

糖「甜」酒「香」

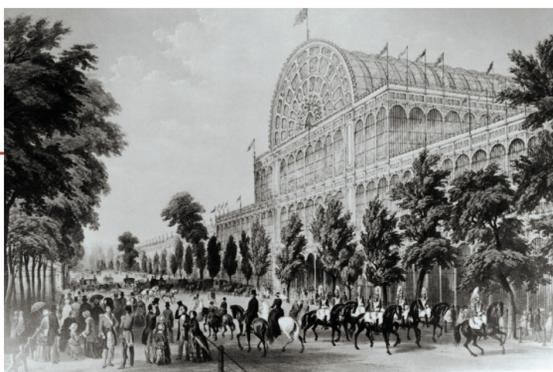
为春季定制的展会



现场来自成都的文化IP“哪吒”与游客互动。



第112届成都春糖会期间游人如织。



1851年万国博览会的伦敦水晶宫。图据视觉中国

春季糖酒会 成都春天的“专属节日”

中华人民共和国成立后，同样重视展会对经济发展的重要推动力。各式各样的展销会在全国各地纷纷上线，书写着属于自己的传奇故事。这当中，就不得不提有着“天下第一会”美誉的“全国糖酒商品交易会”。

20世纪50年代，“一五计划”在中国大地上如火如荼地进行着，随着国内经济的快速发展，广大群众对“第三类商品”的需求与日俱增。在此背景下，1955年在原城市服务部组织下，一场“全国供应会”在北京西苑大旅社召开。这场展会，也成为全国糖酒会的起点。从1984年开始，全国糖酒会改为每年春季、秋季各举办一次，也就是大家后面熟知的“春糖”和“秋糖”，从创办至今，全国糖酒会成为唯一没有中断过的国家级展会。

1987年，全国糖酒会首次进入成都，当时成都为此专门成立了糖酒会历史上最早的会展机构“成都商品交易办公室”，这届糖酒会成交总额达到了29.75亿元，成绩极为亮眼，同时也为春季糖酒会永久落户成都奠定了坚实的基础。

春糖会对于成都人来说，就是阳春三月间一个专属的节日。每到糖酒会，人民南路和成都体育场就张灯结彩，形成了全民的狂欢。无数市民从四面八方涌入春糖会现场，随处走到处看，等着“捡相因”。而各大厂商为了宣传自家的产品，也在“广告战”上铆足了劲——挂灯笼、竖彩旗、升气囊。成都火车站更是客商争夺的重点，站前的空地被一座座巨型的充气广告填满得满满当当。火车站外墙被各种巨幅广告盖得严严实实。护栏上摆上了颜色各异的广告牌，隔离带上各种彩旗随风飘扬……

早期的成都春糖会，没有现在考究的展厅、专业的展台，以及服务和推销人员，一切都很简单，木桌子、木板凳，商品摆在地上卖，在糖酒会上走一圈，肚子都能被各种各样美味的试吃品填得“滚圆”。当时宣传方式比较单一，为了宣传自己的商品，商家就比哪个的标语长。从首届糖酒会就一直坚持用相机记录现场的王晓庄如是说。

38年过去了，成都春糖会举办地点从成都旅馆到沙湾老会展，再到世纪城新会展和西博城，一切都向着国际化、专业化的方向发展与前行。在本届糖酒会正式开幕前，对于如何将本地历史文化和商业相结合这一话题，各界学者也纷纷给出了自己的建议。中国社会科学院考古研究所研究员、中国考古学会公共考古专业指导委员会主任王仁湘建议，开发一种可以普遍流通的考古酒产品，将文化历史与消费文明相结合，让更多当代消费者直观认知川酒文化的深厚历史。

在本届糖酒会现场，西博城3号馆专门设置了1100平方米的人工智能设备专区，探索和展示酒水行业的科技升级。中国酒业协会理事长宋书玉指出，在生产端：物联网技术实现全流程可视化监控，AI算法优化提升品质；在消费端：虚拟品鉴、元宇宙场景打破时空界限，AR技术让酒文化“活起来”；在供应链端：智慧物流体系降本增效，柔性生产满足个性化定制需求。

如今的春糖会，活动范围已经从展馆蔓延到街巷，展会时间也从白天延续到了夜间。3月20日至23日，“神话夜·春糖光影”夜游活动在成都高新区四大点位联动登场，非遗、国漫、光影与糖酒会消费场景深度交织，为春日蓉城注入夜间活力。活动首日，交子之环、春糖季主会场等四大点位人流如织，非遗烧酒体验馆台前，家长带着孩子将金箔贴成哪吒铠甲；火尖枪投壶游戏区，大人们与孩子同场竞技，欢笑声交织成片。

春糖季的“溢出效应”激活了城市毛细血管。通过“潮流生活节”“啤酒生活节”“国际美食街”三大消费场景联动，实现文化体验与消费转化深度融合。春糖季主会场内，77家合作商户推出联名现金券、“早鸟币”等优惠，覆盖餐饮、文创、美容等多个领域。《哪吒2》特展内的限定海报人气爆棚，集市里的精酿啤酒摊顺势推出“神话特调”，“Hi我图幸运抽奖”为市民、游客提供集章任务清单，影视IP和文旅消费互为呼应，谱写着春糖的“甜蜜场景”。

本版稿件未经授权严禁转载

现代会展 博览会成影响力的象征

如果说古代集市为商品交换奠定了坚实的基础的话，那么现代博览会，则架构起了全世界会展经济的框架，在某种程度上还是一个国家综合影响力的体现与象征。

19世纪中期，伴随着欧洲工业革命的到来，欧洲各国的国力不断提升，生产出的各类商品也亟待寻求更广阔的市场。在此背景之下，1851年，英国举办了水晶宫博览会（Crystal Palace Exhibition）。为了这次博览会，英国政府耗用了大量资金，在海德公园建造了一座水晶宫。作为当时最大的建筑，水晶宫由钢铁与玻璃打造的史诗级建筑，长563米，宽125米，占地面积7万多平方米。

水晶宫博览会，被认为是首届世界博览会，后世对它的称呼有很多，除了水晶宫博览会外，还有万国工业产品博览会（Exhibition of the Works

of Industry of All Nations）以及1851年大博览会（Great Exhibition of 1851）。在这届博览会上，来自世界各国超过10万件展品你方唱罢我登场，令人目不暇接。除了奢侈品、艺术品、工艺品外，甚至还有德国军火制造商克虏伯（Krupp）研发的加农炮。

19世纪末至第一次世界大战前，展览会和博览会成为发达国家争夺世界市场、展示综合国力的综合平台。不过这种博览会更倾向于展示与宣传，对于商业交易的推动力有限，于是在1894年德国莱比锡举办了第一届国际工业样品博览会。这种新型展览形式兼具集市的市面性和工业展览会的展示性，即以展示为手段，以交易为目的。这次博览会被认为是现代贸易展览会的最初形式。现代会展经济由此走上规范化和市场化的轨道。



1893年哥伦比亚世界博览会。图据视觉中国

中国会展 从旁观者到主办方

1851年在伦敦举办的首届世界博览会，中国官方并没有参与其中，反而是一位广东人以私人身份参加了这次世博会，他还带去了“荣记湖丝”并获得了金银大奖。直到1876年，中国政府才第一次派出代表，以官方身份参加了费城世界博览会。

此后，中国又以组团参展、寄物参展、派员参观等多种多样的形式，先后参加了20余次世界博览会。展出的商品，则以丝绸、茶、器皿等传统手工业产品为主。值得一提的是，1915年在美国旧金山举办的巴拿马太平洋万国博览会上，茅台酒登上了世界舞台，并上演了“酒香为媒”的故事：一位代表不小心把盛放茅台酒的陶罐摔碎了，酒香四溢，惊艳世界，茅台酒也因此获奖。现代世界博览会，

让许多中国先行者看到了国家发展的滞后，立志要实业兴国，从客观上推动了中国的发展。同时，先行者们也敏锐地看到了大型博览会对经济发展的推动作用，从而催生了中国国内的会展业。

1909年，清政府在武昌、南京举办了商品陈列所，也称物品展览会，用以展示国货，同年9月至10月，武汉劝业奖进会在武昌南湖举办，这成为中国近代史上的第一个博览会。1910年，中国举办了南洋劝业会，这既是中国举办的第一届世界级的博览会，也是中国历史上首次以官方名义主办的国际性博览会。

1929年，中国又在杭州举办了西湖博览会，展会共展出商品3000余件，参加人数达到了42万人次，其盛况可以与1926年美国费城博览会相媲美。展会上，中国的瓷器、绸缎、茶叶畅销一时，中餐馆生意兴隆，在欧洲引起了热烈反响。

会展“雏形” 从集中交易到主题集市

商品交易，在人类文明早期就已经出现，而它出现的重要原因之一，就在于资源的分布不均。最典型的例子，就是一个村的猎户手里有肉食，农夫手里有粮食，妇女手中有衣物，工匠手中有各种各样的生活物品……在此背景下，人们总是会利用手中的剩余资源，去交换他人手中的其他必需品。

随着人类活动范围的扩大，这样的商品交换已经不再局限于一村一族中进行，当越来越多的人集中到商品交换中来，设定相对固定时间、固定地点的集市就逐渐形成了。早期的人类集市，虽然相比今天，无论在商品种类还是集市规模上都无法相提并论，但其“陈列”“展示”的基本特征却一应俱全。

我国最早的集市，早在商周时就已经存在，到了唐宋之后得到了蓬勃发展，并逐渐形成了主题集市。这当中最典型的代表，就是诞生于成都的“十二月市”。北宋赵抃在《成都古今集记》中明确记载了“成都十二月市”：“正月灯市、二月花市、三月蚕市、四月锦市、五月扇市、六月香市、七月宝市、八月桂市、九月药市、十月酒市、十一月梅市、十二月桃符市。”

每月一“市”，每“市”一主题，是成都“十二月市”典型的特征。无数来自蜀地以及外地的商品，汇聚到了成都城中，再随着商人的脚步，散布到全国各地以及西边的吐蕃、大理等国。不过需要指出的是，“十二月市”虽有各自不同的“主题”，但并非只卖一种产品，而是集纳了吃、逛、游玩等功能，具有非常强的互动性与参与性，更像是以某种专门产品的名义而举办的大型集会，或者说是商品博览会的雏形。

比如三月蚕市，从字面上来理解，与丝绸交易有着紧密的关系，但是三月蚕市却并不只有丝绸，而是“成都城中飘花果、蚕器于一所，号蚕市。”（资治通鉴胡三省注）这也产生了一个非常有意思的话题，那就是在唐宋时成都的阳春三月，各色美食美酒就已经在城市中形成了集市，并吸引了大量商家与游客。这与如今在成都拥有着极高知名度的春

糖会，跨过了时空，建立起了奇妙的连接。为何在成都会产生与美食美酒相关的主题集市呢？这就不得不提“天府之国”自古以来的繁华和富庶。在距今4000多年的宝墩遗址中，就发现了水稻田的遗迹以及陶质的尊、罐、壶等酒器。这足以说明，古蜀人很早就在进行耕种与酿酒。到了汉代，四川地区酿酒工艺发展更为兴盛，汉代画像砖上，就完整记录了古代蜀人酿酒的过程——汲水、运粮、烧煮、酿造……成都古代名酒也可在书籍和诗词中随处可见，“叹息风流今未泯，两川名酝避鹅黄”“鱼知丙穴由来美，酒忆郫筒不用酤”等等，让文君酒、郫筒酒的美名刻在了文字之上，风雅一时。

四川大学历史文化学院（旅游学院、考古文博学院）学术院长、教育部“长江学者”特聘教授、四川省考古学会会长霍巍表示：“西方有酒神崇拜，东方有祭祀传统，酒在不同文化中都是重要载体。”

中国宋史研究会会长、浙江大学教授和讲席教授李华瑞也指出，“酒从汉朝到唐朝一直是税收的重要来源，直到宋朝开启酒水专卖，酒在财政税收中作用更为突出，其中川酒的地位最为突出。”



春糖会的夜间也同样热闹非凡。