

《聚焦酒博会》系列二

名酒巨擘巅峰对谈,为酒业全球化发展引路

从论坛的效果来看,产业政府共谋发展,国内外名酒巨擘齐聚论道,碰撞出的思想火花正掀开世界名酒美美与共的新篇章。

本报记者 张瑜宸 发自上海

“世界名酒,在资源集中度、市场占有率、消费者认可度等方面独占鳌头。与之相对应的,在消费复苏、社会责任、产业发展等方面,也需要承担更多的责任,这是产业的使命,也是时代的担当。”

10月12日下午,由中国酒业协会主办,以“世界名酒·共享荣耀”为主题的中国国际酒业博览会世界名酒价值论坛在上海召开。

会上,中国酒业协会理事长宋书玉致辞并表示:何以共享世界名酒之

荣耀?唯有以山川异域、美酒同怀的开放心态,让世界名酒了解中国,让中国名酒拥抱世界;唯有以共赢时代、共享未来的昂扬姿态,不断借鉴世界名酒的发展优势,深化新时代下名酒新的价值。

从论坛的效果来看,产业政府共谋发展,国内外名酒巨擘齐聚论道,碰撞出的思想火花正掀开世界名酒美美与共的新篇章,为世界名酒价值的探索与发掘寻找出了一条共沐荣光、同享荣耀的新路径。



为世界名酒价值点明局势

无论古今中外,酒一直是人类文明和传统文化不可分割的一部分。世界名酒作为其中的瑰宝,不仅承载着历史、传统,也延续着文化和技艺。

如何理解名酒?宋书玉从四个方面给出了解读:

首先,名酒的价值,在于不计岁月的传承积淀。名酒的稀缺与价值,从一开始就与时间密不可分,美酒产业就是时间的产业,名酒价值就是时间的价值。每一种名酒都有着深厚的历史底蕴,它们见证了人类文明的进步,记录了一个个古老的故事。而这些故事,正是连接我们与过去的桥梁。

其次,名酒的核心,在于传统文化重焕生机。名酒不仅通过感官感知使人享受到愉悦的味觉冲击,还承载着丰富的精神文化价值。每一款名酒都代表了一种地域的风土人情和独特的生活方式。通过品味名酒,我们可以了解到不同文化背后的智慧和美学,感受到不同民族的情感与情调。

第三,名酒的荣耀,在于全面助力经济建设。世界名酒的价值不仅仅停留在历史和文化层面,更是一种重要的经济资源。对于世界上任何一个国家和地区,名酒产业的发展都不是割裂或独立存在的,名酒产业链辐射范围之广、延伸程度之长、带动作用之强,在各行各业中,无出其右。

最后,名酒的未来,在于为美好生活增光添彩。自古以来,在世界各地,美酒都具备社交属性,名酒的社交价值更独特。作为世界通用语言,名酒为消费者的美好生活增添无数精彩,而名酒企业、名酒产区也需要以此为契机,构建酒业命运共同体,

为世界酒业高质量发展共铸辉煌。

由此来看,无论是中国名酒还是世界名酒,其价值表达已形成共识。那么,这种共识如何能更好地促消费、扩内需?进一步加快构建酒类现代流通体系?国家商务部市场运行和消费促进司副司长安宝军给出了三条建议:

一是促进产销合作,优化行业结构。引导行业做强做优,进一步提高行业集中度;鼓励通过合作与联盟等方式,共享资源渠道,促进规模化、集约化发展;培育一批全国性的酒类连锁品牌,形成更大规模的产销主体,提高市场竞争力;支持酒类生产与流通企业加强合作,稳定产销关系,共同打造品牌。

二是加快数字转型,推动融合发展。鼓励酒类企业积极顺应新科技革命和产业变革,坚定实施数字化转型,加快线上线下融合,形成酒类供应链核心优势。推动酒类行业与餐饮、商贸、文化、旅游等融合发展,积极推动理念创新、业态创新、模式创新,为行业发展打造新引擎。

三是开展国际合作,加强交流互鉴。引导行业企业坚定国际化经营道路,积极开展对外交往,与国际知名酒企、行业组织以及专业机构建立合作关系,通过贸易合作、渠道共享、技术交流等方式,提升自身管理水平、流通效率和服务质量,推动酒类产品、营销网络“走出去”,提高国际竞争力。

综合来看,站在宏观经济和产业环境的高度,探讨世界名酒的价值与消费,树立世界名酒的文化自信、品牌自信、道路自信,既点明局势,也指明路径。

“市长会客厅”,建立产区命运共同体

《中国酒业“十四五”发展指导意见》中提出,未来白酒行业要着力打造名优产区,以产区作为世界名酒品质和价值新的表达方式,构建和优化产业协同平台,提升产业集成水平。

本届酒博会上,包括遵义产区、宜宾产区、宿迁产区、吕梁产区、泸州产区、绍兴产区、忻州产区、德阳产区、宝鸡产区、哈尔滨产区、亳州产区在内的30多个产区齐聚亮相。

为强化产业链各参与方的链接与互动,推动美酒产区、美酒产业良性发展,活动现场,产区政府代表被邀请走进“市长会客厅”,畅聊产区共建、产城融合、酒旅融合的相关实施与规划。

遵义市委副书记、市长黄伟表示,遵义作为酱香白酒的原产地,有基础,也有条件在建设全国重要的白酒生产基地中大有作为,也应当在推动中国酱香白酒走向世界的过程中担负起重大

使命、实现更大作为。为此,遵义产区从产业、标准、品牌等不同维度提出坚持国际视野,争取实现三个世界级目标。

作为我国东部唯一的中国酒都、烈酒产区,宿迁市委副书记、市长刘浩指出,宿迁历届市委、市政府高度重视中国酒都建设,着力做大酒产业、做强酒品牌、做特中心城市,持续丰富酒都内涵。未来,宿迁将建设更具辨识度的酒都核心区、搭建多元化的酒都载体平台、培育贯穿上中下游的全产业链、打造酒香四溢、酒韵悠悠的魅力酒都,通过充分发挥产区优势和品牌优势,筑牢产业根基、厚植文化内涵,持续擦亮中国酒都城市名片。

据哈尔滨市委常委、副市长栾志成介绍,哈尔滨是联合国命名的亚洲唯一的音乐之城,还是中国的第一支啤酒的诞生地。因此,在哈尔滨的大街小巷到

处能看到啤酒的符号、音乐的符号。

“下一步,哈尔滨将抓住‘啤酒之都’的历史机遇,讲好百年哈啤的传承故事,共同续写产城融合、酒文融合、酒旅文化,推动跨行业、跨产业的发展,带动哈尔滨啤酒产业走向新的辉煌,带动实现产业振兴。”栾志成说道。

通过产区政府多元并举、优化布局,我们不难看出,产区优势已经成为中国酒类发展的核心动能,产区的塑造和建设,对当地美酒的发展发挥着重要的赋能作用。

“酒类市场国际化,既是中国美酒自身发展的需要,也是时代的必然。打造世界级美酒,我们必须以产区作为名酒高品质和高价值表达方式,有效构建政企合作模式,在助推美酒产区高速可持续发展的同时,促进特色产区在创新融合中实现高质量的共赢发展。”中国酒业协会秘书长何勇如是说道。

名酒巨擘齐聚,掌门人有话说

打造名酒产区,可以让产区更好地为产业及酒企的健康发展保驾护航。那么,作为名酒的本源,企业在风云变幻的国内国际环境中又该如何求索革新?

在“掌门人有话说”环节,茅台集团党委书记、董事长丁雄军,五粮液集团有限公司党委书记、董事长曾从钦,江苏洋河酒厂股份有限公司党委书记、董事长张联东,青岛啤酒集团有限公司党委书记、董事长黄克兴,洋酒生产商会副主席、保乐力加中国首席执行官郭斌臣分别作了主题分享。

丁雄军用“美”字来分享了三个观点:名酒美的价值内涵,美酒美的价值创造,名酒美的价值共享。

曾从钦认为,世界因为交流而多彩,名酒因为担当而出彩,时代造就名酒,名酒回报时代,名酒的价值在于时代的担当,关键价值则在生态、品质、文

化、健康、社会责任方面做到五个典范。

张联东强调,当前正处在中国发展的最好时期,我们要把名酒放在国家战略上思考,如何顺势而为;把名酒放在时代方位上思考,如何就势而起;把名酒放在天下大同的高度上思考,如何造势而上;把名酒放在共享交融的大潮中思考,如何聚势而强。要做传播文化的能手、弘扬文化的好手,让名酒成为世界品味中国的最佳品类,当好中国文化的传承者、代表者和践行者。

黄克兴以啤酒多元的口味、多样的饮用场景、品类的丰富,讲述了啤酒的原生态之美、产品之美、包装之美,并以一个中国品牌的全球24小时,讲述了民族品牌之美。用美好酿美酒,为生活创造快乐,是酒业共同的使命和价值观。

郭斌臣分享了在峨眉山建立第一家中国威士忌酒厂的故事,讲述了地理标志、环境保护对于保证烈酒品质和真

实性,以及保护知识产权、品牌的重要性,作为中国第一家由国际烈酒集团投资的威士忌酒厂,叠川麦芽威士忌酒厂已开始全面运营,未来,在中国制造最具标志性的威士忌,必将走向世界舞台。

在随后的巅峰对话环节中,中国绍兴黄酒集团有限公司党委书记、董事长、总经理孙爱保,燕京啤酒集团党委书记、董事长耿超,泸州老窖股份有限公司党委副书记、董事、总经理林峰,古井集团党委副书记、股份公司总经理周庆伍,烟台张裕葡萄酒股份有限公司总经理孙健,英国驻上海总领事馆、爱尔兰投资发展署中国区总监 Richard Seymore(习摩尔),各抒己见,用前沿、专业的视角探讨如何发挥名酒效应,增进行业发展共识,提升名酒价值。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

