

一城双馆 展览规模创历届之最 第106届全国糖酒会在成都举行

□本报记者 冯丹

11月10日,以“精彩成双 大有可为”为主题的第106届全国糖酒商品交易会在成都举行。本届糖酒会共设置九大展区、十五大专区,共有来自30多个国家和地区,超5000家国内外知名食品和酒类企业参展。

本届糖酒会首次以“一城双馆”形式举办,即同时使用西博城和世纪城全部可用室内展馆办展,

展览规模不仅创造了全国糖酒会办展历史的新纪录,更成为2022年全球规模最大的食品和酒类行业展会。

除了首次以“一城双馆”形式举办外,还将首次举办“中国名优酒文化节”系列活动、“CFDF全球食品创新大会”等创新高端论坛活动,以“双主论坛”链接高峰论坛、大师班、主题研讨会有供对接会、

闭门会、推介会、科普展、现场体验活动、新品发布会等,让糖酒会进一步成为行业思想交流、信息沟通、选品体验的行业平台。

在开幕式上,本届糖酒会正式启用全新标志,发布新标志系统和新品牌语。同时,本届全国糖酒会积极开拓官方直播间和小程序等线上服务手段,让无法到会的客商通过线上方式观展。

主办单位相关负责人表示,作为中国食品和酒类行业历史悠久、规模庞大的综合会展平台,糖酒会将充分发挥行业“风向标”与“晴雨表”的作用,通过精心搭建行业交易与交流的统一大平台,充分满足参会客商对产销对接、思想交流、品牌传播、沟通合作的需求,与中国食品和酒类行业厂商并肩携手,相伴而行。

北食南酒 糖酒会多场酒店展亮相成都

□本报记者 马工枚 文/图

举着红牌子“炸街”的工作人员、打出“茅台冰淇淋”“茅台醇”的双子塔、更加拥挤的地铁……在第106届全国糖酒会开幕前,2022成都糖酒会多场酒店展陆续亮相。据了解,本次酒店展按照食品、饮料、酒水、调味品等划分专区,布展以南北方向划分,北为食品饮料、南为酒水展区。相同品类专区的酒店聚集在一起,形成热点商圈,同时更方便经销商逛展。

往南 酒水酒店

世外桃源酒店的《酱酒之心主题展》、成都祥宇宾馆的《川酒主题展》、凯宾斯基饭店的《红酒专区》、索菲特饭店的《酒水专区》以及锦江宾馆、岷山饭店、城市名人酒店、大成宾馆群集的《白酒专区》……成都南汇聚了诸多酒品展商。

11月7日,四川锦江宾馆人如潮涌。第106届全国糖酒会酒店

展示“锦江宾馆高端酒水峰会”拉开帷幕。展馆内人群络绎不绝,有人倒一杯酒细细品味,有人尽情参与现场抽奖活动,也有展商共谋合作发展。值得一提的是,部分展商设置了抽奖活动。通过关注企业账号,即可有机会获得惊喜。

在酒店外,有展商的车队巡游,也有展商的“炸街”队伍,这些都为成都街头增添了一抹朝气与活力。

向北 食饮酒店

弗斯达酒店《高端休闲食品专区》、西都汇(喜诺瑞)的《纯饮品专区》、成都帝盛酒店《休闲食品专区》以及西藏饭店、成都大酒店、铁道大酒店的《食品饮料专区》和锦北酒店(天豪酒店)、新华宾馆、索菲特锦苑宾馆、喜来登酒店、梨园祥·丽雅阁酒店、瑞城名人酒店《食品专区》……从火车北站出来,能

够挨个逛一圈饮食专区酒店。沿路都是密密麻麻的广告牌,穿着带品脾标志的工作人员、发传单的兼职人员以及拎着各种企业定制口袋的娘姨大爷们。

西藏饭店算历届参展酒店中知名度最高的王牌酒店,酒店标杆,以食品饮料综合布展为主,不能说摩肩擦踵,也算得上人气颇旺。“这次我们推出了新的子品牌,带来无糖功能软糖和冻干果干两款新品。”某品牌展商介绍。

在成都天府丽都喜来登酒店一楼能看到部分老牌食品企业带来的预制菜新品集:椒麻鸡、无骨凤爪、香辣猪皮……无论你是大厨还是老饕,或是资深美食爱好者,千万不要错过这场舌尖上的美食创新。

还有调味品专区的友源假日酒店和西都大厦,郫县豆瓣、火锅底料、贵州泡椒……展厅现场,调味品的香气涌动,吸引了不少经销商和参观者驻足。

气味香甜、度数低、好入口、年轻时尚…… 低度时尚饮品行业发展潜力足

□本报记者 冯丹 文/图

近年来,主打“微醺”的低度时尚饮品越来越受到年轻消费者的欢迎。昨日,记者在第106届全国糖酒商品交易会现场看到,低度时尚饮品不仅成为各大品牌角逐的赛场,也逐渐成为传统酒业跑出的又一增长级。

小聚“微醺”契合年轻人理念

低度时尚饮品因其视觉、嗅觉、味觉等香味俱全的综合体验感,逐渐成为年轻人热捧的创新型酒水饮品。

在展会现场,90后女生袁小姐向记者分享了自己对低度时尚饮品的认知,“这类酒度数低、口味微甜、水果味明显,比喝饮料新潮,还适合拍照,而且,姐妹们酒量都不大,大家就喜欢‘微醺’的感觉。”

为何低度时尚饮品成为“潮流”?四川工商学院副教授乔梁认为,年轻人之所以紧跟这股新潮流,背后的原因还体现了酒文化的变迁。从传统的商务性酒局,到如今饮酒更多出现在朋友聚会、独酌怡情的场合,酒类饮品的行业结构和消费场景正在发生改变。“最近,低度酒市场发展迅速,尤其是顺应潮流,与‘年轻、健康、创新’这些符号联系在一起的青梅酒品,更受年轻人喜欢。”乔梁说道。



低度时尚饮品步入洗牌期

酒类行业多家机构联合发布的《2022年低度潮饮趋势报告》显示,2022年我国低度潮饮市场规模预计将达到338亿元,行业尚处于成长阶段。

据业内人士介绍,当前,因为同质化程度高、可替代性强、竞争激烈、品控难度大等因素,低度时尚饮品行业正在步入洗牌期。但是,市场对低度时尚饮品的需求却处于增长之中。

“年轻人对酒类产品的消费理念,已经和父辈不一样了,健康化与利口化成为重要的行业转型方向。”乔梁认为,酒类消费多元化趋势日显,低度时尚饮品市场需要跑出更多让消费者接受的头部品牌,“低度时尚饮品企业若想更进一步发展,线下渠道、供应链、产品研发将会越来越重要。”

对乔梁的分析,四川梅子青酒业有限公司总经理魏金波表示认同,他相信,坚持为消费者打造高品质、高性价比、高颜值的产品,就一定会受到市场的认可。“我们采用的原材料是有机青梅,内控标准高于行业标准;我们还和优秀的农业合作社一起不懈努力,正在打造中国最高品质的青梅酒产业基地。”席能钦说道。

便民服务

独家代理机构:成都锦宏天下文化传媒有限公司

收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-66166209 QQ:769036015 微信:13308082189

房产租售公告

成都市成华区玉双路7号F幢房产招租,约1千/m²/天,地理位置优越,价格低。

详情咨询:13662015501

房屋租赁合同公告

四川省科源园林工程有限公司

四川省科源园林工程有限公司