

12 | 白酒金三角 Liquor Golden Triangle

数字酒博会会让世界更懂贵州



2015年,随着金秋9月的到来,贵州的热情也逐渐达到高潮。9月9日,喝好酒,这已经成为贵州与世界一件约定俗成的事。“逛酒博会,一起喝酒、淘酒去!”每年酒博会都成为了贵州酒香最浓郁、市民们趋之若鹜的地方。第五届中国(贵州)国际酒类博览会的举办,世界各地美酒佳酿云集,再度上演昨日精彩,尤其是本届酒博会添加的新环节,把大数据与互联网+运用于酒业营销,打造了永不落幕的酒博会。

独有资源 成就黔酒香飘世界

如果说贵州的过去还只是中国酒业的一个区域,那么如今的贵州已经跃升到世界酒林的高位。

贵州开展国际酒类博览会,是有底气的。贵州地貌属于中国西南部高原山地,境内山脉众多,河流多处于长江和珠江的上游交错地带,是长江、珠江上游地区的重要生态屏障。在气候条件上,贵州属于亚热带湿润季风气候,较为温暖湿润,为微生物种群的丰富性和活跃性创造了良好的条件。

“酒冠黔人国”,是清代大儒郑珍对贵州美酒的赞誉。天时和地利,成就了贵州版图这条美酒河——赤水河,它们在自然的钟爱下,淌出了国酒茅台和习酒、国台、酒中酒等酱香品牌,飘香万里,远渡重洋惹人醉。

说到贵州,就一定会想到国酒茅台。生产茅台的茅台镇位于仁怀市赤水河的东岸,水质拥有多种对人体有益的微量元素,炎热、少风、高温的小区域气候,使微生物群易于生长而不宜被刮去,从而得以大量的参与酿酒过程,为茅台镇所产的酱酒提供了绝佳的口味。

除此之外,青溪镇的青酒、兴义的贵州醇、鸭溪镇的鸭溪窖、湄潭县的湄窖、安顺市的安酒、都匀市的匀酒等,均为“醉美多彩贵州”提供了真实的写照。

钟天地之灵秀的山水不仅孕育了贵州美酒的灵魂,也孕育了美酒的血肉。勤劳质朴的贵州人,千百年来在这片土地上耕作着最适合酿酒的粮食,并以最为亲近自然的方式收获着其精华的馈赠。

贵州酒史,源远流长,最早可追溯到商末周初。贵州各族人民在长期酿酒、用酒的过程中,也形成了饶有风趣的酒礼酒俗,创造了绚丽多彩的贵州“酒文化”。

因此,历年来酒博会选择在贵州开展,是再适合不过的了。

一届盛会 一座丰碑

2011年,国家商务部和贵州省人民政府确定,每年9月在贵阳市共同举办中国(贵州)国际酒类博览会,该博览会就以推动中国酒业走向世界,成为全球酒业和经贸投资的专业交流平台。

2011年8月18日,中国(贵州)国际酒类博览会在贵阳开幕,以“展示全球佳酿,承接产业转促进开放开发”为主题;2012年9月13日,规模宏大的第二届中国(贵州)国际酒类博览会在贵阳落下帷幕,不但吸引了包括茅台、五粮液等国际知名白酒企业,还吸引了包括拉菲、木桶等境外11家世界知名酒企参展;2013年9月9日,第三届中国(贵州)国际酒类博览会,共设置了2335个国际标准展位,参展商共计1565家,参会采购商企业11876家;2014年9月9日,第四届中国(贵州)国际酒类博览会开幕式现场集中签约项目108个,签约总额1130.3亿元,项目涵盖酒类生产、装备制造、旅游综合体、大数据等九大类。

每一届酒博会的成功,都是一座新的里程碑,一座丰碑,为过去更新的成绩,为将来打下了基础。随着今年第五届酒博会的顺利落下帷幕,中国(贵州)国际酒类博览会再一次刷新了历史。本届酒博会共设置了包括世界名酒馆、境外馆、省区综合馆、境内外综合馆、酒类综合馆及酒类与衍生品综合馆在内的7个展馆,总面积达72000平方米。在展会规模方面,国际标准展位达3000个,组织参展商达2000家,组织参展会展业采购商20000人。

不仅如此,来自法国、美国、德国、意大利、澳大利亚等35个国家的上千家境外酒企,来自国内26个省(区、市)的399家酒类企业,以及贵州省内的268家酒类企业以及报名参会采购商超2万人,也成为了本届酒博会的重点所在。

数字酒博 打造永不落幕的酒业盛会

值得注意的是,本届酒博会内容丰富,亮



点纷呈,首次发布《全球酒业发展白皮书》、举办全国酒类行业经销商大会等均成为了市民最关心的话题。其中,利用大数据进行酒类产品销售是本次酒博会的最新亮点,通过“数字酒博”打造永不落幕的酒博会。本次参展的参展商、采购商全部通过“云上贵州”体现,酒企既在线下参展,又在线上销售。

同时,本届酒博会期间,还增添了多项新的活动,包括举办“2015年布鲁塞尔国际烈酒大赛”、“全球酒业发展峰会”、“全国经销商大会”以及“世界酒业联盟2015年会暨全球商报年会”等系列活动。

本届酒博会,不仅是世界酒业的盛会,更是老百姓的狂欢。不仅有酒瓶做的酒塔欣赏、拍照留念,还有各种趣味游戏免费畅玩、各种世界佳酿免费品尝,更有超低价格、超多优惠将心爱的美酒买回家中。平时在超市里买酒是论瓶来买,但是在一年一度的酒博会之上,市民们将自己对美酒佳酿的热情全部展示了出来,买酒基本都是论箱买、用小拖车拖。

本届酒博会又一次给了新老朋友们惊喜。和很多国外酒商一样,美国托福酒业集团中国市场总运营商邹育中是第三次来贵州参加酒博会了。邹育中说,今年的酒博会不论是规模、秩序还是市民们的热情,都再一次地给了他巨大的惊喜。2013年和2014年,在贵阳酒博会上,仅就零售而言,他们在销售额就有10多万元。而今年,4个酒庄的酒商带着近70个品种的葡萄酒来到了贵阳。“开幕式还在举行的时候,就有市民说要买我们的酒。”邹育中笑着说,美国葡萄酒在贵阳越来越受欢迎。

除了老朋友,新朋友也对酒博会赞不绝口。赛华多所在的酒企是西班牙第三大酒厂,每年的产量是1.5亿升。“这是我第一次参加酒博会,很乐意参加这个展会,希望明年还能来。”赛华多说。

回顾昨天,我们看的是世界酒业发展的历史;驻足今天,世界酒类已然齐聚贵州;展望明天,世界酒业将融合发展。作为国务院批准的我国唯一的国际性酒类专业展会,酒博会已连续成功举办五届,其办会水平、规模、影响在全国专业博览会中名列前茅。接下来,贵州将借助这一重要平台,深化与各方的务实合作,努力将中国白酒“金三角”打造成为具有世界知名度和国际影响力的白酒产业核心区,为全球酒业发展作出积极贡献,将酒博会打造成永不落幕的酒业盛会。

(金黔)

贵州青酒开展“三合一”主题营销活动

■ 欧波

9月14日,贵阳国际生态会议中心,贵州青酒举行了一场别开生面的“三合一”主题营销活动。“三合一”是包括三大主题活动,其一,“贵州青酒60载感谢一路有您,喝贵州青酒,赢贵州,镇远万人生态游—我在贵州镇远等您”贵州大区启动仪式;其二,2015年经销商中秋、国庆答谢酒会;其三,贵州青酒新品上市推荐会。

当天,贵州青酒集团副董事长任庭光、贵州青酒集团总经理章雪峰等多位领导以及上千全省各地的经销商,汇聚贵阳国际生态会议中心新老经销商朋友坐在一起,把酒言欢,共度良宵佳节,一起观看精彩节目表演,品尝贵州青酒新品,率先感受中秋、国庆节日快乐氛围。

材高挑、漂亮迷人的模特们手持青酒新品走秀,由主持人唱颂的方式进行介绍。最引人注目的是,此次贵州青酒也推出了青酒·100光瓶酒,该款产品设计理念新潮,外观小巧精美,更适合于年轻一族消费。“我的青春,我的消费—我做主!青酒100小青酒。”以及6、9、12三款浓香型系列产品,该系列产品是结合贵州大区浓香型区域板,还有洞藏五星青酒,主要针对贵州大区,喀斯特密酿系列,分为优品、佳品、精品三款浓香型酒。以及盛世红花坛、典藏蓝花坛、山洞藏五星、溶洞藏五星等数十款新品。在现场,贵阳、遵义、铜仁、安顺等全省各地级市经销商表现出强烈的兴趣。

相关连接

贵州洞藏青酒简介

贵州洞藏青酒来源上个世纪90年代初,青溪酒厂在新的领导班子领导下,更上一层楼,在原有“青溪大曲”的基础上,开发出了一款酒质、包装更胜一筹的美酒,并将其命名为“青”酒。

“青”意味着生机,意味着活力,也意味着朝气蓬勃、积极向上和永恒的情谊。

1955年,青溪地区几家较大的白酒作坊经公私合营,在青溪河畔的徐家湾组建了青溪酒厂。

1956年转为国营企业,早期产品有“青溪大曲”、“泉酒”、“金樱大曲”等,被多次评为贵州名酒。

1958年,青溪酒厂转为国有企业。酒厂规模扩大,工人增加到数十人。

1984年,在老厂的基础上进行了新的技术改造和扩建,生产能力从原来的年产100余吨提高到了400余吨。

1986年,贵州掀起了大力发展贵州名酒的高潮。青溪大曲获得“贵州名酒”称号。

1988年,经贵州省政府批准,青溪酒厂由原来的青溪镇万寿宫搬迁到现在的青溪大塘村,扩建为年产青溪大曲1000吨的新厂。通过不断地探索、总结,产量和酒质得以大幅度的提升,产品开始销往省内外市场。

1997年“青酒”系列产品问世,结合全新的经营理念,把贵州青酒推向了全国知名品牌的高度。

2000年原贵州青溪酒厂进行产权制度改革,组建成立“贵州青酒集团有限责任公司”,企业多元化发展得到迅速发展。青酒主要有酱香和浓香两个香型。畅销产品主要有:青酒洞藏15年酱香,青酒五星铁盒装,青酒五星铁盒装,青酒五年洞藏,青酒五年洞藏,青酒洞藏10年浓香。

青酒首推光瓶酒 深得经销商集体关注

当天,在青酒新品发布会环节,由身

宜宾长宁县竹海酒 荣获国际烈性酒大赛金奖



近日举行的比利时布鲁塞尔国际烈性酒大赛中,宜宾长宁县竹海酒业有限公司生产的“竹海和谐印象酒”获得金奖。

比利时布鲁塞尔国际烈性酒大赛是世界三大酒类赛事中唯一可以申办的世界级赛事。该赛事是全世界规模最大、参赛厂商多、评审机制科学公证、拥有权威评酒大师最多的国际酒类比赛之一,被誉为“酒中的奥斯卡”、“烈性酒的奥运会”。

在这次大奖赛上,来自世界44个国家和地区的1397款酒品参赛,其中中国酒品参赛552款。参赛酒品的酒精度普遍高于40%,最高的达95%。比赛请来世界各国的83位评酒师,以盲品形式进行评分,最终评出银奖、金奖、大金奖。竹海和谐印象酒以其凭借出色的酒质和香醇的口感,大放异彩,受到国际评委们的好评,一举获得大赛金奖。

竹海酒是宜宾酒中独树一帜的优质浓香型白酒,蜀南竹海独特的土壤和天然竹根过滤的优质泉水赋予了得天独厚的

绝佳生态酿造环境。“竹海”品牌,产品先后被评为“中国驰名商标”、“四川省著名商标”和“四川省名牌产品”,2012年被国家质检总局核准使用《国家地理标志产品》,是四川首批浓香型白酒标准化生产示范企业;四川白酒制造“十佳成长型企业”;中国(宜宾)白酒之都白酒金花企业。

“质量就是企业发展的生命,我们对酒类技改研发的步伐从未停止;今年是我们丰收之年,不仅获得了中国驰名商

标,还获得国际烈性酒大赛的金奖,离企业打造‘中国生态酿酒典范’的目标又进了一步。”竹海酒业董事长宋永铸介绍。

据悉,本次大奖赛是迄今为止,参赛国家最多、参赛酒品最多、评委人数最多、规模最大的一届大奖赛。也是中国白酒首次作为独立酒种参赛,代表中国参赛的酒品以8块大金牌、81块金牌和80块银牌的骄人战绩,成为获奖最多的国家。

遵义市副市长敖鸿:“我要为习酒代言”

扫码就送礼 习酒展厅人气旺



第五届贵州酒博会刚刚落下帷幕。为了更好地向消费者展示习酒品牌,今年的习酒展厅内开展了丰富多彩的活动,其中我为习酒代言、扫描二维码辨别习酒真伪两个活动受到消费者的热烈追捧,只要扫码,就有礼送吸引了众多消费者的积极参与。9月9日上午,活动现场来了一位特殊的“习酒代言人”。

当时的习酒展厅人头攒动,参加活动的队伍排成长龙,遵义市副市长敖鸿在习水县副县长冯俊峰的陪同下进入习酒展厅,来到习酒窖藏1988展台前,听闻公司在进行扫

仁怀酱香军团 贵州酒博会硕果累累

9月12日,为期4天的2015年中国(贵州)第五届酒博会胜利闭幕。本届酒博会酒品销售贸易总额达82.42亿元,累计参观人数达28万余人,堪称历届之最。仁怀106家白酒企业抱团参展,笑傲江湖,硕果累累。

9至12日,5号馆仁怀展厅人头攒动,来往客商熙熙攘攘。仁怀市成行举行招商引资专场推介活动暨现场集中签约仪式,共签约战略合作项目1个、投资项目5个、地方酒类贸易项目27个,签约总额409亿元。其中,

与中国金融租赁有限公司签订未来10年战略合作协议,总金额约300亿元;签约投资项目5个,总签约额34亿元;签约地方酒类贸易项目27个,总签约额75亿元。

仁怀市举行酱香酒团体标准公布新闻发布会,正式施行《仁怀大曲酱香酒技术标准体系》。该标准系全国首个酒类团体标准、贵州首个行业团体标准。这一团体标准的施行,将进一步健全酱香酒地方标准体系、产品质量等级评定体系,对基酒、年份酒等产品估值评价有了一个更加权威的依据。



示:“习酒是贵州省白酒名片之一,为贵州省经济的发展起了重要作用;习酒的品质也是大家公认的,习酒是好酒,我要为习酒代言。”

展厅内外,参与扫描二维码辨真伪活动的消费者络绎不绝,活动从9月9日至12日,每日11点、13点、15点,工作人员都会现场对如何扫码辨真伪进行讲解,手把手教会消费者进行扫码操作,并向参与者发放精美小礼品,真正把习酒二维码防伪技术推广每一位消费者的心中,切实维护消费者的权益。

(王明 刘勇 摄影报道)

同时,仁怀市政府与国内电商巨头京东商城成功签约,标志着“仁怀酱香酒馆”正式登陆京东网上商城上线迎宾;该市邀请多位国内专家学者,举办酱香酒产业链循环经济升级转型高峰论坛,对新形势下如何利用循环经济促白酒产业健康发展的方法及路径进行探讨;位于仁怀市国酒城的国内首家酱香酒交易中心在酒博会上宣布正式挂牌成立,标志着仁怀酱香酒交易将进入新的历史发展阶段。

(陈飞 袁跃 沈冰洁)