

中国食品周刊

FOOD WEEKLY

协办:泸州玉蝉酒销售有限公司 双汇集团 成都蜀之源酒业公司

广告热线:028-68551386 新闻热线:13908058548 电子邮箱:1722428646@qq.com

2015年9月11日 星期五 主编:李国政 编辑:刘文景 版式:张彤

企业家日报

9

第五届酒博览会开幕: 白酒是贵州赠与世界的名片

好山好水出好酒,多彩贵州迎贵人。9月9日,由商务部、贵州省人民政府主办的第五届中国(贵州)国际酒类博览会开幕式暨全球酒业发展峰会在贵阳盛大举办。来自全球35个国家和地区的1600余家知名酒企、2000余家采购商盛装前来参会。

第十届全国政协副主席李蒙,贵州省委副书记、省长陈敏尔,摩尔多瓦副议长弗拉基米尔·维秋克,克罗地亚副总理、世界酒业联盟主席司马安,塞尔维亚议会驻华友好小组代表团团长日尔科·奥布拉多维奇,塞尔维亚副议长维罗留布·阿尔西奇,中国职业经理人协会会长、全国人大法律委员会副主任委员、吉林省原副省长洪虎,商务部部长助理童道驰,贵州省委副书记谌贻琴,墨西哥联邦政府秘书长弗朗西斯科·哈维尔·玛西亚·吉扎出席会议。

开幕式由贵州省副省长蒙启良主持,贵州省委副书记、省长陈敏尔,商务部部长助理童道驰,摩尔多瓦副议长弗拉基米尔·维秋克分别致辞,全国政协原副主席李蒙宣布开幕。陈敏尔表示,贵州省将认真贯彻落实习近平总书记对贵州工作的指示要求,牢牢守住发展和生态两条底线。贵州有无可复制的地理条件和微生物资源,得天独厚的酿酒环境、独一无二的酿造工艺,酒史悠久、酒器独特、酒能充足、酒技精湛、酒礼古朴、酒文瑰丽、酒风浓郁,为贵州的酒业营造了良好的人文环境。发展白酒产业,既有助于推动发展又有利于保护生态,是贵州守住两条底线的战略选择。可以说白酒是贵州农耕文明的厚重典藏,是贵州民族文化的记忆符号,是贵州呈现给世界的一张飘香的名片。

据了解,第五届贵州酒博会共吸引了来自35个国家和地区,以及国内27个省市的1800家参展商,参展商和采购商人数超过了3万人,创历届酒博会之最。本届酒博会设置7个展馆,分别为世界名酒馆、境外馆、省区综合馆、境内外综合馆、酒类综合馆及酒类与



●开幕式现场。

衍生品综合馆,展馆面积约7万平米。贵州将努力打造集聚化、特色化、绿色化的白酒产业,在发展过程中将着力四个“注重”:首先更加注重品牌开发,把酒的品牌作为生命线,统筹考虑高端、大众、年轻人等消费市场,开发多元化、精细化产品,满足不同消费的需求;其次更加注重市场营销,丰富营销方式,创新营销手段,依托电子商务平台,努力扩大市场规模;再次更加注重文化传承,突出酒乡特色,提升酒产品文化内涵,打造中国白酒文化的新高地;最后更加注重生态环保,实施生态酿造改造提升工程,加强重点生产区域及周边区域的生态环境保护,实现绿水青山与“金

山银山”的互动双赢。

中国(贵州)国际酒类博览会是国务院批准的唯一专业酒类博览会,不仅为多彩贵州带来了世界名酒的芳香,也让更多中国美酒驰名海外。贵州将借助酒博会这个重要平台,以更加开放包容的心态,深化与各方的务实合作,努力将贵州白酒打造成具有世界知名度和影响力的白酒产业核心区,为全球白酒发展作出我们的积极贡献。

据悉,本届酒博会以“世界酒业的昨天、今天、明天”为主题,来自法国、美国、德国、西班牙、意大利、澳大利亚等35个国

家的1020家境外酒庄酒企,来自国内26个省(区、市)的399家酒类企业,以及省内268家酒类企业齐聚贵州,共同探讨当今酒类行业的发展,相互学习,相互交流,共谋适合在新机遇、新挑战和新常态下酒业发展的新模式。

据了解,中国(贵州)国际酒类博览会由中华人民共和国商务部和贵州省人民政府共同主办,是商务部“十二五”时期重点支持的专业展会。自2011年以来,经国务院批准,贵州省已与商务部连续成功举办了四届中国(贵州)国际酒类博览会,本届酒博会已是第五届。(本报记者 樊瑛 张建忠)



●贵州省委副书记、省长陈敏尔在第五届中国(贵州)国际酒类博览会开幕式上致辞。

世界白酒看中国 中国白酒看贵州

——在第五届中国(贵州)国际酒类博览会开幕式上致辞

■ 贵州省委副书记、省长 陈敏尔

尊敬的各位嘉宾,女士们、先生们、朋友们,大家上午好!好山好水出好酒,多彩贵州迎贵人。今天我们相聚在凉爽贵阳,共品佳酿,共叙友情,这是一件非常高兴的事。在此,我向远道而来的贵宾表示热烈的欢迎!向大家长期以来关心支持贵州的发展,表示衷心的感谢!

贵州是中国革命的圣地,是生态保护的绿地,也正在成为投资发展的一方宝地。贵州之贵,贵在丰富的自然资源,贵在多彩的民族文化,贵在良好的生态环境。在贵州既能投资赚钱,又能享受良好的生态。

这几年来,我们认真贯彻落实习近平总书记对贵州工作的指示要求,牢牢守住发展和生态两条底线,与时俱进,实施新型工业化和新型城镇化主战略,因地制宜地发展大数据、大健康等新兴产业,在加快发展中积极主动地保护生态环境和民族文化,努力实现百姓富、生态美的有机统一;全省经济增速连续四年居全国前列,创造了引人关注的贵州速度;与此同时,生态文化建设指向指标持续向好,多彩贵州拒绝污染的理念越来越深入人心。

世界白酒看中国,中国白酒看贵州。1915年在巴拿马外国博览会上,贵州茅台酒荣获金奖,奠定了中国白酒在世界三大名酒中的地位,贵州是酱香型白酒的发源地和主产区,无可复制的地理条件、微生物资源,成就了贵州得天独厚的酿酒环境和独一无二的酿造工艺,也使贵州享有黔人善酿的美誉。酒史悠久、酒器独特、酒能充足、酒技精湛、酒礼古朴、酒令诙谐、酒文瑰丽、酒风浓郁,可以说白酒是贵州农耕文明的厚重典藏,是贵州民族文化的记忆符号,是贵州呈现给世界的一张飘香的名片。

酒既是物质产品,又是精神产品、文化产品、生态产品。发展白酒业既有助于推动发展,又有利于保护生态,是贵州守住发展底线、生态底线的战略选择。近几年来,贵州坚持实施以名优白酒为主的产业发展战略和品牌带动战略,一批传统品牌生机勃勃,一批新兴品牌不断涌现,酒产业呈现持续向好的发展态势。2014年全省白酒产量和工业增加值分别增长11%和13%,有力带动了农业、物流、旅游、文化等关联产业加快发展。

新常态下,贵州将坚持发展和生态两条底线,大力推进酒业集聚化、特色化、加快化发展,把贵州发展成白酒大省、白酒强省。要更加注重产品开发,把酒的品质作为生命线,统筹考虑高端、大众、年轻人等消费市场,开发多元化、精细化的产品,满足不同消费群体的需求。要更加注重市场营销,丰富营销方式,创新营销行为、手段,依托电子商务平台努力扩大市场规模。要更加注重文化传承,突出酒乡特色,提升酒产品文化内涵,打造中国白酒文化的高地。要更加注重生态保护 and 环保,实施生态酿造改造提升工程,加强周边区域的生态环境保护,实现绿水青山进金山银山的互动双赢。

中国(贵州)国际酒类博览会是国务院批准的唯一专业酒类博览会,自2011年至今连续举办了五届,不仅为多彩贵州带来了世界名酒的芳香,也让更多中国美酒驰名海外。我们将借助酒博会这个重要平台,以更加开放包容的心态,深化与各方的务实合作,努力将贵州白酒打造成具有世界知名度和影响力的白酒产业核心区,为全球白酒发展作出我们的积极贡献。

希望大家借酒续缘,进一步了解贵州、关心贵州、支持贵州,让贵州佳酿香飘万里,让多彩贵州风行天下。

在此,祝第五届中国(贵州)国际酒类博览会暨全球酒业发展峰会,取得圆满成功!祝各位领导、各位嘉宾身体健康!万事如意!

(本报记者 樊瑛 张建忠 根据贵州省委副书记、省长陈敏尔致辞录音整理)

深度挖掘酒文化 打造国际品牌

——在第五届中国(贵州)国际酒类博览会开幕式上的主题演讲

中国是有着辉煌文明的古老国度,中国文明是世界上最古老的文明之一。中国美酒源远流长,中国白酒是人类社会最早的蒸馏酒,是中国第五大充分创造智慧与文化神韵的发明。千百年来,多少文人骚客为酒流芳千古,多少书画家,借酒指引拓文。如果没有酒,中华文明就会失去很多色彩,如果没有酒,世界文化就会失去很多趣味。

在中国的历史和土壤里,承载着中国人的历法、中国人的观念、中国人的哲学、中国人的美学,酿出的美酒是华夏人民的瑰宝。千百年来,茅台酒始终根植于酿酒传统,坚持中国美酒文明的传统,我们深知没有工艺的继承和发展,没有文化的传承与弘扬,就很难保住茅台百年老店的金字招牌。当然,白酒文明的传承不是一股风,而是要继往开来。

二、中国酒文化要以中国精神为魂,不断创新发展

中国民族是富有创新精神的民族,先辈早就提出,天行健,君子自强不息,日日新,又日新等观念,所以说创新精神是中华民族禀赋,富有创新创造的因子。白酒行业必须创新消费文化,建立健康饮酒,饮健康酒,饮酒健康的新风尚,引导消费者品味白酒的神韵和酣畅,同时又满足健康的需求。中国自古就有高雅艺术的饮酒风尚,人们欢聚一堂,举杯有礼,是中国酒文化之魂。我们要不断创新白酒消费文化,强化通过白酒饮用时的参

与感、文化感、快乐感、享受感,谱写美酒消费文化的新篇章。

与全球其他知名酒类企业一样,茅台是一个国家的知名品牌、民族精品。人们认可茅台的重要原因就是因为茅台精于传承、胜在创新。结合了中国传统文化与现代营销策略,作为中国成长最迅速的企业之一,贵州茅台表现了很强的学习和接纳能力。在过去几十年中,茅台不断追求卓越,不断持续创新,我们要继续拥抱创新,将互联网+应用到酒的消费上,为巩固国际品牌地位打下坚实的基础。

三、中国白酒文化要以中国文化为魂,不断融合发展

全球化时代,中国文化的影响与传播不断深入,富有中国文化特色的白酒产品对于全球市场的吸引力也会不断加强。继承和弘扬中华民族优秀传统文化的同时,也要不断吸收和借鉴世界各国文化与文明的成果,寻找新的发展活力,力争包容、兼容中西文化,以开放的姿态、包容的心态,世界的眼光和全球的高度,构筑中国白酒在世界酒文化中的新优势,树立中国白酒在世界的新地位,不断增强白酒品牌建设能力和国际化推进能力,实现白酒产品的品牌国际化和市场发展的国际化。

世界酒类品牌的突起,都带有品牌特征,从一定程度上说,企业品牌的塑造就是优秀

文化的展现。企业品牌集中体现的是文化的深刻内涵。茅台始终高举文化的旗帜,不断加强文化创新,不断挖掘深入酒文化内涵。国酒文化包含了历史文化、红色文化、质量文化、健康文化、诚信文化、融合文化、营销文化、生态文化、创新文化、责任文化等丰富的内涵。茅台的历史文化彰显品牌价值,红色文化充满神奇色彩,质量文化确保品质第一,健康文化引领消费潮流,诚信文化树立良好形象,融合文化打造世界品牌,营销文化赢得市场入口,生态文化保护稀缺资源,创新文化推动持续跨越,责任文化体现快速发展。

我们不断加强对外文化交流与合作,提升了企业文化的软实力。一种酒的流行背后,其实是某种文化、价值观和生活方式的推动,有强大文化底蕴的支撑和强大的品牌魅力,有成功的商业运作模式,是一种酒的运作模式过程。在中国,喜怒哀乐都要饮酒;在西方,无事都要到酒吧。西方绝大多数人都把酒吧当成社交、娱乐和饮食的场所,西方人的交流方式也在酒吧里进行,西方许多人的聚会都在酒吧举行。中西方文化融合,中国要了解外国的风土人情、风俗习惯、饮酒特点,从中找到结合点。如我们的白酒,可以调制成鸡尾酒。比如说前两天,布鲁塞尔大奖赛在贵阳举行,中国酒的调酒就深得外国人的好评。

让世界上更广泛的人通过对中国白酒的了解,来感受中国博大精深的魅力,是锻造国际酒品牌之路,开启的不止是神奇的体验,更是多元文化的提升。1915年在巴拿马博览会上,茅台酒勇夺金奖,书写了茅台酒的百年传奇。百年来,茅台坚持与世界酒业加强合作,开放包容,互利共赢。十年前,与法国的千邑世家合作,在世界酒业文化发展的今天,竞争越来越激烈,世界酒业要开启文化战略、营销等方面的合作,实施竞争合作战略,优化配置市场资源,提升营销效率,促进世界酒业营销格局的演变。

朋友们,共商发展大计,共谋合作愿景,茅台愿以这次全国酒业发展峰会为契机与大家共创美好未来。

最后,邀请各位嘉宾到茅台作客,去感受茅台人的盛情,体验四渡赤水的神奇,体验中国酒文化的神韵,品味国酒茅台的醇香。

(本报记者 樊瑛 张建忠 根据袁仁国董事长演讲录音整理)



●茅台集团董事长袁仁国在第五届中国(贵州)国际酒类博览会开幕式上做主题演讲。

■ 茅台集团董事长 袁仁国

很高兴参加这次全球酒业发展峰会,与大家共商世界酒业发展大局。这次展示全球佳酿,促进合作交流的会议,搭建了世界酒业交流、交友、互学、互进的平台。酒在人们的交流生活中伴有重要的角色,由于生活环境、历史背景、价值观念、思维模式、思维规范的不同,东西方的酒文化也风格迥异,丰富多彩。中国的酒文化包罗万象,可以从酒品中的形成和发展说起。中国的酒分为黄酒、白酒、果酒、啤酒几大类,又分为酒色、酒味、酒气等多类。例如白酒可以分为酱香型、清香型、浓香型、米香型、其他香型。而且同一香型的酒由于工艺的不同,风格也各有特色。最能代表中国酒的莫过于白酒,从某种程度可以说,中国的酒文化就是白酒文化。

中华文明产生在黄河流域,这里土壤肥沃,气候温和,使中国成为农业大国;中国粮食品种繁多,这为作为粮食的酿酒奠定了基础。在西方,主要的农作物是麦子,众多考古发现,早在远古时代,巴比伦人就用小麦制成了啤酒;在西方国家,葡萄的产量和品质都是首屈一指的,葡萄酒满足了西方人对酒类的

需求。

在此,我围绕本次会议的主题,就中国酒类文化发展谈几点看法,与大家交流。

一、中国白酒文化要以中国文明为根,不断传承发展

