

# 大数据看糖酒会： 116家“川字号”企业参展 调味品超40家

3月23日，第96届全国糖酒商品交易会(以下简称“春糖”)在成都世纪城新国际会展中心揭幕。

根据本届春糖组委会提供的参展商名录统计,曾经的参展量“一哥”白酒如今已掉到了第三,目前跃居榜首的是葡萄酒,其次是食品饮料。而有着“川酒甲天下”美誉的“东道主”四川,参展量最多的也并非公众印象中的川酒,而是调味品!

糖酒会素有行业“风向标”和“晴雨表”之称,这些变化又透露出哪些信号呢?

## 三大门类食品排位互换

### 葡萄酒稳居第一

本届春糖共设9个馆和1个室外馆,约有近3000名客商参展,分设酒类展区、葡萄酒及国际烈酒展区、食品饮料展区、调味品展区、食品机械和食品包装展区。

记者查阅参展名录发现,在所有食品门类中,本届糖酒会参展数量最多的是葡萄酒及国际烈酒,而非传统意义上的白酒。葡萄酒及国际烈酒共有超过300家企业参展,来自全球几十个国家和地区的多种葡萄酒将亮相本届糖酒会,法国、西班牙、意大利等19个展团还将以国家或地区展团的形式整体参展。

除葡萄酒及国际烈酒外,有近300家食品饮料参展企业,这一数字高于白酒企业。而这些食品饮料参展商主要来自广东、上海等沿海经济发达地区及山东、河南等食品工业大省,“川字号”的食品饮料企业参展较少。



●3月21日,商家正在成都锦江宾馆推销产品。郝飞 摄

白酒企业参展量不足240家,已跌至第三位。本届糖酒会举办期间以及会前,主办方将集中呈现近20场论坛活动,记者统计后发现,这近20场活动中,聚焦白酒的仅有两场,其余的主要集中在葡萄酒、调味品、快销品等领域。

## 116家“川字号”企业参展 调味品超40家

记者统计发现,在参展的白酒企业中,参展量最多的并非来自白酒产业高度集中的四川、贵州、江苏、山东等地,而是来自北京。在239家白酒参展企业中,来自北京的白酒企业达到了28家,占比超过10%,北京

牛栏山、二锅头、顺鑫等知名企业及中栏山、京醇等较为陌生的白酒企业悉数参展。而作为白酒产销量均占全国三分之一的川酒却仅有24家参展。

本届糖酒会共计有116家“川字号”企业参展,在参展的24家川酒企业中,五粮液、泸州老窖旗下公司及沱牌舍得、剑南春等在列,其余大多为新生代川酒品牌,如仙潭、桂康等。此外,峨眉雪芽酒业公司首次参展,开启了川茶跨界做川酒的案例。而在葡萄酒中,四川本土生产企业仅有神沟九寨红葡萄酒参展,传统川酒二线品牌很多都“缺席”。

“川字号”参展企业中,四川调味品稳稳当当坐上了参展量第一的“交椅”。在8号馆

的调味品展区,每4个展位中就有一个来自四川,有超过40家四川调味品企业参展,创造了历史新高。红灯笼、麻辣空间、吉香居、雅妹子、李记酱菜、郫县豆瓣等众多四川调味品品牌悉数亮相。

“糖酒会是新企业、新产品的孵化器,相比大企业大品牌,糖酒会对小企业的作用更大,能够让小企业迅速建立起全国范围的营销体系。”全国糖酒会办公室主任古平分析认为,每年糖酒会展位都供不应求,在参展需求难以有效满足的情况下,如何在各细分行业中寻找平衡,如何在海外展商和国内展商的占比上保持合理的比例,也成为糖酒会运营团队的一道难题。(周伟)



## 2017春交会， 烘焙产品依然是主流

参会厂商超过10万人规模的全国春季糖酒会,在成都如期拉开帷幕,即使小雨淅淅,但丝毫掩盖不住糖酒会的火热气氛。

### 牛轧饼成为创新品类

从休闲食品集中的几大热点展馆来看,烘焙产品依然是主流。

当然,蒸蛋糕、蒸三明治、口袋面包已经过时了,随之而来的,将是更多花样的面包和蛋糕,在产品创新上下功夫。

在本届春交会上,牛轧饼无疑是值得关注的一个品类,据记者观察,2016年芭米软奶牛轧饼从网络到线下火遍大江南北,小清新、高颜值、微甜而不腻的牛轧饼一下子俘获了无数吃货的心。同时,芭米牛轧饼自去年上市也引起了行业关注,目前已有十几家企业纷纷加入牛轧饼大业,通过跟进模仿从中分得一杯羹,面对跟进者,芭米负责人表示,将开启全新模式应对竞争与挑战,加强消费者品牌认知。

当短保烘焙火遍市场的时候,大家都争相做蒸蛋糕、北海道面包,想要在短保烘焙上掘得一桶金时,芭米跳出同质化的桎梏,安安心心做产品创新,将牛轧糖和饼干糕点进行巧妙的结合,创新产品品类,一举引发业内关注。据芭米食品总经理刘凤亮介绍,本次糖酒会推出了升级版带果粒的夹心牛轧饼,产品全系列加入海藻糖,虽然增加了成本但海藻糖微甜而不易发胖的健康特质,是喜欢零食而担心发胖女孩子的福音。

### 小清新、高颜值的包装受宠

值得一提的是芭米独特的产品包装,清新简洁的透明包装是色彩斑斓的陈列中的一股清流,完全迎合追求极简、森系风格的年轻消费群体的喜好。刘凤亮表示,“进入2000年以后物质极大丰富,休闲食品可让大家打发时间增加吃的乐趣,也可以作为正餐的一种补充。在这样的趋势下,芭米食品在包装方面,开发很多独立小包装,透明PET利乐砖包装(获得包装发明专利),便捷、卫生、美观更受消费者喜爱。”

提及未来规划,刘凤亮表示:“虽然芭米牛轧饼品类的产品取得了傲人的成绩,但我们并不会依靠一款产品走天下,而致力于生产创新,丰富产品品类,为牛轧糖以及牛轧饼等品类,加入其他的新鲜元素,比如榴莲、坚果等消费者喜欢的产品,进行跨界混搭,创造出更多让消费者耳目一新的产品,而且我们在短期内会专注于牛轧糖+,形成一个牛轧糕点系列,形成一个大的品类,专注做牛轧,形成一个自己的特色,专业化,不盲目的扩展,立足国内布局全球,我们的目标三五年内把牛轧糕点做成过10亿大单品。”

据企业负责人介绍,将音乐、舞蹈、艺术融入美食文化是芭米品牌建设的重要一环,通过传播时尚与审美文化获得年轻一代消费者和粉丝认可,芭米的创新气质与品位试图与跟进者拉开距离。同时,记者也在现场看到,芭米展厅在锦苑宾馆一楼院内展区以酒吧街区概念设立舞台用于传播芭米品牌文化,火辣的现场引发不少经销商驻足。牛轧饼未来的市场之争,值得关注。(匡小)

## 为宜宾成为中国白酒金三角龙头地区增添新的活力 年产15000吨浓香型白酒续投项目落户南溪

■ 曾淑楠 申群勇 本报记者 何沙洲

近日,由四川泽华商贸有限公司投资建设的年产15000吨浓香型白酒续投项目已签订正式投资协议,将落户四川宜宾市南溪九龙工业园区。该项目总投资约9.8亿元,用地约600亩,建设年产15000吨浓香型白酒生产项目,建成投产后,预计实现年产值10亿元,年创利税约2亿元,解决就业约200人。

据了解,四川泽华商贸有限公司已与南溪区人民政府签订了三期投资协议,此次为该公司的第四期续投项目。项目全部建成投产后,公司将实现总年产值约13亿元,总年创利税约2.6亿元,为南溪区白酒产业的蓬勃发展起到引领和推动作用,为宜宾成为中国白酒金三角龙头地区增添新的活力。

# 征战糖酒会 成都泡菜拳头和创新产品受追捧



当新近评出的成都泡菜拳头产品和创新产品,与来自全国各地、如饥似渴的经销商们,相聚于春意盎然的天府之国,邂逅在精彩纷呈的2017春季糖酒会上,那是怎样一幅画面呢?

成都市泡菜协会会长、盈宇食品董事长黄道刚信心满满地表示,糖酒会期间,成都泡菜拳头产品和创新产品应该是各显神通、业绩不俗——在已经开展的各大展馆展区,这些刚刚获得荣誉的产品,不出所料地受到了经销商们的追捧,并各有斩获。下面,我们来看看各个产品不俗表现。

## 广乐牌红油豇豆和萝卜干：开展就获订单

在西都汇酒店一楼2A号展厅,广乐参展负责人正在向经销商们介绍:“彭州广乐食品公司是生产销售中国优质的调味品和川式泡菜的现代化企业,采用国际先进生产工艺与四川传统工艺相结合,所产各类调味品、泡菜、酱腌菜,口感醇厚、美味悠长,在国内市场上很受欢迎。近日,广乐牌红油豇豆和广乐牌萝卜干荣获2017成都泡菜拳头产品称号!”

经销商们品尝后,对这两款产品表示非常感兴趣。“这两款产品,是成都泡菜精品的代表作!”来自云南昆明的销售经理俞志明这样评价。广东佛山销售公司李彩云经理认为:“广乐以新鲜豇豆和萝卜为原料,用传统与现代工艺结合,味道鲜香、脆嫩、微辣,可以用于烹饪调味(比如炒肉),也可以佐食米饭、面条等,方便快捷,在广州市场上很受欢迎,这两款产品获奖后,我对提升销量更加有信心!”

广乐参展负责人透露,糖酒会刚开始,他们的产品已经有1600件的订单,预定的还有600件。糖酒会期间,广乐还将推出辣椒酱买一送一促销活动,反馈给喜爱和支持成都泡菜企业的好吃嘴们。

## 盈棚微火锅：时尚美食跨界打劫餐饮行业

在本次糖酒会上,盈宇食品获奖的拳头

产品和创新产品成为大家竞相追逐的明星产品,开展第一天,就收获多份大单。更吸引眼球的是盈棚微火锅(自热火锅、懒人火锅、方便火锅)一亮相就因其方便、时尚、美味,很受销售旅游食品,特别是自驾游食品的经销商欢迎。对于盈棚微火锅这种泡菜企业跨界打劫餐饮行业的行为,四川火锅协会执行会长严龙表示,创新是食品行业和餐饮行业最大的商机,跨界打劫是互联网+时代的常态。最近几年,成都泡菜行业在下饭菜和初级调味产品的基础上推出更加高级的、用于烹饪更多美食品种的复合调味产品,走出一条不断创新之路,年产值从几十亿上升到近两百亿,值得学习和借鉴。

另据了解,盈宇食品带来了上百款产品参展,其创新产品更是全国首发。获奖拳头产品盈棚牌泡菜、小米辣和青椒酸菜鱼佐料畅销全国已十年以上,还出口至欧美、澳洲、东南亚等国家和地区,已沉淀为同类产品中的经典。荣获“2017成都泡菜创新产品”称号的盈棚泡什锦、泡豇豆和泡仔姜属于盈棚牌即食泡菜系列,是盈宇食品旗下民福记食品公司与四川大学农产品加工院历时两年时间,精心研制的即食型泡菜产品,研发小组为还原地道四川泡菜的制作工艺与口感,足迹遍布全川,采集了上千个样本进行分析。

## 金宫酸菜鱼和酸萝卜老鸭汤调料：销售势头火红

金宫味酸菜鱼调料与酸萝卜老鸭汤调料这两款产品是金宫味业泡菜系列产品的先锋产品,深耕调味行业多年,深受消费者青睐。今年糖酒会一开始,现场试吃后均赞不绝口,经销商踊跃订货,这两款产品火红的销售势头迎面而来。

龚永泽董事长表示,金宫味业从2016年开始,在生产、销售、管理多方面进行全面提升,生产线更先进科学,销售渠道更完善,销售网络更丰富,2017年将实现酸菜鱼两种口味各1万件、酸萝卜老鸭汤1万件的销售目标。

## 友联味业：已经订出去十多万件产品

友联味业的展馆展位设在都江堰玉垒山庄一楼,来自全国各地的经销商们,在品尝友联牌大重庆火锅底料(珍品)和川骄牌麻辣辣道鱼火锅调料、郫县豆瓣后,对这三款荣获2017成都泡菜拳头产品称号的产品非常感兴趣,“友联大重庆有24年历史的品质保证,是时间造就卓越的品质。”来自北京的销售经理胡平元说。河北邯郸的经销商蒋军则表示:“川骄郫县豆瓣历经晒露泡等十五道原始工艺,醋香浓郁、辣而不燥、回味悠长,选材、用料都堪称正宗郫县豆瓣的工艺典范。”来自湖北宜昌的秦挺勇很激动:“川骄麻辣辣道系列‘先烫鱼,再烫菜’,不仅完美保留了鱼的营养价值,又通过菜的酥脆爽口衬托了鱼的味美多汁,一袋料双重享受,我对提升这款获奖产品的销量很有信心!”

据透露,截止到3月20日上午,友联味业的产品已经有十万余件价值两千余万元的订单,预定的还有两万余件:他们在糖酒会期间推出的针对网络年轻用户的的新品“大酱君”系列产品,经销商反馈也不错。

## 陈大妈三餐伴侣和凉菜伴侣：预计订单上千万

“从3月18日到20日,我们的产品累计已经产生1000万订单,并预计在糖酒会还能产生2000万订单。”四川国旺食品有限公司总经理陈玖环透露。

国旺食品首创的陈大妈牌“酥脆的辣椒酱”系列中的三餐伴侣、凉菜伴侣,荣获2017成都泡菜创新产品称号,体验过的经销商与消费者都称赞不已,黑龙江大庆利源调味品中心总经理马春利评价:“陈大妈产品充满了正宗四川的味道!一颗香脆椒可以解馋、一颗

相思豆是故乡的情怀;而一碟三餐伴侣辣椒酱更是难忘的四川的味道:口感香醇,香脆可口,尝之唇齿留香;产品形式新颖独特,让人眼前一亮;别致的口感和包装,既大饱口福,也大饱眼福。”

另据了解,国旺产品“陈大妈香脆椒”已成功入选非物质文化遗产名录,是餐厅特色菜品的重要组成,家庭中的下饭菜,川人外出必带的随身品。

## 丹丹、饭扫光、吉食道、菜兴园：不参展也有销量

据成都市泡菜协会统计,饭扫光今年没有参加糖酒会,准确地讲,已经几年没有参加糖酒会,也没有召开经销商大会;丹丹郫县豆瓣集团、吉食道和菜兴园也都只开了经销商大会但没有参展。

“这是因为饭扫光的销售渠道已经非常成熟”,饭扫光市场总监徐志中不无自豪:“饭扫光产品的销售渠道已经覆盖全国各大中小城市,而且远销欧美、澳洲和日韩以及部分中东国家等39个国家和地区。今年荣获2017成都泡菜拳头产品的野香菌、野竹笋、爆炒金针菇,经互联网大数据分析,口味满意度遥遥领先于其他同类产品,保守预计,今年这三个产品年销售将超过一个亿。”

据了解,饭扫光有其成功秘诀:将成都泡菜作为原辅料的半成品经过炒制,口味更浓郁、口感更丰富、味道更深入。今年,饭扫光将升级为低盐、低钠,少添加或零添加食用添加剂的产品,包装也不再拘泥于传统的圆形玻璃瓶装,加入更年轻化、更时尚化的元素。

菜兴园食品总经理黄兴贵表示,来自昆明的经销商看好菜兴园风干大头菜,准备打进超市。(据中国食品网)



## “调啤 2.0”：打造绅士社交场所

一年一度的2017全国春季糖酒会于3月23日盛大启幕,北京高品生活携旗下“调啤2.0”版本惊艳亮相盛会。

在2016年以调啤进口啤酒体验馆为主题,向大家展示“坐商”、“走商”、“跑商”三商一体的进口精酿啤酒的文化及销售方式基础上,2017年,“调啤2.0”版本将开启以八大智能和三大情景及三商一体的商业模式融会贯通的新商业智能时代,打造一个环境围绕着啤酒的酿造工艺呈现出整体开放复古的绅士型高端社交场所。

图为工作人员向客商介绍产品。陶伟 摄影报道