,也会在20万左右。

逸香网记者:前面介绍到了招展的情况,参展商中葡萄酒的企业占比重是多少。刚才也听到了采购商报名情况,通过我们以往观察到的国外展商对采购商的数量和质量都有较高期待,如何解决?今年葡萄酒市场包括白酒市场都存在一定的危机意识,是否会对本届展会产生影响?

陈泽明:贵州是白酒故乡,酱香型白酒主要是出自贵州。酱香型白酒的故乡是以开放的姿态,欢迎全世界的酒来到贵州。目前

的统计结果,800多家外国客商中80%以上是来自于法国、意大利、西班牙老世界的葡萄酒国家,包括来自澳洲、新西兰等新世界的葡萄酒国家。第二个方面中国前10位的酒我们都有重点邀请,比如啤酒前十位、白酒前十位、红酒前十位的,青岛、百威、雪花啤酒等等,除此以外浓香型的都来参展,比如泸州老窖、五粮液都会来参展,所以我们的展会可以说琳琅满目。

新京报记者:请问路司长,我们看到各家酒类企业的上市公司的年报来看,今年上半年受三公消费影响这些企业业绩出现了明显下滑。请问对于国内销售数据是否有最新数据可以分享。商务部如何看待酒类销售下滑问题?下半年形势你如何判断?商务部是否有相应的应对措施?

路政闽:你提出的问题很好,我尝试回答。我这里拿了一份中国酒业协会的统计数据,可以和各位朋友分享。上半年,我国酿酒行业完成总产量3697.08万千升,产量同比增长6.32%,其中饮料酒产量3236.48万千升,同比增长6.01%,发酵酒精产量是460.64万千升,同比增长8.58%,酿酒行业完成销售收入4042.42亿元,同比增长9.51%,实现利润509.03亿元,同比增长2.23%,增长额和幅度与去年、前年相比有所减少。具体到白酒的情况,今年以来,白酒累计产量增速呈现逐月回升态势,但是与2012年相比仍然处于较低水平。

出现销售额增速有所减缓现象,我个人认为,主要和酒品价格理性回归相关。我个人认为,要让百姓喝上放心、安全、合适价位的酒,我们正在朝着这个方向努力。

香港亚洲电视记者:请问陈副厅长,如何通过第三届酒博会提升贵州酒产业的价值链延伸以及价值新引擎?

陈泽明:我们认为酒类博览会要做好核心问题是“展、论、谈”,展览、论坛、经贸洽谈,通过这三方面逐步把酒博会办成国际化、市场化、专业化、品牌化的展会。具体来说,既然要使之成为国际化展会,外国客商无论是参展商还是采购商我们都非常欢迎,第一届的277家到第二届的677家,到第三届的857家,所以逐渐实现国际化,这是国际化的一个方面。第二,通过酒博会的平台要让中国酒走向国门,走到其他国家。在这个方面我们前期已经做了一些工作,在展会前期我们通过招商需要曾经组织了贵州几十家企业到国外去。当走到德国杜塞尔多夫展会的时候,外国人真正感受到,没有想到中国的白酒这么好喝。俄罗斯展会上,问我们的酒多少钱一瓶,他们把钱一丢立刻拿走了,说酒的质量太好了。通过博览会,中国的白酒可以走向世界,可以走出去,同时又把好的红酒引进来。酒博会的长效机制要建立起来,一个最大的核心问题是要形成良性循环机制,任何一个参展商、任何一个采购商都可以在酒博会的平台上获得自己的比较利益。第三,怎么实现专业化。整个产业链上的所有参展商我们都欢迎,不仅展示酒商品,还展示酒设备、酒包装。从平台建设上,我们有信心把中国(贵州)国际酒类博览会,国务院授予的唯一酒类交易平台做好。在品牌化方面,我们不断迈出坚实的步伐,比如酒的溯源、酒的打假我们加大了力度。第一届酒博会王岐山副总理亲自参加,他当时做出了要加大知识产权保护力度的指示。这一年我们一直在努力工作。

戎卫东:谢谢各位记者朋友,今天的发布会到此结束!

(据商务部官网,有删节)

中国白酒金三角

国家固态酿造工程技术研究中心验收会在泸州老窖顺利举行



■ 本报记者 李国政 李晓虎

8月10日,国家固态酿造工程技术研究中心现场验收评估会顺利举行。国家科技部计划司司长王晓方、四川省科技厅厅长彭宇行、泸州市委副书记、市长刘强,以及泸州老窖集团总裁张良、总工程师沈才洪等相关领导参加了评估会议。

评估会现场,泸州市委副书记、市长刘强首先向与会的各级领导,以及验收专家组成员介绍了泸州酒业的发展现状,并强调,国家固态酿造工程技术研究中心的建立将会为泸州酒业的技术创新、成果转换以及推动产学研联动起到重要的推动作用。

随后,国家科技部计划司司长王晓方在会上作了发言。他表示,作为国家固态酿造工程技术研究中心的主要依托单位,泸州老窖对行业技术的发展、文化的传承、以及经营模式的创新等各方面都起到了推动作用。王晓方还表示,希望国家固态酿造工程技术研究中心能够在今后对白酒行业的健康发展,起到引领的作用。

据了解,国家固态酿造工程技术研究中心于2009年12月由国家科技部批准,依托泸州老窖组建,是固态酿造行业唯一的专门从事工程技术研究开发的国家级工程技术研究实体。



第十七届波尔多国际葡萄酒及烈酒展览会 Vinexpo”在法国、意大利举办,四川省酒业代表团带领五粮液、泸州老窖、剑南春、郎酒、水井坊、沱牌、高洲、丰谷、叙府等著名白酒企业参加“中国白酒金三角-川酒飘香欧洲”推广宣传和经贸活动。

进入中国白酒金三角展厅,极具中国建筑风格的红色展台靓丽醒目,黄色的灯笼高高挂起,映衬出中国白酒独有的气质。以四川省经信委主任王海林为团长,由宜宾、遂宁、德阳市经信委相关领导和五粮液、泸州老窖、剑南春、水井坊、沱牌舍得、丰谷、高洲等知名白酒企业相关负责人组成的四川代表团,带着不同风味的美食参展,瓶盖一开浓郁的酒香在展会上空飘荡,熏醉了各国宾朋。

参与这样的国际性展会,高洲酒业主要目的是学习,同时寻找好的合作伙伴,共同开发品牌。同时,想通过这种形式让企业了解国际市场,也想展示一下高洲酒业。在完成扩能技改后,每年10万吨产能的规模要求我们必须深入了解国际市场,必须不断完善品牌建设,满足国际市场的要求,为将来走向国门打好基础。高洲酒业副董事长田礼刚说。

高洲酒业作为纯蒸馏的白酒,固态发酵自然,生香自然,形成过程完全是生态的,这是欧洲人喜欢的绿色产品,应该有更广阔的市场。我们也有信心把目标放得更远一点,在品牌发展更完善更具价值的时候,我们将从全国市场走向国际市场。田礼刚表示。

(叙府酒业网)