展览规模创历年之最

成都春糖再启消费“新潮”

“基本上各大酒店都有酒企布展，到处都是同行。”临近第 108 届全国糖酒会开幕，在成都锦江宾馆附近，一位来自贵州的酒水经销商刘先生颇为激动地对山东商报·速豹新闻网记者形容着此次全国糖酒会的盛况。

白酒、食品两大行业内人士齐聚成都，其背后不仅仅是行业复苏的积极信号，也折射出了消费提振的趋势。作为食品酒类综合大展，第 108 届全国糖酒会已成为复苏食品消费行业的重要引擎，成为服务消费市场，构建新发展格局的关键平台。

◎文 / 图 山东商报·速豹新闻网
记者 丁一凡 发自成都

>>>

糖酒会重现“人声鼎沸”

作为国内食品和酒类行业人士瞩目的行业盛事，糖酒会一向是行业的“风向标”与“晴雨表”。而今年的全国糖酒会与往年不同的是，展会热度有了明显的回升，如在糖酒会正式开幕之前，成都各大酒店的酒企办展区都已是一片人声鼎沸。

据了解，第 108 届全国糖酒会将于 2023 年 4 月 12 日 -14 日在成都市举办。本届糖酒会主题为“全国糖酒会 会天下美味”，将在去年“一城两馆”的基础上全新升级为“两馆一城”——不仅在双馆内举办大规模展会，还将在成都市核心商圈、餐饮名店、公园等多个场景设置配套特色活动。

“住的地方都不太好找，很多酒店价格也有所上调。”刘先生告诉记者，因为糖酒会的召开，成都的酒店住宿房源紧张，比如春熙路附近的酒店的价格有的都能达到 600-700 元 / 间。

某酒店预订平台数据显示，截至 4 月 7 日，成都地区 4 月 12 日至 14 日的住宿预订量较去年同期增长 1300%，异地客群占比居多，主要来自重庆、北京、郑州、西安、深圳等地。成都当地交管部门也有消息显示，由于糖酒会部分参展商已先期入场、布展，近日以参展的 34 家宾馆为主要节点，周边路段人流、车流增加明显，道路出现不同程度的拥堵。

“就现在的情况来看，这次糖酒会的规模可能是历年之最。”刘先生表示，很多酒企、经销商前两年可能都没前来参展、参会，但这次几乎都来了，大家都像是憋了一股劲，就等着这次糖酒会的到来。

人气、规模刷新纪录

山东商报·速豹新闻网记者从全国糖酒会新闻发布会上了解到，第 108 届全国糖酒会首次实现成都市两个主要展览场馆面积满用，展览总面积 32 万平方米，再度刷新了全国糖酒会展览规模纪录，也将成为 2023 年度全球食品和酒类行业规模最大的综合性展会。

本届展会主题为“全国糖酒会会天下美味”，共设置 10 大展区及 17 个专区。世纪城展馆为酒类展区，将设置传统酒类、葡萄酒及国际烈酒、低度潮酒及啤酒三大展区；西博城为食品展区，将展示休闲食品、饮品及乳制品、调味品及配料、进口及烘焙食品、食品机械、食品包装及供应链以及预制菜七大展区。

值得一提的是，本次全国糖酒会共有 6517 家国内外知名食品和酒类企业参展，展商展品来自 42 个国家和地区。

据介绍，在此次糖酒会召开同期，组织机构还将充分发挥全国糖酒会思想交流、信息共享、体验分享的平台服务功能，配套组织近百场行业论坛活动，围绕酒类行业和食品行业两大主线，以食品和酒类两大主论坛链接垂直话题论坛、新品优选活动、大师班、主题研讨会、供采对接会、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。

如在世纪城展区，于 2022 年首次创办便在业内引起广泛关注和好评的“中国名优酒文化节”系列活动将进一步扩容，酒类主论坛“中国酒业大会”由组委会联合中国酒业协会主办，以“奋进高歌·把酒同欢”为主题，解读行业政策，剖析消费市场前景，共同探讨中国酒业发展新机遇，引领酒类产业发展新方向，打造经济复苏时代的消费市场黄金窗口，共享酒业市场红利。

白酒行业“全面起势”

实际上，作为糖酒会的重要“角色”之一，白酒行业的表现一直是受人瞩目的焦点。

“随着今年经济复苏，以及消费场景回归，白酒行业也迎来了高速发展的黄金期。”一名酒类观察人士告诉记者，众多酒企、经销商积极参与全国糖酒会，这本身就是一种行业复苏的信号。

记者注意到，诸多酒企对这次参展都颇为重视。以茅台为例，此次茅台不同于往年，正以“大集团一盘棋”的姿态亮相糖酒会。茅台集团各子公司强势输出、集中发力，全力扩大“茅台军团”品牌声量，以一城九展，吹响市场号角。

据茅台透露，这次糖酒会，茅台集团各酒类子公司和 i 茅台、巽风、茅台冰淇淋、茅台文创产品均设独立展位，展位陈列及设计极具个性，将集中向外展示茅台家族产品及茅台文化。另外，还将一并开展品牌推介、品饮体验等活动，为到场客商和消费者打造一场美的视觉盛宴。

五粮液在成都也开启了以“文传千载 酒承万象”为主题的 2023 五粮液文化酒主题探索馆。在开馆仪式上，五粮液新品“紫气东来”重磅亮相，树立中国低度白酒最高价值标杆。

作为春糖会期间举行的一场盛大文化快闪活动，2023 五粮液文化酒主题探索馆将从 4 月 9 日起持续一周，一直到 4 月 15 日。期间，五粮液将对 36 款、153 瓶文化酒进行集中展出，面向经销商、消费者、游客与市民免费开放。

“本届糖酒会，我们率先走出会展中心，布展酒店，走进了城市商业中心，让五粮液文化酒来到消费者跟前，使中国酒文化更加贴近人民生活。”五粮液相关负责人表示，此次五粮液文化酒主题探索馆，是五粮液主动顺应行业发展趋势的必然选择，也是以文化赋能，让更多人看到五粮液讲述中国白酒文化故事的努力与实践。

支撑“消费提振”

无论是白酒或是食品行业内的企业积极参展，还是众多行业相关人员纷纷前来参会，这种种盛况其实都折射出了全国提振消费的趋势。

今年的国务院政府工作报告指出，把恢复和扩大消费摆在优先位置。多渠道增加城乡居民收入。稳定大宗消费，推动生活服务消费恢复。中央经济工作会议也将“着力扩大国内需求”作为 2023 年重点工作任务，提出要把恢复和扩大消费摆在优先位置。同时，商务部也将 2023 年定位为“消费提振年”。

作为食品酒类综合大展，第 108 届全国糖酒会不仅要发挥促进食品和酒类行业产销对接和经贸交流的关键作用，更要成为复苏食品消费行业的重要引擎，成为服务消费市场，构建新发展格局的关键平台。

全国糖酒会新闻发布会上提到，本次全国糖酒会将充分展示成都市优越的经济发展吸引力和强劲的现代服务业实力；向广大客商全面展示食品和酒类行业的未来趋势和市场的创新方向；能通过良好的交易秩序、优质的服务保障、便利的食宿出行为广大客商创造不虚此行、满载而归的参会体验。

此外，通过精心搭建交易与交流的统一大平台，第 108 届全国糖酒会将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。在开好局、起好步，着力扩大国内需求，更好统筹国内循环和国际循环的背景下，将进一步发挥促进食品和酒类行业产销对接和经贸交流的平台作用，为提振行业信心、推动产业发展、活跃市场消费贡献自身的价值。