

在第七届中国国际进口博览会上，世界顶尖酒类品牌展示了与中国市场的深厚渊源和对创新的不懈追求，不仅带来了经典佳酿，更通过限量版产品、创新设计与本土合作，传递出对中国市场的长期承诺与共赢愿景。在这个汇聚东西、共酿未来的平台上，呈现了一场跨越文化与时间的佳酿盛宴，庆祝品质、文化和合作的美好未来。

# 时光之礼 共酿未来

文 / 西恩



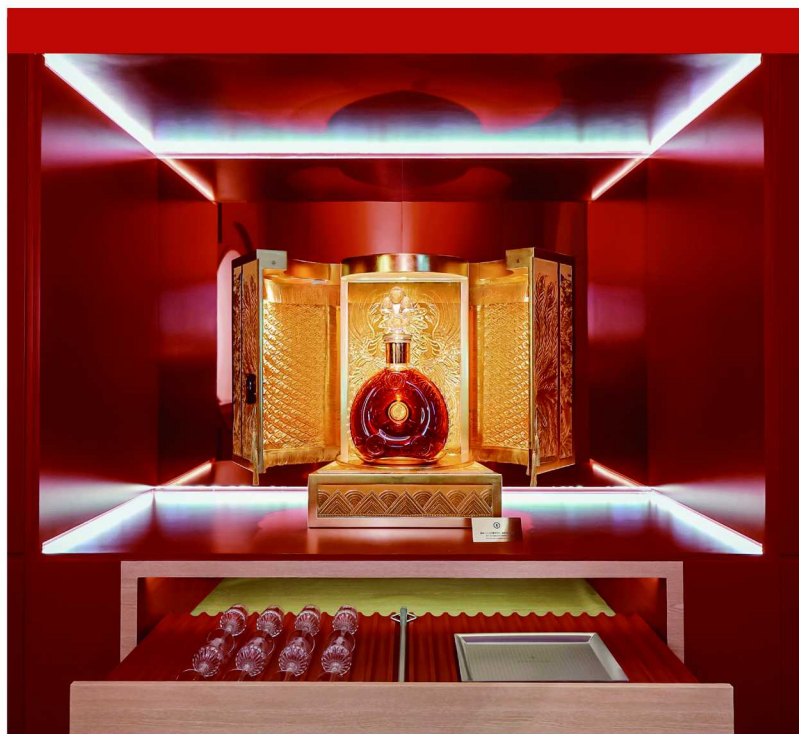
## 轩尼诗

2025 中国蛇年

“重构”限量版轩尼诗干邑

中法建交 60 周年之际，LVMH 路威酩轩集团旗下品牌轩尼诗 (Hennessy) 随 LVMH 路威酩轩集团参与中国国际进口博览会。轩尼诗与中国的故事源远流长，有着长达 165 年的深厚渊源。在今天的法国馆 LVMH 路威酩轩展厅，轩尼诗携中国新锐先锋设计师裘淑婷打造的 2025 中国蛇年“重构 (Reimagination)”限量版轩尼诗干邑正式亮相。裘淑婷从家乡杭州的传统文化遗产中汲取灵感，将中国传统织锦的经典花纹巧妙融入了 2025 春节限量版轩尼诗 V.S.O.P、轩尼诗 X.O 和轩尼诗百乐廷之中。此外，品鉴吧台也在展台面向公众开放，并呈现三款以轩尼诗 V.S.O.P 和轩尼诗新点为基底的特调——轩格丽特、轩尼诗干姜特饮以及轩尼诗浓缩咖啡马天尼。

进博会期间，轩尼诗总裁兼首席执行官 Laurent Boillot 先生重磅发布了《轩尼诗 2023 年可持续发展报告》，分享了轩尼诗通过“植”此青绿”计划、“千株树篱”计划、干邑环境认证、“全球公益球场”等可持续相关项目，在中国乃至全球范围内取得的最新进展。



## 人头马君度集团

路易十三高级定制臻藏版《鎏金永刻》

全球知名烈酒集团人头马君度 (Remy Cointreau Group) 携中国区旗下全产品矩阵参展，以“博样卓越，以酿共赢”为主题，展示了在产品矩阵、市场举措、企业社会责任以及对话共创等诸多维度上进行的多样布局与卓越实践，持续深耕高端洋酒市场，同酿共赢未来。值此中法建交 60 周年之际，人头马君度集团董事会主席玛丽-阿米莉·德·勒斯 (Marie-Amélie de Leusse) 女士、全球首席执行官艾睿睿·瓦拉 (Eric Vallat) 先生、中国区首席执行官彭爽玲 (Sophie Phe) 女士亲临进博会现场，传递对中国市场一以贯之的信念承诺以及对未来坚定的共赢企盼。

人头马君度以“风土馈赠，以人为本，时光铸就”为核心理念，升级打造全新 120 平方米集团展台，采用富有文化内涵、

象征“礼”与和谐的对称设计为基础，坚持绿色环保循环使用原则，并在展台内部首次设置“集团可持续空间”，通过多种交互体验与现场互动，展开了一场从卓越产品、风土匠心到环保善举的探索之旅。

进博会上，人头马君度集团旗下路易十三、人头马优质香槟区干邑、君度橙酒、布赫拉迪单一麦芽苏格兰威士忌、植物学家金酒、玳慕香槟等亮点纷呈，展现了高度匹配消费需求多元的中国市场所需要的“博样”产品力和品牌力。其中，路易十三 6 公升耀世杰作——高级定制臻藏版《鎏金永刻》，堪称干邑艺术与高定艺术、奢华品质与艺术美感的卓越结合，产量极度有限，并与国际知名中国高定设计师郭培女士联手打造，织就时光礼赞。



## 奔富

蛇年限量礼盒

NIGO 联名设计假日系列限量款礼盒

这是 Penfolds 奔富连续第五年参加这一全球瞩目的国际贸易盛会，也正值品牌 180 周年，奔富以全新品牌视觉形象亮相，呈献了来自澳大利亚、美国、法国和中国在内的标志性产区的品质佳酿，更以展台互动、葡萄酒品鉴大师班等多元方式讲述了奔富多国原产地酿造理念，以“无界·超越”之姿，打造了别具一格的葡萄酒文化交流平台及品鉴体验。

以 Bin 389、Bin 704、FWT 585 和 CWT 521 为代表的 2024 珍藏系列佳酿分区陈列，全球抢先预览的蛇年限量礼盒和全新发布的 NIGO 联名设计假日系列限量款礼盒也惊喜亮相，与 Bin 180 库纳瓦拉赤霞珠设拉子限量款红葡萄酒、“One by Penfolds 奔富一号”潮流葡萄酒系列等，共同展示了奔富的混酿艺术表达与创新探索精神。

此次进博会上，奔富分别与中粮名庄荟国际酒业有限公司、华致酒行连锁管理股份有限公司、光明食品国际有限公司以及福建省粮油食品进出口集团有限公司深化长期战略合作，并携手中国农业大学设立“奔富一号基金”，持续蓄力本土葡萄酒行业人才培养，并提供更多的学习实践和发展机遇。



## 爱丁顿

麦卡伦明日经典·200 周年纪念款

世界闻名的烈酒企业爱丁顿携旗下苏格兰单一麦芽威士忌品牌麦卡伦 (The Macallan) 连续第四次亮相进博会，以“麦卡伦 200 周年，一场穿越时空的风味之旅”为主题，展现品牌 200 年的过去、现在和未来，共话未来发展愿景。

此次爱丁顿展馆占地面积达 120 平方

米，以品牌标志性的红色为主色，流线型线条设计环绕各展示区域，入口处 6 米高带有“自然锋芒”的红色山峰装置，重磅展陈了麦卡伦明日经典·200 周年纪念款 (TIME: SPACE Mastery)。这款威士忌精心甄选来自 14 种不同出众品质的橡木桶陈年酒液，向历代威士忌制酒大师致敬。

麦卡伦还于进博会现场首发两款新品，其中一款是臻味不凡系列第四款产品之自然幻境，由麦卡伦携手太阳马戏

(Cirque du Soleil) 共同打造，生动讲述麦卡伦与橡木的深厚渊源；另一款是麦卡伦焕新 2024 版，其创制灵感源于西班牙赫雷斯·德拉弗龙特拉 (Jerez de la Frontera) 地区，赫雷斯本土艺术家玛丽亚·梅莱罗 (María Melero) 以艺术巧思为这款威士忌精心设计了充满节日活力的包装。此外，展厅内还设有试饮吧台及品鉴空间，现场来宾可以参与威士忌大师品鉴课程，领略麦卡伦威士忌酒液的独特风味和卓越品质。