

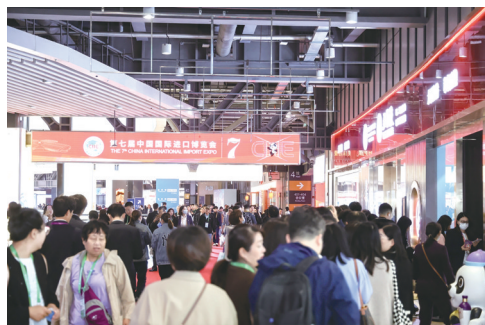
五粮液：七度携手进博会 续写开放共享“和美”新篇



进博会现场

11月5日—10日,第七届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)在国家会展中心(上海)举行。与进博会七度携手的五粮液,今年继续以“核心支持企业”及虹桥国际经济论坛“钻石会员”的身份深度参与本届进博会,以坚定的文化自信和切实的行动实践,助力进博会向世界展示民族品牌时代面貌、中华文化独特魅力、中国市场开放姿态,为世界酒业的产业合作、经贸往来和人文交流增添“和美”力量与智慧。

举办进博会是中国着眼于推动新一轮高水平对外开放作出的重大决策,是中国主动向世界开放市场的重大举措。按照“越办越好”总要求,进博会充分发挥国际采购、投资促进、开放合作、人文交流等四大平台作用,展会质量持续提高,作用日益凸显,国际影响力更加广泛,不断推动“展品变商品、展商变投资商”,有效连接中国和世界市场。



国家会展中心(上海)展会现场



五粮液主题餐车



观展嘉宾打卡

分享实践 全产业链、标准、创新 守护舌尖上的安全

本届进博会期间,五粮液深度参与进博会开幕式、虹桥国际经济论坛“全球气候变化下的可持续贸易”分论坛、第十七届“一带一路”生态农业与食品安全论坛等系列活动,作央视视频《虹观世界》栏目,分享五粮液在生态保护、食品安全、“走出去”等方面的发展建设实践,多元展示“大国浓香”和风采。

11月6日,本届进博会主论坛活动之一的第十七届“一带一路”生态农业与食品安全论坛举行。会上,五粮液股份公司总经理华涛以《从一粒种子到一滴美酒 全生命周期筑牢食品安全防线》为题发表主题演讲,分享了五粮液在“守护舌尖上的安全”这一事关每个人生命健康安全方面的发展实践。

华涛表示,民以食为天,食以安为先。共筑食品安全防线,让人类命运共同体的温度从各国人民的舌尖传递到心尖,是大家共同的责任。五粮液始终秉持“集五粮精华,守百

年匠心。唯求完美酿造、永树品质标杆。”的质量方针,毫不懈怠地呵护好“中国造”“良心酿”这块金字招牌。

五粮液如何“守护舌尖上的安全”?华涛在演讲中表示,首先,体现在“源头原产,头尾相衔”。粮食安全和食品安全,既是“上下游”,也是“前后端”,更是“全系统”。五粮液升级建设了超132万亩酿酒专用粮基地,预计2026年将超过200万亩,建立酿酒专用粮品种库,制定严格的种植技术规范,建设MAP智慧农业管理系统,实现原粮100%可预检、可追溯、可管控,在行业内率先构建起“从一粒种子到一滴美酒”的全产业链一体化质量管理模式,从源头筑牢全生命周期食品安全防线。

其次,体现在“质量提升,标准先行”。“料必优,时必适,工必到,法必精”,五粮液采用“1366”极致传统酿造工艺,经历100多道工序、85个关键过程和217个专检点,构建了“内控严于企标、企标严于国标”的标准

制度体系,制定了涵盖产品研发、原辅材料、生产工艺、过程控制、分析检测、勾调包装、仓储运输等各个环节的技术标准50余项;行业唯一入围第五届中国质量奖提名奖,1990年、2003年、2011年、2021年四度荣获全国质量奖,在质量上不断追求创新,不断刷新质量“天花板”。

第三,体现在“匠心匠艺,引领创新”。五粮液拥有中国酿酒大师、中国首席白酒品酒师、国家级白酒评委等行业领军人物近200人;建成国家白酒产品质量检测检验中心、国家酒类品质与安全国际联合研究中心等7个国家级创新平台,持续开展以发酵机理、健康因子、风味物质为核心的基础理论研究,创新平台、创新人才、创新成果行业领先。围绕原粮管理、基酒生产、勾调包装等关键环节,建立了LIMS质量管理体系等48个信息系统,推动以经验为主的传统模式向以数据驱动的科学模式双向融合,不断探路攀登中国白酒品质巅峰。

深度参与 七度携手 与进博会“和美共进”

本届进博会期间,五粮液优化升级后的360平方米文化体验中心,与进博会携手打造的联名文创盲盒“五福进宝”焕新版及两辆主题展示车也悉数精彩亮相。

焕新升级的文化体验中心以“五粮液与进博会合作之缘”为主题,设置“缘聚进博”“五粮传奇”“五粮佳酿”“醇香世界”“酒韵绵延”“逸酒天地”六大板块,以酒为媒,将“五粮液与进博会如‘7’相逢”的传奇娓娓道来,共话中国与世界的开放故事。

展厅外围的艺术橱窗,一边勾勒出五粮液与上海“从长江头到长江尾”的羁绊,一边展示着五粮液深厚文化底蕴的特色标志建筑,以艺术化的视觉插图,展现了五粮液与进博会之间跨越时空、历久弥新的不解之缘。展厅内,从五粮液进博会纪念酒到五粮液金熊猫纪念酒,从501五粮液到五粮液龙年生肖酒,从经典五粮液系列到浓香系列酒和果露酒,各色产品无声展示五粮液满足消费者多元需求、为消费者创造美好的不变初心;从五粮液八大古传酒坊微缩景观到唐末元明清传承演变,诉说着品牌深厚的传承底蕴和文化魅力;从“种酿选陈调”美酒五字诀

到观色、闻香、品味、悟格的“品酒四步法”,再到最新的风味与微生物研究成果,折射出五粮液坚持守正创新,追求极致品质的坚定决心与有力践行。

五粮液与进博会缘分深厚。2018年首届进博会,五粮液结缘全球知名企业思爱普(SAP)并签署战略合作协议;2019年,五粮液在进博会人文交流展区深切地感受到全球客商对中国传统产业的认同和喜爱;2020年,五粮液成为第三届进博会“核心支持企业”,责无旁贷地承担起人文交流的使命;2021年,五粮液文化展示中心长期落户进博会,在唇齿留香间助力全球文化深入互动交流,为对话合作增添和美五粮芬芳;2022年,由五粮液和进博会联合打造的“五粮液·第五届进博会纪念酒”正式发布,“大国浓香”美酒香溢全场,同时双方联合推出的“五福进宝”文创盲盒,其极富特色的产品和寓意的深刻创意引发广泛关注和好评;2023年,五粮液六赴进博之约,进博会纪念酒、迪拜世博会中国馆官方指定用酒、中国加入APEC30周年纪念礼盒、博鳌亚洲论坛指定用酒、IFF成立20周年纪念酒等联名产品集

体亮相五粮液文化体验中心,展现五粮液融入国家级、国际性大平台,坚定“走出去”的持续实践和积极作为。

而今年进博会,为与全球展商共享“7”缘,五粮液精心准备了一系列精彩纷呈的互动体验活动。互动打卡、趣味问卷、五粮液巅峰挑战等活动环节,为观众带来别出心裁的“五粮液进博之旅”。同时,五粮液创新打造的两辆主题展示车“和美特调”“茶香韵韵”也惊艳亮相,传统酒肆风格的鸡尾酒餐车、旧上海滩风格的白酒咖啡/餐车,让来宾在品味“大国浓香”中感受民族品牌的包容、自信。

五粮液与进博会的合作愈发深入,其借助进博会这一平台,不仅展现其作为中华优秀传统文化的传承者、发扬者,更彰显引领中国白酒“走出去”的坚定步伐。

业内人士指出,五粮液“和美文化”,深刻诠释了共赢共享的发展理念,这与进博会作为国际经贸交流的高水平开放平台所倡导的博采众长、开放共享精神不谋而合。两者均强调在多元文化的交流与融合中,寻求共同发展、共享繁荣的道路,共同构建了一个和谐共生、互利共赢的美好愿景。

借势盛会 努力成为国际化、世界性、现象级物产经典

不断加强和深化与进博会的合作,是五粮液加速推进国际化,以开放的姿态,积极参与全球酒业分工与合作的重要行动。

作为最早走出国门的中国名酒之一,五粮液一直在探索饮食文化中的白酒价值表达,致力于向世界消费者呈现中国白酒的“和美意境”。

为推动中国白酒更好走向世界,近年来五粮液坚定“走出去”步伐,积极参加共建“一带一路”沿线国家和地区的重大公共活动;持续站岗G20峰会、APEC、夏季达沃斯论坛、博鳌亚洲论坛、国际金融论坛、世博会、东博会、进博会等重大国际平台活动,讲

好中国白酒故事和五粮液故事,在世界舞台擦亮“中国名片”;持续开展“和美全球行”跨国文化交流活动,通过文化、艺术、时尚等多元形式,向世界展示其对于品质、美学与创新的不懈追求,推动以白酒为代表的中华优秀传统文化更好地走向世界,助力全球不同文明交流互鉴、和美共生;牵头制定中国白酒国际标准,推动构建适应国际贸易的白酒标准体系,提升中国白酒品牌的国际话语权。五粮液在德国杜塞尔多夫、中国香港、日本东京等地设立了多个“五粮液大酒家”,倾情打造“中国酒+中国菜”模式,用可感知、可品味的方式,向世界讲述中国白酒故事,拉

近不同文化间的情感距离,引领白酒成为民心相通的桥梁、文化交流的媒介、文化互鉴的纽带。五粮液用切实的行动,不仅提升了中国白酒的国际影响力,更为全球不同文明之间的交流与互鉴注入了新的活力。

面向未来,五粮液将一如既往地讲好中国故事、展现中国形象为时代使命,以坚定的文化自信和切实的行动实践,努力做好中国白酒文化的传播者和世界酒文化交流的连接者,积极参与全球酒业分工与合作,不断开拓中国白酒国际市场新格局,加快向产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业迈进。(杨波 侯云春)

五粮液“和美全球行”走进美国、秘鲁

四川经济日报讯 11月10日—15日,五粮液2024年“和美全球行”将相继走进美国华盛顿、纽约和秘鲁利马。

五粮液“和美全球行”是以“和美”为主题的跨国文化交流活动,旨在通过文化、艺术、时尚等多元形式,向世界展示五粮液对于品质、美学与创新的不懈追求,推动以白酒为代表的中华优秀传统文化更好地走向世界,助力全球不同文明交流融合、和美共生。

本次五粮液“和美全球行”系列活动走进美国,秘鲁期间,五粮液将在华盛顿林肯剧院举办“和美乐章”五粮液中外经典名曲室内音乐会,并以“首席合作伙伴”身份亮相于纽约举行的“追随变革的步伐”2024年《财富》全球论坛。同时,与APEC结缘6年的五粮液,也将继续以“铂金级赞助商”“独家白酒合作伙伴”身份深入参与在秘鲁举行的2024年APEC工商领导人峰会系列活动,作为“战略合作伙伴”参与“创新引领可持续未来”亚太可持续工商之夜等活动。

据了解,2023年7月,五粮液“和美全球行”首站在法国巴黎开启,拉开其在海外开展重要主题文化活动的序幕;2024年4月,五粮液“和美全球行”走进新西兰、智利、巴西以及我国香港地区;今年8月,五粮液“和美全球行”全新起航,走进北欧丹麦、芬兰两国;9月,又相继走进意大利、奥地利、法国。活动期间,中国白酒与法国葡萄酒这两大世界级酒产区的顶级美酒碰杯,中国国粹川剧变脸与智利国舞奎卡舞的文艺碰撞,“五粮液·中智和美”限定礼盒的发布,五粮液与意大利金巴厘集团携手共创“五谷罗尼”鸡尾酒惊艳亮相美洲、欧洲、亚洲三大洲7个国家、700余家主流酒吧,以及经典五粮液系列、第七代五粮液、五粮液熊猫造型酒、五粮液“和美澳门”等明星产品的精彩亮相等,在向当地消费者展示五粮液品牌文化、品质魅力、深厚底蕴的同时,也以酒为媒,创新表达形式,与世界共融共鸣、和美相遇,探索与不同文明交流互鉴的创新性转化。

相比于2023年,五粮液2024年“和美全球行”系列活动在整体覆盖区域、持续时间、内容构成等方面,均实现大幅升级。延续“香遇世界 和美共生”大主题,突显各站次、各活动间的紧密性和系列感,形成丰富内容支撑,将五粮液“和美全球行”在全球范围内以酒为媒联动文化、品牌、营销等多层面资源的平台效应得以真正突显。

五粮液以“和美”之名积极探索“走出去”,是其创新中国白酒价值表达,努力做好中国白酒文化的传播者和世界酒文化交流的连接者,积极参与全球酒业分工与合作的一个缩影。

近年来,五粮液持续开展跨界合作,先后与施华洛世奇、米其林指南、金巴厘集团等各领域顶级品牌携手,通过共办活动、推出联名款产品、礼盒等方式,打造了五粮液·缘定晶生、“五谷罗尼”鸡尾酒等跨界合作的成功范本产品,推动五粮液品牌在各圈层的口碑、影响力持续增强,助力中国白酒讲好东方故事,提升国际美誉度与影响力。(杨波 侯云春)



五粮液香遇巴黎



五粮液“和美全球行”海报



五粮液“和美全球行”活动

(本版图片由五粮液公司提供)