

和谐共生 奔向美好

2023 中国(南京)国际糖酒食品交易会举办

日前,以“和谐共生,奔向美好”为主题的2023 中国(南京)国际糖酒食品交易会在南京国际展览中心盛大开幕,全国酒食行业精英齐聚金陵古都,共同见证了 2023 南京糖酒会盛况。

据 2023 南京糖酒会组委会介绍,本届展会展出面积达 5.5 万平米,来自全国的 1800 余家酒类、食品、饮料、配套类展商参展,并举办了多场次行业论坛、颁奖典礼、推介会等活动。在规模、人气、实效上均得到了行业认可。

据了解,本届展会由中国酒业协会、中国酒类流通协会、江苏省工信厅、江苏省商务厅、江苏省工商业联合会指导,江苏省财贸轻纺工会、南京市商务局支持,江苏省酒类行业协会、江苏省工商联酒类行业商会、法国高美艾博展览集团、中贸科技集团、中法合资高博中贸国际会展集团联合主办,高博中贸国际会展(南京)有限公司承办。

作为本届展会一大亮点,以洋河、今世缘、双沟、汤沟、乾隆江南、御珍、分金亭、梅兰春、桃林、张家港酿酒(沙洲优黄)、江苏苏糖糖酒食品等为代表的苏酒生产流通企业在展会现场隆重亮相,展位前人头攒动、咨询洽谈不断。

此外,来自国内其他地区的众多知名酒类、食品、饮料、包装加工机械及配套企业也在展会现场进行了精彩展示。

在展会活动方面,名酒的力量——“十四五”中国酒业高质量发展论坛·江苏大会作为本届展会的主题论坛,大咖云集,在业内引发强烈关注。这也是“十四五”期间,南京糖酒会主论坛持续聚焦中国酒业高质量发展这一行业热点的再度延续。

据中国酒业协会发布的《2023 中国白酒市场中期研究报告》显示,2023 年白酒行业和白酒市场已经进入新一轮调整周期,白酒产业已经由增量发展时代进入存量竞争时代,将呈现理性增长趋势。

而在行业调整周期下,名酒企业“压舱石”的作用将再度凸显。

中国酒类流通协会常务副会长刘员,中国酒业协会副秘书长刘振国,中国酒类流通协会秘书长秦书尧,洋河股份总裁助理、产品总监张学谦,江苏今世缘酒业股份有限公司党委副书记、监事会主席兼高沟销售公司总经理倪从春,江苏汤沟两相和酒业有限公司党委书记、董事长朱耀汇,北京君度卓越咨询有限公司董事长林枫等领导嘉宾,围绕当前行业调整新形势,聚焦酒业高质量发展中名酒的引领带动作用,站在全国酒业高度,从苏酒产区建设、文化建设、品牌创新、数字化转型、智能化升级、人才培养等多角度建言献策,共同探讨行业新周期下苏酒高质量发展大计。

(新文)

结婚启事

马亮先生与高毓敏女士于2023年9月9日正式结为夫妻。愿修百年之好,共赴白头之约。特此登报。敬告亲友,亦作留念。

政府补贴 30% 助推豫酒振兴

■ 陈振翔

河南是酒类生产大省,也是消费大省,每年 600 多亿的消费量让河南成为最卷的省份之一,豫酒品牌在如何稳住大本营市场的同时实现增量,政策性支持将是最好的助力。

8 月 7 日,河南省人民政府办公厅发布了《关于印发持续扩大消费若干政策措施》(以下简称《措施》)的通知,记者获悉,《措施》分十大类,涉及汽车、房地产、智能电子产品、家用电器、餐饮、文化旅游、住宿和体育健身等,其中第十项与酒类消费息息相关。

《措施》第十项规定:鼓励豫酒企业开展“扫码赢红包”“购酒送加油卡”等促销活动,推动豫酒消费,鼓励各地对豫酒生产企业按照 2023 年度新增销售额的 2.5%给予奖励,省财政按照各地实际财政补贴支出的 30%给予补贴。

业界认为,在白酒消费降速、库存压力骤增、白酒品牌内卷近乎白热化的当下,该《措施》的发布对河南白酒企业和经销商来说是最大的利好,对豫酒品牌长期健康发展意义重大。

政策支持 豫酒将实现“弯道超车”

白酒品牌拼杀的不只是价格,更多的是品质、品牌强势下的文化自信,对于豫酒品牌来说,随便提起一个河南白酒品牌,文化背书都是满满的,除了洛阳杜康控股的酒祖杜康和宝丰酒业的仪狄,9000 年的贾湖文明,7000 年的仰韶文化和众多三千年或两千年的文化,都足以证明河南酒文化的底蕴深厚。

从 2017 年,豫酒振兴上升到省级层面后,全省上下各级政府、职能部门和行业商协会等关注豫酒发展的组织,将豫酒振兴作为一项重要的工作来抓,专门成立工作专班。经过多年努力,豫酒在品质和品牌打造上有了质的提升,市场占有率也在逐年增长。河南省酒业协会公布的《2022 年河南酒类流通市场报告》显示,2022 年,河南本土品牌流通数据销售额为 117.83 亿元,包括仰韶酒业在内的省内 15 家主要品牌销售额为 94.26 亿元,同比增长 12.58%。

豫酒的龙头效应更加凸显。数据显示,截至 2021 年年底,河南省重点酒企销售收入与 2017 年相比增长 239.2%,入库税金同比增长 233.21%。其中,仰韶酒业主销售收入从 2017 年的 8.85 亿元到 2021 年突破 35 亿元,增幅 295.48%;入库税金从 2017 年的 0.77 亿元到 2021 年突破 5 亿元,增幅 549.35%。增速背后,是仰韶在品牌力、影响力、竞争力等方面实现新的提升,为豫酒竖起一面新的“旗帜”。

宝丰作为中国名酒,河南唯一的清香型白酒,近年的发展可圈可点,2021 年,宝丰酒业在完成河南省 108 个县全区域覆盖后,截至 2022 年 8 月底,实现了河北、山东、江苏、安徽、湖北、湖南、广东、江西、福建、四川、内蒙古、新疆 12 个省外重点市场的点状布局突破。仅去年上半年,省外市场布局拓展到 12 个省,整体销售收入同比增长 80%以上,省内销售收入同比增长超 50%。2022 年取得了省内市场年度营收增长 32%,省外市场规模增速迅猛,年度总营收增长 50%,实现连续 5 年复合增长率超 50%的高增长。

与此同时,2022 年,洛阳杜康控股、蔡洪坊、贾湖分别实现 50%以上的增长。逐步形成了以仰韶、杜康、宝丰、宋河、赊店、五谷春、皇沟御酒为第一梯队,蔡洪坊酒业、寿酒集团、贾湖酒业、豫坡酒业、鸡公山酒业、朗陵罐酒、张弓老酒为第二梯队的发展格局。

立秋过后,随着天气转凉,白酒即将迎来



消费旺季。记者在郑州黄河路、金水路、农业路、东风路、京广路、大学路等主要路段市场走访时发现,白酒消费群体与 7 月相比有所提升。

7 月份,啤酒销量占酒类销量的 85%以上,白酒销量占比 10%左右。进入 8 月,白酒消费逐渐抬头,胡先生烧烤店店内店外共 20 多张桌子,这几天的白酒消费从原来的每晚 4 桌左右上升到 8 月 7 日晚的七八桌,消费者所喝的河南白酒主要集中在仰韶、宝丰、杜康等品牌。

郑州白酒经销商赵军表示,政府只要有补贴,企业就有动力,在政策的加持下,豫酒的促销活动会越来越多,通过促销活动的刺激和消费引导,豫酒在白酒消费内卷比较严重的市场可能会实现意想不到的效果,逆势增长和弯道超车的概率还是很大的。

抢占先机 豫酒大促销“动力十足”

在河南,河南白酒品牌占尽了天时、地利与人和,在家门口搞活动,与消费者的互动效果也是最好的。

近日,仰韶酒业开创“一酒三扫”的先河,只要扫一扫瓶体上设置的二维码,还能从中赢得现金红包、免费代驾、4A 景区门票等超值

奖励。仰韶酒业的“一酒三扫”,就是在仰韶彩陶坊系列产品上设置了 3 个二维码,每扫其中一个二维码,都能获得一份意外惊喜。其一,开瓶扫码可得惊喜的现金红包,数额从 2 元到 2000 多元不等;其二,扫瓶身的二维码,可以赢得 20 公里内免费代驾,解决了开车喝酒者的后顾之忧;其三,扫瓶体挂牌上的二维码,可以赢得 4A 级景区仰韶仙门山畅玩卡,畅享无限秀丽的自然风光和休闲惬意的田园生活。

在扫码活动中,仰韶酒业运作得风生水起。据悉,仰韶酒业集团推出扫码赢免费代驾活动已有 10 多年,至今受益者近千万人次。如今,“喝彩陶坊酒,赢免费代驾”已经获得许多酒友的认可。南阳酒商宋先生经营仰韶产品,他表示,仰韶扫码促销活动对产品销售起到了显著效果,在白酒消费降速的当下,仰韶实现逆势增长,消费者在认可其品质的同时,也实现了互动。

近日,仰韶酒业上线第一弹仰韶酒表情包后,先后在濮阳南乐举办仰韶文化推介会,在河南省三门峡市区、渑池县以及洛阳市伊川县龙凤山古镇举办了“仰韶小陶千人鉴赏会”。另据仰韶酒业官方平台透露,8 月 16 日将在三门峡市举办“仰韶彩陶坊之夜”群星演唱会,张信哲等实力唱将激情开唱。届时,仰韶酒业特推出购酒送门票的政策。

与此同时,宝丰、杜康、宋河、赊店、皇沟御酒、蔡洪坊酒业、寿酒集团、贾湖酒业、豫坡酒业、鸡公山酒业、朗陵罐酒等豫酒品牌都先后推出了促销政策,扫红包、买赠、送代驾、送礼品、送礼品券或送电风扇、电影票等活动成为豫酒互动的筹码。

河南蔡洪坊酒业有限公司总经理王永华表示,《措施》的实施对酒企业来说是一大利好,相当于对酒厂进行补贴,让企业更有信心和决心将更大的费用投入到消费端来,进一步做好消费者的培育工作,在产品促销的互动等方面加大投入力度。与此同时,也为守好大本营市场和开拓省外市场注入了活力和动力。

在新营销咨询培训专家贾福春看来,政府鼓励居民消费是对消费市场的刺激,政府承担 30%的白酒专门“补贴”,让酒企搞促销让利等活动,对豫酒是一种有益的尝试,将全力助推豫酒振兴。

中国有机葡萄酒消费指数排名第一

■ 徐菲远

浏览伦敦国际葡萄酒交易所百强榜单,许多世界顶级葡萄酒都是有机葡萄酒。

国际葡萄酒与烈酒调查机构 IWSR 的研究表明,中国的有机葡萄酒消费走在了世界前列。2017-2022 年,全球有机葡萄酒的复合年增长率为 5%,而中国市场达到了 8%。

德国葡萄酒专家 J·rg Philipp 认为,中国几大葡萄酒产区的气候有利于有机葡萄酒的生产。随着人们对健康安全食品需求的不断增长,未来,有机葡萄酒将成为中国人的首选。

“有机”的也是“最贵”的

法国精品葡萄酒拍卖商最新的“年度晴雨表”显示,过去几年有机和生物动力葡萄酒在拍卖市场“蓬勃发展”,而拍卖价格最高的有机和生物动力葡萄酒的排名与 2022 年全球价格最高葡萄酒的总体排名惊人地相似,特别是在名单的顶部。

数据显示,在拍卖会上销量最高的前 20 款葡萄酒中,有 15 款来自勃艮第,另外有 2

款来自波尔多。当然,这一数据更多反映的是对勃艮第葡萄酒需求的不断增长,而不是消费者对有机葡萄酒的特定需求——特别是该地区在有机生产方面绝不是最领先的。

对许多有机生产者来说,有机种植就是品质的代名词。西班牙葡萄酒生产商 Artadi 认为,风土与土壤健康密不可分,而有机农业是实现这一目标的关键。正如其出口经理 Ana Rodríguez 所说:“如果你想要获得葡萄酒的风味和特征,想要‘受尊重’的葡萄酒,想要‘诚实’的葡萄酒,那么有机是必须的。”

“就其最基本的定义而言,有机生产意味着严格遵守避免使用化肥、杀虫剂、除草剂或杀菌剂,这种可持续农业实践是朝着正确方向迈出的一大步。”葡萄酒投资公司 Cult Wines 的全球活动主管 Olivia Bodle 表示,“你很难找到一个在葡萄酒生产过程中不考虑环境问题的优质葡萄酒生产商。”

最新的发现表明,有机葡萄酒在大多数市场都呈现出正增长。2017-2022 年,全球有机葡萄酒的复合年增长率为 5%。在许多市场中,有机葡萄酒市场正在呈现增长,而非有机葡萄酒市场则呈现下滑或持平的表现。

例如,在美国,有机葡萄酒的销量在



2017-2022 年的复合年增长率为 7%,而非有机葡萄酒则处于长期下降趋势;在英国也可以看到类似的趋势,2017-2022 年,英国有机葡萄酒的销量复合年增长率为 6%,而中国有机葡萄酒市场在这一期间的复合年增长率达到了 8%。

报告指出,各个市场的葡萄酒消费者普遍认为,有机葡萄酒意味着“昂贵”,不过这一观点也因地区而异。欧洲和北美的葡萄酒消费者更倾向于将有机葡萄酒与较高的价格联系在一起,而亚洲葡萄酒消费者则更关注产品的质量,比如添加剂更少或加工更少。对产品“不良加工”的担忧是亚洲消费者的首要关注点,这也是中国成为有机葡萄酒最具潜力

市场之一的原因。

2022 和 2023 连续两年,在 IWSR 的“全球替代葡萄酒机会指数”中,中国市场在“有机”葡萄酒方面都排名第一。

有机葡萄酒将不再“小众”?

“有机和生物动力已经成为主流,甚至经常可以算是一种‘标准’。”帕耳国际有机葡萄酒评奖大赛亚洲大使 J·rg Philipp 在接受记者采访时说。在他看来,有机葡萄酒已经进入高端市场,许多酒庄都在适应这一市场需求,生产葡萄酒这类天然产品的唯一合适方式是接受自然并适应自然的需求,也就是采用有机作业。

自 1999 年创办大赛以来,有机酒参赛国以及参赛酒庄都在不断增多。从 2016 年开始,有中国葡萄酒加入这一赛事,此后,每年参赛的中国酒款都在不断增长。“从帕耳系统精准评估分表可以看出,相同酒庄的葡萄酒质量每年都有一定的提升,中国参赛的有机葡萄酒也同样如此,许多帕耳有机葡萄酒大奖赛的评委都期待品尝更多的中国葡萄酒。”

