

齐鲁网·闪电新闻9月29日讯 9月28日，以“品质改变世界”为主题，2021（第五届）中酒展在山东国际会展中心盛大开幕，再一次让业界看到中酒展这个酒展新物种的实力和威力。

据中酒展组委会的官方数据显示，截至9月28日17:00闭馆，共有6.27万户专业酒商入场参观，不仅创下了五年来首日进馆人数的新高，更是一举超越了2020年第四届中酒展三天6.19万户的成绩。

经过五年时间的发展，中酒展办得越来越好，这已经成为业界的共识。成立五周年，对中酒展来说是一个全新的起点，站在新起点，中酒展将以锐意进取的姿态阔步迈向更高的未来。

开幕首日迎来三个好消息

中酒展是来了还想再来的展会

中酒展开幕第一天，有三个好消息：截至17:00闭馆共计6.27万人入馆；高质量论坛的观点输出、高质量经销商的到场，中酒展再度引爆中国酒业；开馆第一天，2022中酒展展位销售21%，130余家企业已签约2022（第六届）中酒展。

遵义市（仁怀市）酒业协会副秘书长杨必刚表示，酱酒能走出今天的热度，是长期艰苦而执着地进行品类和产区推介宣传的结果，作为“酱酒热”的有力推动者，“选高端酱酒，就来中酒展”已经成为很多人对中酒展特色的认知。

吴忠市农业农村局党组书记、局长陈雪松表示，“这次中酒展，将对我市葡萄酒产业健康快速发展起到积极的促进作用，将会进一步提升我市乃至宁夏贺兰山东麓葡萄酒产区的影响力和知名度，推动葡萄酒产业开拓更广阔的市场，获得更快的发展，创造更新的辉煌。”

乾坤福商贸有限公司董事长江月忠表示，作为酒类展会的新物种，短短五年时间，中酒展一步步发展到今年十万平的规模，中酒展是来了还想再来的展会，并呼吁酒商朋友们，不要错过每年的中酒展，是一次选品和思想的盛会。

湖北国酒贸易有限公司董事长沈京喜表示，中酒展有3大特质：一是持续进化，从第一届到第五届，中酒展的专业观众越来越多，展会面积越来越大，参展品牌越来越丰富，中酒展服务质量越来越高，行业口碑越来越好；二是众星云集，中酒展每年都吸引了大量的知名企业、知名酒商、知名专家、知名媒体参与，说明了中酒展平台的实力和影响力；三是尊重酒商，中酒展非常注重对优质酒商资源的积累，中酒展每年到场的经销商数量都是大幅上涨。这也是中酒展招商效果好，酒厂酒商都

满意的原因。

郓城酒类包装印刷行业协会会长张平表示，“我们希望借助中酒展这个平台，助推郓城的酒类包装产业的规模迈向新的高峰，也希望借此机会和行业人士多多交流，了解大家对酒类包装和印刷的最新需求，更好地服务和推动中国酒业的发展。”

包装包材—优质酒企—零售门店

中酒展打通上下游产业链

从参展企业数量上来看，第五届中酒展创下历史新高，但和过往四届有所不同的是，第五届中酒展实现上下游产业链的融合。

作为上游，今年中酒展首次打造中国酒业高端包材展，大规模引入上游产业链企业，与郓城酒类包装协会达成战略合作，作为有着“中国酒类包装之都”美誉的郓城，此次在郓城酒类包装印刷行业协会的组织之下，山东永信包装、九霄印刷、瑞升玻璃、晶玻集团、儒诚包装、宏大包装等来自郓城的包装印刷企业成为中酒展上的一道亮丽风景线。

其次是名酒，茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、剑南春、牛栏山、郎酒、西凤酒等名酒登上中酒展的舞台，由于名酒自带流量，且从品牌实力和长远来看，都是酒商布局未来的黄金赛道，再加上名酒纷纷推陈出新，打造第二增长曲线，更是给酒商入局创造有利条件。

第三是清香，第五届中酒展吸引牛栏山、汾阳王、山西杏花村汾酒厂股份有限公司、乔家大院、晋善晋美、山西堡子酒、山西酒如泉酒业等清香企业积极参展，在汾酒的引领之下，清香回暖迹象明显，有观点认为，清香热不是趋势，而是已经热起来了，极有可能形成“酱香热+清香热”的双热局面。如此一来，中酒展成为推动清香复兴的重要力量。

第四是光瓶酒，光瓶酒是名酒后百亿、千亿时代的基本盘，更是大众消费的基础盘。众多的一二线酒企加速产业布局，提高对光瓶酒的市场占位，近年来涌现出众多的新名酒、高线光瓶新品，大大拓宽了光瓶酒赛道，高光、李渡、光良携手亮相第五届中酒展。

第五是葡萄酒，全球最大的葡萄酒集团嘉露、欧洲第一大葡萄酒生产商卡思黛乐、意大利产量最大的葡萄酒集团卡维罗等世界葡萄酒巨头纷纷亮相中酒展，除此之外，中酒展还吸引宁夏吴忠市葡萄酒产业联盟、宁夏贺兰山东麓金山产区、西鸽酒庄、奥兰中国、天阶酒庄、忆麦国际、福建伟达酒业等产区、酒庄、运营商的积极参

与。

至于下游，今年中酒展吸引百川名品、宝酝集团、相合酒库等渠道商的参与，特别是今年，宝酝集团发布“超级渠道”战略，年底全国落地100家门店酱酒馆，并在2023年实现千店规模。作为中国酒类渠道的引领者，三者同时登上中酒展舞台，透露出的信号是，酒类渠道或将迎来新的变革。

值得注意的是，酒业家主编李宇重磅发布《山东酱酒市场调研报告》，深度解读山东酱酒市场的现状和未来机遇，并表示山东酱酒市场未来有六大发展趋势：大众酱香市场亟待破局；开发产品逐渐退潮；开瓶率问题可能是当前山东酱酒的最大困扰之一；渠道和终端运营工作的做精做细是下半场的关键；团购之后，宴席重要性凸显；疫情下经销商思路的转变。

开幕首日，论坛活动和品鉴会轮番上演。上午，首届中国老酒市场论坛、首届中国清香白酒发展论坛、中国精酿啤酒品牌创新峰会等论坛上金句频出；下午，2021第四届中国酒业工商首脑会议暨中酒展主论坛、首届中国酒业数字化营销论坛、第七届中国酱酒市场趋势高峰论坛、第八届中国葡萄酒市场趋势高峰论坛暨第六届全球葡萄酒G50峰会成功举办，同时嘉露高端产品私享品鉴会、卡思黛乐高端产品私享品鉴会、贵州仁怀酒产品推介会等活动也受到经销商的关注。

中酒展论坛的精彩不止于此。9月29日，2021中国酒业资本年会、第二届中国酒业思想力峰会、首届酒业人力资源创新发展论坛、第二届中国酱酒产业年会、首届中国酒业青年企业家峰会暨2021年45名45岁以下酒业精英颁奖典礼、中国酒商转型论坛暨第四届新锐酒商联盟夏季峰会等近20场活动蓄势待发。

通过三天时间，举办超40场活动，中酒展立足于酒类产业，中酒展以论坛的形式，将思想的价值最大化，是探寻产业变革的重要力量。

获UFI认证、加大反山寨力度

中酒展持续进化

从第一届到第五届，是中酒展成长的过程，更是中酒展进化的过程。

9月13日，从国际展览业协会（UFI）总部巴黎传来消息，中国高端酒展览会正式成为国际展览业协会（UFI）的认证展会，这标志着中酒展的品牌、规模、品质、服务水平、口碑等方面获得了国际展览业最高水平协会的认可。

今年是中酒展的五周年，相信在下一个五年，中酒展将继续秉承锐意进取、勇于创

新的精神，为中国酒业发展注入新的活力和新的动能，为推动中国酒业向前发展贡献一份属于自己的力量。

大幕已经开启，第五届中酒展的成功举办，也将助推中国酒业的进一步发展，在新的十年中，在大变局中，中酒展将始终坚守“把全世界的美酒带给伟大的中国人民”这一使命，以“让天下没有难找的好酒”为愿景，打造中国酒业厂商高效对接的平台。

闪电新闻记者 吴天旭 济南报道