



首农食品集团亮相第110届全国糖酒会

三月蓉城，糖酒飘香，“天府之国”成都又热闹了起来，3月20日至22日，第110届全国糖酒交易会在成都盛大举办，作为2024年度全球食品和酒类行业人士瞩目的行业盛事，充分发挥行业“风向标”与“晴雨表”的作用。

首农食品集团以“首农来啦！品质好物 尽在首农”为主题，携旗下三元食品、二商肉食、糖酒集团、首农味业、京粮集团、京粮控股、水产集团、双河农场等10家企业20个品牌参展，依托最大平台资源，对接专业经销商客户，扩大品牌影响，推动产品走出去，实现高质量发展。



顾客驻足首农美食品鉴区品尝体验。

本报讯 来到首农展位，简约大气的设计风格，琳琅满目的产品映入眼帘，首农美食品鉴区烟火气十足、香气四溢、热闹非凡，古船面包热气腾腾的“风味汉堡”、刚出锅的华都唐扬鸡块、古船面粉联手京糖现炸的糖油饼、香味浓郁的双河米饭配上黑六红烧肉，吸引了众多观展朋友驻足品尝体验，来一杯六必居“围炉煮奶”二八酱奶茶配上一卷手工酱菜煎饼，更是满足了顾客对非遗特色美食的需求。

走进产品展示区，各企业精心准备，携带一众经典产品和诸多亮眼新品亮相本届糖酒会。除传统经典产品外，六必居新品甜面酱匠心晒制180天，坚持0添加，更因其便捷包装、简单易操作的烹调方法，一经发布，即引起经销商和合作伙伴高度关注；王致和隆重推出新产品“臭鳊鱼”，简单烧制，既能秒变“大厨”，还有臭文化产业链中的明星产品的“油炸臭豆腐”，携手大红门联合推出的新产品“腐乳火腿肠”，不仅忠实于传统工艺，还符合了现代消费者追求便捷的生活方式。三元食品推出的新产品“卡卡嚼”与八喜“梦与星河”系列高颜值新品交相呼应，吸引顾客驻足品尝围观咨询。

展览期间，集团抖音账号“首农·美好生活市集”在展位现场进行了全程直

播，推广集团母子品牌及优质产品，粉丝数量稳步提升。六必居、王致和、京华、古船、古币、大红门6家老字号代表亮相“老字号专区”展示老字号源远流长的文化魅力。

此外，本次展会，集团团委选派了六名优秀青年代表参与其中，对集团整体品牌及产品进行了详细的学习和体验，展示了集团青年风采，激发青年员工的工作热情和创造力，在实际业务中锻炼和培养青年的市场能力和团队协作精神。

展会期间，集团各企业累计接待观众超10万人次，对接经销商客户6000余家，意向客户上千家，有30余家客户完成现场签约。大润发、家家悦、淮百、比优特等传统连锁行业大客户，京东、天猫、抖音及即时电商大客户，餐饮行业大客户，进口贸易商等客户纷纷莅临集团展位进行商务洽谈。各企业借助展会不断填补空白市场并拓展了新渠道、新客户。

各企业以糖酒会为契机，举办丰富多彩的营销活动。3月15日至19日，三元食品、华都酒业参加了糖酒会行业专业酒店展，与行业客户、经销商进行了详细对接并达成签约意向；3月17日，华都酒业隆重举行了“承势启航 耀启华章

——酱酒核心产区发展论坛暨华都酒业战略新品发布会”；3月19日，王致和举办了年度经销商大会，汇集了来自全国各地的经销商伙伴，共同见证公司的创新成果和未来发展规划，现场完成新品签约合计18家经销商，共计1680万元；3月19日，六必居举办了主题为“携手新模式 共创新未来”的年度经销商大会，邀请近百位经销商代表齐聚一堂，以酱为媒、以酱兴业，交流先进理念、先进技术、先进模式，共谋推动中国酱文化产业高质量发展，现场共成交客户69家，签约754万元，货款已全部到账。

媒体资源组合方面，今年的广告投放除选择原有的媒体形式和时段以外，采取多种信息组合投放，投放时间则覆盖糖酒会召开前后的整整一个月。从展会前的成都双流机场及成都天府机场航站楼灯箱广告上刊，到跨度一个月的高铁列车电视广告播出及成都东车站台户外广告大屏，不同的媒体形式分阶段依次推出，环环相扣，反复出现在消费者面前，不断强化品牌记忆。

集团依托展会资源，搭建平台，对接专业经销商客户，为加速产品走向全国奠定基础，力争在提升集团品牌影响力上取得更大作为，在实现集团高质量发展上获得更大突破。



第110届全国糖酒交易会首农食品集团展位。



此次糖酒会期间首农食品集团在多地持续投放广告。