

WINE

Weekly

НОВОСТИ
ВИННЫЕ СОБЫТИЯ
ВИННЫЕ КОНКУРСЫ
ИНТЕРВЬЮ
АНАЛИТИКА
ЭНОТУРИЗМ
ДЕГУСТАЦИИ
ПРОМОАКЦИИ
ВИННЫЕ ВАКАНСИИ

18+

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВИННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 5 (88)
Июль – Август 2025

СОБЫТИЯ



Фестиваль «Виноград» дебютировал в Екатеринбурге

С 9 по 17 августа 2025 года в Екатеринбурге, в парке Маяковского, впервые проходит самый масштабный эногастрономический фестиваль страны «Виноград». В столице Урала ожидается рекордное количество посетителей за всю историю события.

Фестиваль «Виноград» – это пространство для культурного обмена через науку, гастрономию и искусство. Его задача – продвигать российское вино и локальные продукты, вовлекать посетителей в научные открытия и формировать осознанную культуру потребления. В Екатеринбурге фестиваль соберет ученых, виноделов, музыкантов, кулинаров и жителей города, чтобы провести девять насыщенных дней.

На ярмарке российского вина будет представлено более 30 ведущих виноделов Кубани, Дона, Кавказа, Крыма и Ставрополя, которые представят свыше 300 позиций. Среди участников – как лидеры винодельческой отрасли, так и виноделы малых фермерских хозяйств, поэтому у гостей будет возможность попробовать образцы, которых нет в сетевых магазинах.

(Продолжение на стр. 3)

ЧЖАО ВЭЙСИН: «В РОССИИ НАЧИНАЮТ ЦЕНИТЬ УНИКАЛЬНОСТЬ MOUTAI»

В конце июня состоялась деловая поездка в Китай представителей российского алкогольного рынка, организованная компанией «Мерлин». В рамках этого визита его участники смогли побывать на территории легендарного производителя байцзю – компании MOUTAI, крупнейшего предприятия в алкогольной отрасли не только в Китае, но и в мире. О том, как сегодня развивается эта компания и какие перспективы ожидают ее на российском рынке, газете Wine Weekly рассказал Чжао Вэйсин, совладелец компании «Мерлин», которая является официальным дистрибутором MOUTAI в России.

Традиции и наследие

– MOUTAI – один из старейших алкогольных брендов мира. Как вам удается сохранять аутентичность рецептуры, насчитывающей более 2000 лет, в эпоху массового производства?

– Бренд MOUTAI является самым известным и узнаваемым во всем мире именно благодаря долгой истории, сохранению качества и верности традициям. Мы очень дорожим качеством продукта и доверием любителей MOUTAI, поэтому максимально сохраняем все технологии и рецептуры производства.

(Продолжение на стр. 2)



СОБЫТИЯ



В Москве вновь состоится «Винный квартирник на крыше»

С 22 по 24 августа 2025 года на территории одной из самых популярных площадок столицы – гастроквартала «Три вокзала. Депо» – будет проходить эногастрономический фестиваль «Вкус Москвы» – ежегодное летнее мероприятие, привлекающее все больше ценителей хороших вин, гастрономии и незабываемой атмосферы.

Одним из ключевых событий фестиваля станет «Винный квартирник на крыше», каждый участник которого сможет совершить увлекательное путешествие в мир необычных сочетаний и гармоничных дуэтов – пейрингов. Например, попробовать соединить насыщенный аромат классического бородинского хлеба, нежность сливочного масла и легкие пузырьки качественного игристого вина. Все гости смогут ощутить совершенно новый уровень удовольствия!

Гостей «Винного квартирника» ждет знакомство с лучшими винами, сырами и редкими деликатесами, участие в мастер-классах, квизах и слепых дегустациях, а также подарки, бонусы и квесты.

(Продолжение на стр. 2)

Уральский
Кубок Сомелье

РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ

Отборочный тур
чемпионата России
2026 г.

13-14
сентября
2025

Отель Hyatt Regency, Екатеринбург



ОТКРЫТА РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ 5-ГО «УРАЛЬСКОГО КУБКА СОМЕЛЬЕ»

Стартовала регистрация конкурсантов для участия в пятом «Уральском кубке сомелье», который будет проходить 13–14 сентября 2025 года в Екатеринбурге, в отеле Hyatt Regency (ул. Бориса Ельцина, д. 8). Срок подачи заявок открыт до 24 августа 2025 года.

Руководители и эксперты Российской ассоциации сомелье (РАС) в пятый раз отправляются в Екатеринбург с ответственной миссией – чтобы оценить профессиональный уровень конкурсантов, способствовать развитию их компетенций и определить лучшего сомелье Уральского региона.

Во время прохождения конкурсной программы проводниками, наставниками и строгими судьями для соревнующихся будут лучшие сомелье России, президенты региональных ассоциаций, представители винодельческих компаний и виноделов.

«Уральский кубок сомелье» – это отличная возможность продемонстрировать свои знания, отточить навыки и обменяться опытом с ведущими экспертами отрасли. Участников ждут увлекательные испытания, дегустации вслепую, проверка теоретических знаний и практических навыков обслуживания и многое другое.

Также в эти дни сомелье смогут пройти аттестацию РАС. Прием заявок на

аттестацию открыт до 17 августа 2025 года.

Победителем 4-го конкурса «Уральский кубок сомелье», который проходил в Екатеринбурге 7–8 сентября 2024 года, вновь стал Тлеген Омаров («МАВТ ПРО») из Тюмени, который уже выигрывал этот турнир в 2022 году. Второе место завоевал Антон Ермолаев (Simple Group) из Новосибирска. Третьим стал Егор Иксанов («Винотека Соловьева») из Екатеринбурга. В прошлом году он стал вторым, уступив в финале только своему земляку Максиму Гребеннику.

Подробнее об условиях участия:

<https://sommelier.ru/>

СОБЫТИЯ

(Продолжение. Начало на стр. 1)

В Москве вновь состоится «Винный квартирник на крыше»

Организаторы приглашают гостей погрузиться в атмосферу настоящего гастрономического приключения, ведь именно на фестивале «Вкус Москвы» рождаются самые смелые и яркие сочетания вкусов.

Регистрация на фестиваль бесплатная, но вход только по регистрации. Обязательно пройдите ее здесь:

<https://www.tastefestival.ru/meropriyatiya/vinnyy-kvartirnik/>

22 августа в 17:00 крыша гастро-квартала «Три вокзала. Депо» превратится в элегантное пространство розовых вин и изысканной гастрономии. Там будет проходить ROSE Party – самая атмосферная вечеринка на крыше на фоне заката с изысканными розовыми винами, модными закусками и лучшей музыкой. Предприниматели, рестораторы, представители медиа и настоящие гурманы встретятся в лучах закатного солнца под энергичные DJ-сету. Только 10 компаний станут партнерами самой красивой вечеринки августа, которая соберет более 500 гостей!

Ключевыми особенностями ROSE Party станут гастрономический акцент на розовые вина всех категорий, живые эмоции и яркие впечатления, которые можно получить благодаря уникальной атмосфере: площадка на крыше, закат, огни большого города, профессиональные DJ-сету.

В программе ROSE Party: выступления DJ-сомелье, гастрономические пейринги, рассказ о модных трендах и новинках, конкурс «Мисс и Мистер РОСЕ», фотозона, танцевальная музыка в разных стилях и живопись вином.

23 и 24 августа гостей «Винного квартирника на крыше» ждут винные мастер-классы от профессионалов винного рынка России и многое другое.

Все подробности о фестивале:

www.tastefestival.ru

ЧЖАО ВЭЙСИН: «В РОССИИ НАЧИНАЮТ ЦЕНИТЬ УНИКАЛЬНОСТЬ MOUTAI»

(Продолжение. Начало на стр. 1)

За всю историю MOUTAI производственный процесс, конечно, претерпел изменения и стал автоматизированным на тех этапах, на которых это возможно, например, в упаковочном цехе. Однако наиболее важные этапы производства техника не может заменить – здесь по-прежнему необходим ручной труд.

– **Легенда гласит, что технология MOUTAI восходит к эпохе династии Хань. Какие самые необычные исторические документы или артефакты, связанные с производством, хранятся в ваших архивах?**

– Скорее, речь идет о предшественнике MOUTAI – Гоцзян, который упоминается в летописи «Шицзи». Согласно тексту, в 135 году до нашей эры император Уди оценил этот напиток во время визита в княжество Елан. Оригинал летописи утрачен, но некоторые списки хранятся в Пекинском национальном музее.

– **В Китае MOUTAI называют «напитком дипломатов» – его подавали на приемах Мао Цзэдуна и Чжоу Эньлая. Как политическая история повлияла на статус бренда?**

– Чжоу Эньлай выбрал MOUTAI для банкета по случаю образования Китайской Народной Республики в 1949 году. Этот факт отражен в мемуарах



и официальных документов правительства. Именно после этого в 1951 году три крупных завода в городе Маотай

были национализированы и объединены в нынешний завод MOUTAI. Это подтверждается архивными записями КНР и считается началом современного этапа производства и масштабирования продукта.

Уникальность производства

– **Процесс создания MOUTAI включает 165 технологических этапов. Какие из них наиболее важны для формирования знаменитого аромата?**

– Один из самых важных этапов – это ферментация с использованием закваски, которая на китайском языке называется «цью». Технология ее изготовления насчитывает уже много веков и представляет

интерес с точки зрения сохранения исторических и культурных традиций. Ежегодно в пятый день пятого месяца по лунному календарю приступают к формированию закваски. В качестве сырья для нее используется высококачественная дробленая пшеница, которую помещают в деревянные ящики, разводят водой и тщательно перемешивают.

Далее молодые девушки формируют закваску в виде «черепашки» (высокая середина, низкий край). Готовые брикеты оставляют в специальном влажном помещении, где на них начинают активно развиваться дрожжевые культуры. Именно они запускают процесс брожения в сусле для байцзю.

Еще одним важным фактором явля-



«ВИННЫЙ ГИД РОССИИ» ВПЕРВЫЕ ОЦЕНИТ НОВЫЕ РЕГИОНЫ



10 июля 2025 года в Москве состоялось экспертное совещание, ознаменовавшее старт исследования «Винный гид России 2025–2026», в рамках которого эксперты впервые оценят потенциал виноделия в Воронежской и Московской областях, а также в Республике Башкортостан. Исследование проводится Роскачеством уже в восьмой раз.

Вина для экспертной оценки приобретаются в розничной торговле так же, как это делают обычные покупатели. Образцы оцениваются по 100-балльной шкале, принятой Международной организацией винограда и вина.

До текущего года образцами, соответствующими повышенному стандарту Роскачества, признавались вина, набравшие 78 и более баллов по сумме оценок по 12 параметрам, однако в этом году опережающий стандарт Роскачества повысится сразу на 5 пунктов – до 83 баллов.

«Мы приняли такое решение, исходя из анализа динамики качества российских вин за последние годы. 78 баллов – это уровень качества, который можно назвать «приемлемым» – вина без существенных дефектов, и несколько лет назад, когда мы начинали такое исследование, эту оценку можно было назвать положи-

тельной для многих российских вин. За 8 лет ситуация кардинально изменилась, и если мы говорим о том, что цель «Винного гида России» – продвигать лучшие образцы российского виноделия, то балл необходимо повышать. Отмечу, что уровень 83 балла – это уже призовая планка на многих российских и международных конкурсах», – отмечает руководитель «Винного гида России», директор департамента исследования и продвижения отечественной винодельческой продукции Роскачества Олеся Латышева.

Рост качества отечественной винодельческой продукции признают и потребители. Уже почти 60% считают, что российское вино не уступает в качестве иностранному. Важным инструментом в достижении этого является просветительская деятельность, повышение знаний об отече-

ственной продукции и в целом развитие винной культуры.

Одним из этапов исследования, предшествующих закупкам, традиционно является посещение экспертами Роскачества винодельческих регионов страны. За годы аудитов эксперты детально изучили все винодельческие предприятия на юге России, поэтому в этом году ставится задача оценить потенциал развития отрасли в северных регионах, где виноделие активно развивается, несмотря на климатические трудности.

«На сегодняшний день регионы, которые мы считали «северными» на первых этапах исследования – Ростовская, Волгоградская области, – это уже привычные и знакомые многим потребителям точки на винной карте страны. Этот год станет новым для аудитов сразу трех регионов – Воронежской, Московской областей,

а также Республики Башкортостан. В каждом из них будут проведены профильные совещания с представителями региональных администраций и бизнес-сообщества. Отмечу, что эксперты проекта уже предварительно посещали все эти регионы и отмечают их высокий потенциал развития, в том числе для органического виноградарства», – отмечает заместитель руководителя Роскачества Елена Саратовцева.

Отдельным направлением исследования в этом году станет сравнительный анализ качества вин, укупоренных разными видами пробки, также продолжится специальное исследование вин в жестяных банках и других нестандартных типах тары.

Итоги исследования белых, красных и игристых вин «Винного гида России» по традиции будут представлены в конце 2025 года.

ются многоступенчатая дистилляция и выдержка. Чем дольше выдержка, тем богаче аромат! И, конечно же, ключевым этапом является купажи-рование. Даже добавление 5% выдер-жанного байцзю радикально меняет ароматику напитка.

– Почему для MOUTAI используют только красное сорго с песчаных почв реки Чишуй? Были ли попытки выращивать его в других регионах?

– MOUTAI – это экологически чистый продукт, созданный на основе натурального сырья, выращенного в непосредственной близости от производства, в зеленой и экологи-чески чистой провинции Гуйчжоу. Микрофлора воздуха и воды в городе Маотай уникальна. Вода из реки Чишуй содержит минералы, которые влияют на процесс ферментации. Благодаря особенному географическому поло-жению здесь сформировалась уни-

приготовления закваски и заканчивая розливом в бутылки, занимает ровно пять лет.

Культура потребления

– MOUTAI пьют из крошечных рю-мок (5–10 мл), тогда как на Западе его иногда наливают в бокалы для виски. Как посуда влияет на воспри-ятие вкуса?

– Традиционно MOUTAI пьют из рюмки объемом 8 мл, которые, кстати, идут в наборе к бутылке MOUTAI. Именно этого объема достаточно для одного глотка, чтобы насладиться вкусом и ароматом напитка и в то же время не перегружать рецепторы. Как прави-ло, рюмку опрокидывают одним движением (не смакуя, как виски), но делают это многократно в течение вечера. MOUTAI предназначен для тостов и бизнес-встреч, и, постоянно пополняя маленькую рюмку гостя,



ние годы цены на MOUTAI росли на 100–300% из-за дефицита и высокого спроса. Например, бутылка 1950-х

– Пекинская утка и MOUTAI – клас-сическая пара. Есть ли блюда за пределами Китая, которые, по ва-шему мнению, могли бы раскрыть его вкус?

– MOUTAI, несмотря на свою тради-ционную связь с китайской кухней, может гармонично сочетаться и с блюдами других кухонь мира. Его сложный аромат с нотами фруктов, специй, орехов и даже соевого соуса позволяет экспериментировать с не-ожиданными гастрономическими ком-бинациями. Вот удачные сочетания на примере русской кухни: жаркое из свинины или говядины, пельмени, холодец, соленые огурцы и грибы, копченая рыба, жареные грибы, бли-ны с икрой и другие. Важно подавать MOUTAI не слишком охлажденным – примерно при температуре 15–20 градусов.

Перспективы развития на российском рынке

– Как вы оцениваете нынешний уровень узнаваемости MOUTAI в Рос-сии? С какими стереотипами о байц-зю сталкиваетесь здесь? (Например: «слишком крепкий», «необычный аромат»)?

(Продолжение на стр. 4)



кальная микрофлора. Именно поэтому попытки воспроизвести производство за пределами Гуйчжоу заканчиваются неудачей: причина – в отсутствии этих ключевых факторов.

– Пятилетняя выдержка – незабл-емый стандарт MOUTAI. Чем обуслов-лен такой период выдержки?

– Базовое байцзю проходит перв-ичную выдержку в течение одного года, после чего оно направляется на купажи-рование и проходит дополни-тельную выдержку. Полный произ-водственный цикл MOUTAI, начиная от

хозяин тем самым выражает ему свое уважение.

– В Китае MOUTAI ассоциируется с роскошью и властью. Правда ли, что бутылки коллекционируют как инвестиционный актив?

– MOUTAI действительно является инвестиционным активом, но это тре-бует глубоких знаний рынка. Для дол-госрочных вложений лучше выбирать винтажные бутылки и лимитированные коллекции. Некоторые бутылки редких выпусков продаются по цене от 500 до 5000 долларов и более. За послед-

годов может стоить десятки тысяч долларов на аукционах в Гонконге.



НОВЫЙ УРЕНГОЙ ВПЕРВЫЕ ПРИНЯЛ ФЕСТИВАЛЬ «ВИНОГРАД»



С 19 по 27 июля в Новом Уренгое, на берегу озера Молодежное, проходил самый северный этап крупнейшего энogaстрономического фести-валя России «Виноград».

За девять дней проведения мероприя-тия было зафиксировано 25 000 посе-щений. Даже проливные дожди и ле-дяной ветер не стали помехой: местные жители приносили виноделам куртки и пледы, делились теплом и радушием –

в традициях северного гостеприимства. Фестиваль начался с особого момента: в первый день был официально открыт обновленный берег озера Молодеж-ное. Площадку посетил глава города Антон Колодин, что стало символом поддержки и важности культурных со-бытий для развития региона.

В течение всей недели гости фести-валя пробовали редкие российские вина от производителей Кубани, Кры-ма, Дона, Ставрополя и Дагестана в сочетании с локальными деликате-сами. Впервые в рамках «Винограда» в Арктике прошли дегустации южных вин с традиционными северными специалитетами: олениной, строга-ниной, сугудаем и продукцией мест-ных производителей. Так, кубанский Совиньон Блан стал идеальной парой к строганине из щекура – тонко наре-занной замороженной местной рыбы. А красные полусладкие вина позднего

сбора раскрыли яркий, чуть хвойный, вкус оленины. Это стало гастрономи-ческим диалогом между регионами. Впервые на площадке появилась осо-бая зона «Ямал», на которой гостей встречали представители северных народов. Внутри чумов, согретых те-плом дровяной печи, жителей угоща-ли традиционными блюдами региона: наваристой ухой, бульоном из олени-ны, строганиной и сугудаем, а также любимым северным десертом – морошкой и брусникой со сгущенкой.

В шатре «Винология» прошли бес-платные лекции и дегустации от вин-ных экспертов, а в семейной зоне дети участвовали в научных шоу, био-логических мастер-классах от Курча-товского института и играли в дере-вянные головоломки.

Новоуренгойский этап фестиваля «Виноград» стал доказательством того, что даже на самом севере стра-

НОВОСТИ

(Продолжение. Начало на стр. 1)

Фестиваль «Виноград» дебютировал в Екатеринбурге

Площадка фестиваля разделена на тематические зоны – «Крым», «Кубань», «Дон», «Кавказ», оформ-ленные с учетом колорита каждого региона.

Здесь же гости найдут лавки с фермерскими сырами, мясными деликатесами и дикоросами. За гастрономию отвечают более десятка разнообразных точек питания. Будет представлена как гастрономиа Урала, так и южные специалитеты, а также уникальные блюда, которые гастролируют с фестивалем. Гости смогут принять участие в гастроно-мических эйрингах, увидеть кули-нарные битвы шеф-поваров и стать участниками настоящей кавказской свадьбы.

Центральной интеллектуальной площадкой фестиваля станет шатер «Винология». В нем запланированы лекции, мастер-классы и дегустации от ведущих экспертов винодель-ческой и научной отраслей. Все лекции проходят в доступной форме и будут интересны как новичкам, так и опытным ценителям. Посетители смогут получить знания, сопостави-мые с вводным курсом винных школ, и поучаствовать в профессиональных дегустациях. Все мастер-классы бесплатны, по предварительной регистрации на сайте:

<https://namvina.ru>

Фестиваль можно посещать всей семьей: для детей и родителей подго-товлена большая семейная зона. Ее курируют НИЦ «Курчатовский инсти-тут» и Политехнический музей.

«Виноград» – это насыщенная культурная программа. Каждый день будут выступать джазовые и автор-ские коллективы, а также проекты на стыке фолка и электроники. В театральной программе – уличные спектакли. Также будут открыты точка с фирменным мерчем, маркет ремесленников и VR-зона виртуаль-ных путешествий по винодельням Кубани и Крыма. Фестиваль будет открыт в выходные с 12:00, в будни – с 14:00 и до 23:00 каждый день.

ны, у полярного круга, винная культу-ра пользуется популярностью.

Фестиваль «Виноград» проходит при поддержке стратегического партне-ра – НИЦ «Курчатовский институт» – и направлен на продвижение рос-сийской винной культуры, локальных продуктов, внутреннего туризма и на-уки.

Организаторы фестиваля в Новом Уренгое – правительство Ямало-Не-нецкого автономного округа и адми-нистрация города. Стратегический научный партнер и инициатор – НИЦ «Курчатовский институт», официаль-ный партнер – ПАО «Банк ПСБ». Меро-приятие проходит при поддержке Ассоциации виноградарей и вино-делов России. Непосредственные операторы фестиваля – НО «Ново-уренгойский фонд развития предпри-нимательства» и Национальное агент-ство маркетинга российского вина.

СОБЫТИЯ



Стартовал прием заявок на конкурс «Russian Hospitality Awards. Отели»

С 1 августа 2025 года начался прием заявок на участие в престижной премии «Russian Hospitality Awards. Отели», которая проводится уже 12-й год подряд. В этом году организаторы конкурса подготовили несколько важных нововведений.

Впервые в истории премии за звание лучших смогут побороться глэмпинги – с 1 января 2025 года в России вступили в силу официальные правила классификации всех средств размещения, включая этот перспективный сегмент рынка. Организаторы возрождают популярную номинацию «Pet-friendly», где будут оцениваться не просто формальное разрешение на размещение с животными, а полноценные концепции комфортного пребывания для гостей с питомцами, включая специальные услуги и инфраструктуру. Также возвращается категория «Лучший бутик-отель», в которой жюри обратит особое внимание на эксклюзивный дизайн, индивидуальный подход к сервису и уникальную атмосферу небольших отелей. Прием заявок продлится две недели – с 1 по 14 августа 2025 года. Участие в конкурсе остается бесплатным для всех отелей и ресторанов, количество номинантов не ограничено. Оценочная процедура сохранит свою многоступенчатую структуру: после подачи заявки на сайте участников ждет анализ отзывов через систему TrustYou, оценка посредством тайных звонков и визитов тайных гостей, а также защита презентаций перед экспертным жюри.

Подробнее об условиях участия:

<https://hospitalityawards.ru>

ЧЖАО ВЭЙСИН: «В РОССИИ НАЧИНАЮТ ЦЕНИТЬ УНИКАЛЬНОСТЬ MOUTAI»

(Продолжение. Начало на стр. 1 – 3)

– Благодаря стремительному развитию российско-китайских отношений и присутствию MOUTAI на государственных банкетах с участием лидеров двух стран, бренд приобрел определенную популярность в России. Для большинства потребителей первое знакомство с MOUTAI действительно может вызвать некоторое непонимание продукта, но, как показывает практика проведенных дегустаций, потребители привыкают к этому необычному вкусу и аромату и начинают ценить его уникальность.

– Кто основные потребители MOUTAI в России: китайская диаспора, рестораны высокой кухни или локальные ценители премиального алкоголя?

– В настоящее время MOUTAI больше всего представлен в алкогольных бутиках, в китайских и азиатских ресторанах, в барах. Основными потребителями пока остаются китайцы, но число его ценителей среди жителей России постоянно растет.

– В России традиционно доминируют водка, виски и коньяк.



Какие аргументы могли бы убедить российского потребителя выбрать MOUTAI?

– MOUTAI – исключительно экологически чистый продукт без каких-либо

добавок, и после его употребления не бывает похмелья.

– Какие каналы продаж наиболее перспективны для MOUTAI в России?

– Наиболее перспективными каналами являются сетевые алкогольные бутики и рестораны азиатской кухни. В то же время мы открыты к сотрудничеству и продолжаем развивать новые каналы продаж, в том числе в регионах.

– Российские потребители часто предпочитают менее крепкие напитки. Рассматриваете ли вы выпуск «облегченных» версий?

– Уже существует MOUTAI крепостью 43%. Кроме того, во время дегустаций и мероприятий мы часто предлагаем фирменные коктейли на основе MOUTAI.

– MOUTAI иногда сравнивают с водкой из-за крепости. Как вы объясните разницу тем, кто пробует байцзю впервые?

– Это два абсолютно разных напитка: водка – это ректификат, а байцзю –

дистиллят с многовековой историей и с уникальной культурой потребления.

– В России популярны настойки на меду, ягодах или специях. Не думали о том, чтобы создать специальную версию MOUTAI с локальными вкусами?

– В настоящее время таких планов нет, поскольку это совсем другая история.

– Планируете ли открытие фирменных бутиков MOUTAI в Москве или Санкт-Петербурге, как это сделано в Европе и США?

– В Москве с 2020 года работает фирменный бутик MOUTAI, который находится на Смоленском бульваре, в доме 7. А в перспективе возможно открытие фирменных точек и в других крупных городах России.

– Есть ли спрос на редкие бутылки среди российских ценителей?

– Да, существует спрос со стороны покупателей на выдержанный MOUTAI 30- и 50-летней выдержки.

– Какие тренды в России (например, рост интереса к азиатской



ROSE PARTY СОБЕРЕТ ГОСТЕЙ НА ФОНЕ ЗАКАТА



22 августа в рамках эногастрономического фестиваля «Вкус Москвы», который будет проходить с 22 по 24 августа 2025 года на территории гастро-квартала «Три вокзала. Депо»,

состоится ROSE Party – атмосферная вечеринка на крыше с изысканными розовыми винами, модными закусками и лучшей музыкой на фоне заката.

Ключевыми особенностями ROSE Party станут акцент на розовые вина всех категорий, живые эмоции и яркие впечатления, которые можно получить благодаря уникальной атмосфере: площадка на крыше, закатное солнце, огни большого города и профессиональные DJ-сеты.

В программе ROSE Party: выступления DJ-сомелье, гастрономические пейринги, рассказ о модных трендах и новинках, конкурс «Мисс и Мистер РОЗЕ», фотозона, танцевальная музыка в разных стилях и живопись вином.

Предприниматели, рестораторы, представители медиа и настоящие гурманы встретятся под закатными лучами под энергичные DJ-сеты. Только 10 компаний станут партнерами самой стильной вечеринки августа, которая соберет более 500 гостей.

Одним из ключевых событий фестиваля «Вкус Москвы» также станет «Винный квартирник на крыше», где каждый участник сможет отправиться в увлекательное путешествие в мир необычных сочетаний и гармоничных дуэтов – пейрингов. Например, можно будет попробовать сочетание насыщенного аромата классического бородинского хлеба, нежности сливочного масла и легких пузырьков качественного игристого вина. Гости смогут ощутить совершенно новый уровень удовольствия!

Посетителей «Винного квартирника» ждет знакомство с лучшими винами, сырами и редкими деликатесами, участие в мастер-классах, квизах и слепых дегустациях, а также подарки, бонусы и квесты. На фестивале каждый сможет открыть для себя бесконечные возможности творчества и экспериментов, научившись составлять

уникальные композиции блюд и напитков.

Организаторы приглашают гостей ощутить атмосферу настоящего гастрономического приключения, ведь именно на фестивале «Вкус Москвы» рождаются самые смелые и яркие сочетания вкусов.

Регистрация на фестиваль бесплатна, но вход осуществляется только по регистрации. Не забудьте пройти ее по ссылке:

<https://www.tastefestival.ru/meropriyatiya/vinnyy-kvartirnik/>

23 и 24 августа гостей «Винного квартирника на крыше» ждут винные мастер-классы от профессионалов российского винного рынка и много других интересных событий.

Все подробности о фестивале:

www.tastefestival.ru



кухне или премиальному алкоголю) могут помочь MOUTAI закрепиться на рынке?

– Действительно, массовое открытие ресторанов китайской кухни способствует росту числа ценителей MOUTAI.

– Если бы вам нужно было одним предложением объяснить россиянину, почему стоит попробовать MOUTAI, что бы вы сказали?

– MOUTAI – это китайский аналог премиального коньяка, который стоит попробовать, чтобы понять восточную культуру роскоши: он обладает уникальным ароматом с соевыми нотами, статусным имиджем и вкусом, который на протяжении веков ценили императоры и бизнес-элиты.

Инновации и глобализация

– MOUTAI экспериментирует с коктейлями. Не противоречит это традиционному потреблению? Как реагируют консервативные ценители?

– Эти форматы потребления не исключают друг друга. Среди современной молодежи крепкий алкоголь не пользуется особым спросом, и гораздо привычнее употреблять коктейли. Поэтому знакомство молодого поколения с MOUTAI чаще всего происходит

именно в форме коктейлей.

– В связи с тем, что поколение Z предпочитает менее крепкие напитки, не планируете ли выпуск для них готовых коктейлей на основе MOUTAI?

– Мы продолжим активно продвигать изготовление коктейлей на основе MOUTAI. Однако выпуск готовых коктейлей на данный момент не планируется.

– На Западе байцзю часто называют «китайской водкой». Какие сравнения кажутся вам точными, а какие – спорными?

– Байцзю – это отдельная категория алкоголя, такая же самостоятельная, как виски, текила или чача. Безусловно, байцзю и водка – совершенно разные напитки с точки зрения технологии производства, крепости, вкуса и аромата. Однако для упрощенного понимания российскими потребителями допустимо сравнение с «китайской водкой», хотя более точными аналогами были бы «китайский самогон» или «китайский виски».

– Насколько перспективным рынком для вашей компании является Россия?

– Россия, безусловно, является для нас очень перспективным рынком. Российские потребители традиционно употребляют крепкий алкоголь, например водку. Поэтому байцзю также находит здесь свою аудиторию. Кроме того, развитие российско-китайских отношений и популяризация китайской культуры в стране способствуют укреплению позиций бренда на российском рынке.

Будущее бренда

– MOUTAI называют «алкогольным аналогом нефти» из-за роста цен на раритетные купажи. Как вы балансируете между элитарностью и массовым рынком?

– MOUTAI позиционируется как «национальное достояние» Китая, что усиливает его престиж. Например, его подают на государственных приемах и корпоративных ужинах. При этом рекламные кампании подчеркивают доступность «для особых моментов», а не только для элиты. Флагман бренда, так называемая «Летающая фея» (Moutai Flying Fairy, 53%), остается символом статуса и часто используется в дипломатии и бизнес-переговорах. Коллекционные выпуски (например,

к юбилеям КНР) могут стоить десятки тысяч долларов. В то же время существуют более доступные варианты, такие как MOUTAI 43%, предназначенные для привлечения среднего класса.

– Искусственный интеллект и блокчейн для отслеживания подлинности – это необходимость или дань моде?

– В Китае до 30% бутылок MOUTAI на рынке являются фальшивыми. Блокчейн позволяет создать цифровую историю каждой бутылки, которую невозможно подделать, от дистилляции до продажи. Искусственный интеллект анализирует микропринты, голограммы и серийные номера, выявляя подозрительные партии. С 2021 года MOUTAI тестирует NFT-сертификаты для коллекционных бутылок. В приложении iMoutai внедрена AI-верификация по фотографии упаковки. Этот тренд будет только усиливаться. По прогнозам, к 2026 году до 40% премиального алкоголя в Азии могут использовать блокчейн для проверки подлинности.

– Какие страны, кроме Китая, станут ключевыми для MOUTAI в ближайшие 10 лет?

– В России уже присутствует официальный представитель MOUTAI (ООО «Мерлин»), который участвует в крупных выставках, таких как PRODEXPO и «Крепкий мир». Популярность премиального алкоголя и рост интереса к азиатским брендам делают Россию одним из приоритетных направлений. В США и Канаде наблюдается высокий спрос на коллекционный алкоголь и инвестиционные товары, а также существует возможность интеграции в коктейльную культуру. В Европе, несмотря на конкуренцию с виски и коньяком, есть потенциал для партнерств с ресторанами, отмеченными гидом Michelin.

В Юго-Восточной Азии (Таиланд, Сингапур, Вьетнам) культурная близость к китайской традиции употребления байцзю способствует популярности MOUTAI среди населения, ориентированного на статусные товары.

На Ближнем Востоке (ОАЭ, Саудовская Аравия), несмотря на ограничения в продвижении алкоголя, существует спрос на люксовые продукты в duty-free и среди экспатов. MOUTAI планирует расширяться в регионах с высокой покупательной способностью и интересом к экзотическому люксу. В настоящее время адаптация идет через маркетинг, а не через изменения в рецептуре, однако локальные партнерства – вероятный следующий шаг.

НОВОСТИ

В Казахстане состоится выставка International Restaurant & Bar Expo 2026

С 28 по 30 октября 2026 года в Астане будет проходить International Restaurant & Bar Expo 2026 – главная профессиональная выставка для представителей ресторанного, барного и гостиничного бизнеса в Центральной Азии.

В течение трех дней Международный выставочный центр «EXPO» станет площадкой для встречи производителей, поставщиков, шеф-поваров, рестораторов, инвесторов и управляющих. Гости выставки смогут ознакомиться с новейшими решениями, обменяться опытом и найти партнеров в одном из самых перспективных регионов.

Тематика выставки охватывает ключевые направления отрасли:

- Профессиональное кухонное оборудование и барные технологии;
- Продукты питания и напитки для заведений HoReCa;
- Франчайзинг, консалтинг и инвестиционные проекты;
- Автоматизация и цифровые сервисы для ресторанов;
- Интерьер, мебель, декор и инвентарь для сервиса;
- Образовательная программа: мастер-классы, лекции, круглые столы.

В рамках экспозиции будут представлены оборудование, посуда, текстиль, программные решения, POS-системы, а также премиальные категории продуктов питания и напитков. Мероприятие охватывает весь спектр задач – от оптимизации работы кухни до создания уникального клиентского пространства.

Формат выставки создает широкие возможности для развития бизнеса: от поиска новых партнеров и дистрибьюторов до выхода на международные рынки. Участие в событии позволит установить прямые контакты, представить инновационные решения узкопрофессиональной аудитории и получить экспертную обратную связь от ключевых игроков отрасли.

Подробнее об участии в выставке:

<https://restobarexpo.com/uchastnikam/bronirovanieuchastiya>

ИНТЕРЕС К МОРЕПРОДУКТАМ ПРОДВИГАЕТ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

Более половины россиян хотели бы во время отпуска посетить рыбные промыслы, поучаствовать в гастрономических фестивалях и попробовать локальные рыбные блюда. Такие данные представило Агентство по продвижению рыбной продукции, исследовавшее интерес россиян к гастрономическому туризму.

Согласно опросу, 69% россиян заинтересованы в путешествиях, где можно попробовать местную рыбную кухню. При этом 64% выразили желание лично посетить рыбные хозяйства или перерабатывающие предприятия – увидеть, как добывается и готовится рыба. Такой интерес напрямую связан с ростом доверия к качеству и происхождению продукта, а также с желанием получить новый потребительский опыт – аутентичный, эмоционально



насыщенный, культурно значимый. «Интерес к внутреннему туризму в России стабильно растет, демонстрируя ежегодный прирост в 8–10%. Гастрономический туризм пока не так сильно развит, поскольку россияне приоритетно выбирают направления с развитой инфраструктурой, доступом к морю в летний период и возможно-

стью познакомиться с культурным наследием, – отмечает вице-президент АТОР Сергей Ромашкин. – Гастрономический туризм – явление для нас относительно новое, но мы всегда стараемся включать знакомство с местной кухней в экскурсионные программы как неотъемлемую часть знакомства с культурой региона».

На фоне устойчивого роста внутреннего туризма по данным экспертов АТОР, в 2024 году было совершено около 95 млн поездок по стране, а в 2025 году ожидается до 100 млн. Среди лидеров такие направления, как Краснодарский край, Москва и Санкт-Петербург, Крым и Республика Татарстан. В частности, Чукотский автономный округ за последний год продемонстрировал прирост на 20%.

Российские регионы предлагают все больше возможностей для знакомства с рыбной кухней, реализуя собственные проекты, направленные на повышение потребления рыбы и привлечение гастрономических туристов. В Карелии можно попробовать наваристый суп из хариуса и копченого сига. Камчатка славится строганиной, ухой, крабами и чавычей. В Астраханской области стоит отведать знаменитую воблю и жареного судака, а также

посетить рыболовные базы на Волге. Мурманская область предлагает блюда северной кухни из трески, пишки и палтуса. Приморье и Сахалин привлекают разнообразием морепродуктов и кулинарными традициями.

Фестивали, ярмарки и туры, посвященные рыбе, объединяют гастрономию, историю и локальную идентичность. Так, например, в Переславле-Залеском проходит фестиваль «Царский посол», посвященный ряпушке. В Удмуртии в июне состоится гастрономический фестиваль «Быг-Быг», где важную роль играют блюда из рыбы в традициях финно-угорских народов. Кроме того, в Москве в начале лета ежегодно проходит масштабная «Рыбная неделя» с фестивалями, ярмарками и мастер-классами, а в Приморском крае весной – гастрономический фестиваль минтая «0!Мега Вкус».

СОБЫТИЯ



В Тбилиси откроется выставка HoReCa Expo Georgia 2026

5 – 7 октября 2026 года в Тбилиси, в выставочном центре Expo Georgia, состоится HoReCa Expo Georgia – единственная в Грузии специализированная международная выставка, полностью посвященная индустрии гостеприимства.

На три дня Expo Georgia станет местом, где компании находят новых партнеров, проверяют свои решения на практике, а живое общение дает толчок к новым идеям и проектам. Выставка будет разделена на восемь тематических разделов: «Оборудование и технологии», «Общественное питание», «Кофе, чай и кофейные технологии», «Клининг и гигиена», «Текстиль», «Рекреация, спа и велнес», «Посуда и кухонная утварь» и «Инвентарь и расходные материалы».

HoReCa Expo объединяет все, что формирует отрасль здесь и сейчас: технологическое и торговое оборудование, автоматизацию, текстиль и униформу, интерьерные решения, продукты и напитки, кофейные технологии, средства гигиены, клининг, упаковку, франшизы и консалтинг. В 2026 году ожидается участие более 250 компаний из Грузии, стран Кавказа, Турции, Восточной Европы и СНГ, а также более 7000 профессиональных посетителей: владельцев отелей и ресторанов, закупщиков, дистрибьюторов, дизайнеров и девелоперов. Среди участников – как признанные международные бренды, так и локальные производители, ищущие новые экспортные возможности. Сильная сторона HoReCa Expo – в ее актуальности и гибкости: она отражает реальные потребности рынка и открывает площадку для практического диалога.

Более подробная информация на сайте: https://horecaexpoGeorgia.com/uchastnikam/bronirovanieuchastiya?utm_source=pr&utm_campaign=wineweeklyangelina

GREAT WALL WINE – СИМВОЛ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ КИТАЕМ И РОССИЕЙ

С начала 2024 года, когда Great Wall Wine вышел на российский рынок, бренд уже успел прочно закрепиться в профессиональной винной среде. Спустя полгода после этого дебюта его все чаще упоминают как специалисты, так и любители, интересующиеся Китаем и его продукцией. Присутствие бренда в России становится все более заметным и значимым.

Первое знакомство с винами Great Wall у российских профессионалов произошло в марте 2024 года на дегустации, прошедшей в отеле Soluxe Hotel Moscow. Это мероприятие стало по-настоящему достойным дебютом: среди гостей были представители ведущих дистрибьюторов – таких как Simple, Luding, Alianta, Wine Discovery, а также профильные СМИ и винные эксперты. Great Wall Wine продемонстрировал стабильное качество продукции и четкое позиционирование, что произвело сильное впечатление на участников. Тогда же стало известно, что Soluxe Hotel Moscow стал одним из первых партнеров бренда в России. Этот факт отражает все более заметную тенденцию – китайские компании поддерживают друг друга на зарубежных рынках, действуя скоординированно и эффективно.

С тех пор название Great Wall все чаще появляется на винных выставках и профессиональных форумах. Если вы следите за событиями на российском винном рынке, то, вероятно, уже заметили: компания активно продвигает свой бренд, стремится выстраивать диалог с рынком и внимательно прислушивается к отзывам как потребителей, так и профессионалов.

Особенно запоминающимся стало участие бренда в Третьем Российском винодельческом форуме, в рамках которого прошел мастер-класс Great Wall Wine. Зал был полностью заполнен, а представленные вина получили высокие оценки. Особое внимание привлекло совместное участие бренда Great Wall с китайским автопроизводителем премиум-класса «Хунци» – вместе они сформировали яркий и убедительный образ современного Китая на мероприятии.



КУРОРТ «АБРАУ-ДЮРСО» ЗАВОЕВАЛ ГЛАВНУЮ НАГРАДУ САММИТА GWTO В КИТАЕ

负责任的葡萄酒旅游成功案例奖项颁发仪式 AWARDING CEREMONY OF INTERNATIONAL SUCCESS CASES OF RESPONSIBLE ENOTOURISM EXPERIENCES



С 3 по 5 июля 2025 года в китайском городе Яньтай (провинция Шаньдун) – крупнейшем винодельческом регионе Китая – проходил II Глобальный саммит Всемирной организации винного туризма (Global Wine Tourism Organisation, GWTO).

В событии приняли участие эксперты из 20 стран мира – представители дипломатических миссий, руководители министерств туризма, главы энотуристических направлений, владельцы виноделен и директора по маркетингу. Ключевой темой саммита стал ответственный винный туризм. Россию на престижном международном мероприятии представлял курорт «Абрау-Дюрсо», который удостоился главной награды за «Лучший опыт ответственного энотуризма» (Award for Best Responsible Wine Tourism Experience).

Центр туризма «Абрау-Дюрсо» является членом GWTO с 2022 года. Дебютное участие в международном событии такого уровня – среди фламанов мирового винного туризма из Испании, Португалии, Италии, Аргентины, Чили, Мексики, Уругвая, Армении и Китая – стало триумфальным. Россия впервые получила столь высокое признание в сфере энотуризма от авторитетной международной организации, а «Абрау-Дюрсо» стал первым российским лауреатом этой награды.

Премия за «Лучший опыт ответственного энотуризма» была единогласно присуждена «Абрау-Дюрсо» за демонстрацию лучших практик ответственного винного туризма, соответствующих ключевым принципам GWTO. Члены жюри высоко оценили осознанное отношение к природной среде и культурному наследию при создании инфраструк-



Позднее вина Great Wall были представлены на различных выставках – таких как «Terra Nova», «Вина нового света» и других. Судя по очередям у стенда бренда, китайские вина по-прежнему воспринимаются на российском рынке как нечто свежее, необычное и притягательное. Особый интерес у посетителей вызвало белое полусладкое вино из сорта Гевюрцтраминер: благодаря выразительному аромату и округлому вкусу оно получило множество положительных отзывов. В феврале 2025 года на крупнейшей международной продовольственной выставке в Москве – «Prodexpo» – Great Wall Wine снова удивил публику. Впервые бренд выступил совместно с легендарным российским винодельческим домом «Абрау-Дюрсо», представив объединенный выставочный стенд. Это сотрудничество вызвало широкий интерес как среди посетителей, так и в профессиональной среде. Если раньше Great Wall преимущественно участвовал в международных мероприятиях как часть «объединенной китайской экспозиции», то теперь его альянс с ведущей российской винодельней говорит о новом, более амбициозном уровне позиционирования. Особое внимание привлекла и стратегия материнской компании Great Wall – корпорации COFCO. Она ста-

ла эксклюзивным дистрибьютором «Абрау-Дюрсо» в Китае и активно способствует продвижению российской продукции на азиатском рынке.

Такой формат взаимного продвижения и ресурсной синергии становится новым ориентиром для международного сотрудничества в винной индустрии.



туры, вклад в социально-экономическое развитие винодельческого региона, обеспечение устойчивости и доступности этнотуризма для будущих поколений туристов и жителей, а также практики cooperation (конкуренция через партнерство) – создание совместных туристических продуктов с другими участниками рынка на взаимовыгодной основе. Эксперты отдельно отметили новую бренд-платформу «Абрау-Дюрсо», которая объединила в себе три ключевых культурных кода курорта – «Эно – Эко – Этно». Делегацию возглавила вице-президент ГК «Абрау-Дюрсо» по туризму и специальным проектам Ирина Гончарова. В рамках саммита она представила кейс «Абрау-Дюрсо» наряду с проектами из Италии, Португалии, Аргентины и Чили – ведущих винодельческих стран мира. «Россия на глобальном уровне все еще остается «terra incognita» в сфере винного туризма. Участие в масштабном международ-

ном саммите Global Wine Tourism Organisation подчеркивает значительный потенциал страны для развития на международном уровне. Победа – это результат долгосрочной стратегии, которая всегда включала важные векторы: сохранение природного богатства региона, стимулирование локальной экономики и создание уникального опыта для каждого посетителя курорта. Но ключевым фактором успеха остается наша большая команда профессионалов», – подчеркнула вице-президент по туризму и специальным проектам ГК «Абрау-Дюрсо» Ирина Гончарова. Яньтай – важная точка на карте виноделия Китая, именно в этом городе в 1892 году была основана первая в стране винодельня Changyu. Сейчас в регионе работает более 60 виноделен, которые производят более 40% всего вина в КНР. Саммит в Яньтае объединил делегации из более чем 20 стран. На площадке мероприятия выступили представители винодель-

ческих компаний, туроператоров, исследовательских центров, маркетинга. Среди тем конференции – винный туризм в секторе MICE, продвижение, образование в сфере винного туризма. На конференции выступили Хосе Антонио Видаль, президент GWTO, Yu Yongxin, директор Союза винной индустрии Яньтая, Yu Wo, президент Туристической ассоциации Яньтая, Александра Кабрера (Министерство туризма Уругвая), Габриэла Теста, президент Управления по туризму провинции Мендоса (Аргентина), главы ассоциаций винного туризма Испании, Португалии, Армении, Румынии, Аргентины, Уругвая. Следующий саммит GWTO пройдет в 2026 году в Португалии.

Справка

Всемирная организация винного туризма (Global Wine Tourism Organization, GWTO) – глобальное объединение, в рамках которого

На выставке также был представлен юбилейный подарочный набор, приуроченный к 75-летию установления дипломатических отношений между Россией и Китаем. В комплект вошли: фирменное сухое игристое вино от «Абрау-Дюрсо» и красное сухое вино «Five Stars» от Great Wall. Стильный и торжественный дизайн придавал набору ощущение значимости и культурной глубины. Примечательно, что этот набор был выбран правительством России в качестве официального подарка премьеру Госсовета КНР Ли Цяну. Это уже не просто деловое партнерство – это пример того, как на основе высокого уровня доверия между государствами формируются культурные мосты, в которых компании становятся настоящими посланцами взаимопонимания. Не менее значимым событием стало участие Great Wall Wine в международном винном конкурсе, который проходил параллельно с выставкой. Три позиции бренда были удостоены высшей награды – «Большой золотой медали». Для иностранного бренда, сравнительно недавно представленного на российском рынке, это стало настоящим прорывом: победа укрепила профессиональный имидж компании и повысила узнаваемость среди местных экспертов и дистрибьюторов.

(Продолжение на стр. 8)

НОВОСТИ



Открылась регистрация на выставки FoodTech Ural и InterFood Ural 2025

С 29 по 31 октября 2025 года в Екатеринбурге, в МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО», состоится выставка оборудования, упаковки и ингредиентов для производства продуктов питания и напитков FoodTech Ural 2025 и выставка продуктов питания и напитков InterFood Ural 2025.

На выставке FoodTech Ural специалисты пищевых предприятий могут найти необходимое оборудование для оснащения и реконструкции производства, подобрать ингредиенты и упаковку. InterFood Ural – одна из крупнейших выставок продуктов питания и напитков формата B2B в Уральском регионе для профессионалов продовольственного бизнеса. В рамках выставки InterFood Ural для компаний-участников работает Центр переговоров с розничными сетями и оптовыми торговыми компаниями. Это дополнительный сервис, предоставляющий возможность компаниям-производителям напрямую встретиться и провести переговоры с представителями сетей, потенциальных дистрибьюторов о закупках. В рамках деловой программы, включающей в себя дни HoReCa и Retail, конференции UralPack и RestoranTech, пройдут конференции, семинары и мастер-классы по актуальным вопросам пищевой отрасли, общественного питания. Выставки посещают специалисты из Свердловской, Челябинской, Тюменской, Курганской областей, Пермского края и других регионов России. Для бесплатного посещения выставок Вы можете получить электронный билет по промокоду media на сайте www.foodtech-ural.ru или на сайте www.interfood-ural.ru

взаимодействуют государственные и частные организации, ассоциации и академические учреждения. Миссия GWTO – развитие ответственных практик винного туризма как для путешественников, так и для местных жителей, а также продвижение на глобальной карте ответственного винного туризма. Курорт «Абрау-Дюрсо» является одним из важных объектов, отвечающих за туристический поток Краснодарского края, и предлагает своим гостям разнообразные направления отдыха: экскурсионный, эногастрономический, MICE (деловой), спортивно-развлекательный, оздоровительный, винный, пляжный и многие другие. На территории Абрау-Дюрсо проводятся эногастрономические фестивали и деловые мероприятия, парусные регаты и театральные представления. Курорт в 2024 году посетили более 600 000 гостей. Подробнее: <https://visitabrau.ru/>

НОВОСТИ



Гастробар Alma Valley в Пулково обновил винную карту и меню

Винодельня Alma Valley представила обновленную винную карту и гастрономическое меню в своем одноименном баре, расположенном в зоне вылета аэропорта Пулково. Теперь пассажиры могут провести время перед рейсом в атмосфере изысканного отдыха, наслаждаясь авторскими блюдами и винами премиального уровня.

Аэропорт часто ассоциируется с суетой и стрессом, но гастробар Alma Valley доказывает, что ожидание рейса может стать приятным моментом. Это полноценное гастрономическое пространство объединяет изысканное меню и богатую винную карту от известной крымской винодельни. Особое внимание уделено продуманному сочетанию блюд и напитков – здесь можно насладиться качественной кухней, не покидая терминала. Основной акцент сделан на винах Alma Valley, которые можно заказать по бокалам. Это позволяет гостям составить собственную дегустацию, подобрав идеальные сочетания к выбранным блюдам. Белый Riesling с его свежими минеральными нотами прекрасно дополнит рыбные закуски, а структурированный Cabernet Franc с фруктовыми оттенками идеален к мясным блюдам. Особого внимания заслуживает вино Art Reserve – флагманское предложение винодельни с бархатистым вкусом и долгим послевкусием. Интерьер заведения выполнен в спокойных тонах с удобной мебелью и зонированием пространства. Здесь можно уединиться или провести деловую встречу в комфортной обстановке. Спокойная музыка и внимательный сервис создают расслабляющую атмосферу, превращая ожидание рейса в приятный ритуал. Специально для гостей действует промокод #AlmaVPулково, дающий право на 10% скидку.

GREAT WALL WINE – СИМВОЛ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ КИТАЕМ И РОССИЕЙ

(Продолжение. Начало на стр. 6 – 7)

В рамках «Продэкспо 2025» на конкурс «Prodexpo International Wine Competition & Guide» были представлены несколько вин Great Wall, которые получили награды от дегустационной комиссии конкурса. Так, «5 Stars» Cabernet Sauvignon 2022 года получило золотую медаль, а Chateau Sungod Syrah 2018 года и Chateau Sungod Gewurztraminer 2015 года получили большие золотые медали конкурса. Эти высокие награды в российском конкурсе являются отражением признания высокого качества вин Great Wall.

Однако продвижение бренда не ограничивается профессиональной средой. Вина Great Wall все чаще можно встретить и в розничных сетях, ориентированных на массового потребителя. Так, флагманский красный сухой Cabernet Sauvignon под маркой «Пять звезд» уже представлен в винном отделе знаменитого ГУМа на Красной площади – и привлекает внимание как китайских туристов, так и российских покупателей. Кроме того, вина Great Wall можно найти в ряде премиальных супермаркетов, включая «Азбуку вкуса». Растет и присутствие марки в сегменте HoReCa: все больше ресторанов высокой китайской и европейской кухни в Москве включают вина Great Wall в свои винные карты.



Для расширения каналов сбыта Great Wall активно ведет переговоры с рядом ведущих российских компаний-дистрибьюторов, таких как Simple, «Мираторг» и Fort, с целью создания многоуровневой и диверсифицированной

стратегии развития на рынке России. 2025 год имеет особое историческое значение – в этом году отмечается 80-летие Победы во Второй мировой войне. В мае на Красной площади прошел торжественный парад, посвященный этой дате. Именно в этот символический момент «Абрау-Дюрсо» и Great Wall Wine представили еще один совместный продукт – памятный подарочный набор, посвященный юбилею Победы. Он был торжественно передан председателю КНР Си Цзиньпину во время встречи лидеров двух стран в Москве.

Как и следует из смысловой глубины этого подарка, подобные инициативы символизируют не просто деловое партнерство, а подлинное сближение культур и индустрий Китая и России. Great Wall Wine – один из крупнейших китайских брендов в винодельческой отрасли. Он входит в структуру государственной корпорации COFCO (China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation) и обладает полной производственной цепочкой – от выращивания винограда до розничной реализа-

ции. Винодельни бренда расположены в ключевых виноградарских регионах Китая – в Шачэне (провинция Хэбэй), на склонах гор Хэланьшань в Нинся и в прибрежной зоне Пэнлай (провинция Шаньдун). Благодаря высокому качеству и масштабному производству вина Great Wall регулярно подаются на официальных мероприятиях, дипломатических приемах и государственных банкетах. Бренд не раз становился выбором для национальных делегаций и международных визитов на высшем уровне.

Перспективы развития

В ближайшие годы Great Wall Wine намерен продолжать развитие на российском рынке, углублять партнерство с местными дистрибьюторами и расширять линейку продукции, адаптированную под различные потребительские сегменты. Очевидно, что с углублением сотрудничества между нашими странами Great Wall будет занимать все более заметное место на российском рынке, обладающем глубокими винодельческими традициями и растущим интересом к китайской продукции.



ИГРИСТЫЕ ВИНА «АБРАУ-ДЮРСО» ЗАВОЕВАЛИ ВЫСШИЕ НАГРАДЫ В КИТАЕ

Игристые вина группы компаний «Абрау-Дюрсо» были отмечены высшими наградами на престижном международном конкурсе Shanghai International Wine Challenge (SIWC) 2025, который проходил в Шанхае с 23 по 27 июня.

Платиновую награду – единственную для России – получило игристое вино «Цимлянский черный» Brut 2022 года от «Винодельни Ведерниковъ», а два золота – у Victor Dravigny Brut 2023 года и Brut d'Or Blanc de Blancs 2021 года от «Абрау-Дюрсо». SIWC – один из крупнейших профессиональных дегустационных конкурсов Китая – в этом году прошел уже в девятнадцатый раз. В конкурсе Shanghai International Wine Challenge (SIWC) 2025 года приняли участие ведущие винодельческие страны мира – Франция, Италия, Австралия, Чили, Новая Зеландия, Южная Африка и другие.

Высшую награду конкурса – платину – получило игристое вино от «Винодельни Ведерниковъ» – «Цимлянский черный» Brut урожая 2022 года. Белое игристое вино «Цимлянский черный» Brut от «Винодельни Ведерниковъ» создано из автохтонного донского сорта, выращенного на правом берегу Дона, и произведено по классическому методу с выдержкой на осадке более 12 месяцев. Эксперты особенно оценили тонкую игру пузырьков, а также изящный букет с нотами спелого яблока, груши, ванили и хлебной корочки.

Золотых медалей были удостоены классические игристые вина «Абрау-Дюрсо» – Victor Dravigny Brut 2023 года и Brut d'Or Blanc de Blancs 2021 года. Выдержанное игристое Victor Dravigny Brut отличается тонким и нежным букетом ароматов белых цветов, персиков, абрикосов и груш. Brut d'Or Blanc de Blancs – моносортовое игристое вино, созданное

исключительно из винограда сорта Шардоне, с характерными нотами бриоши, сливочного масла и белых цветов. Впервые представленное в 2015 году, оно стало первым в знаменитой линейке Brut d'Or. Сегодня Brut d'Or Blanc de Blancs – одно из самых известных вин коллекции «Абрау-Дюрсо», качество которого подтверждено признанием экспертов и любовью потребителей.

Конкурс SIWC был основан в 2006 году и на сегодняшний день является одним из самых авторитетных дегустационных состязаний Китая. Его задача – отбор лучших вин для стремительно развивающегося азиатского рынка. Оценка образцов осуществляется в формате слепой дегустации, где эксперты исследуют только характеристики вина, без учета бренда, цены или репутации производителя. В этом году организаторы ввели дополнительную потребительскую дегустацию, в рамках которой медиAPERсоны,

лидеры мнений и представители ресторанного бизнеса оценивали вина стоимостью до 100 юаней, формируя «путеводитель по лучшим винам на каждый день».

В состав основного жюри вошли международные эксперты, включая обладателей титула и кандидатов Master of Wine, а также признанные специалисты китайской винодельческой индустрии. Судейство проводится по строгим международным стандартам, адаптированным под вкусовые предпочтения азиатского потребителя.

«Наша стратегическая работа с рынком КНР приносит результаты: вина ГК «Абрау-Дюрсо» регулярно представлены на ключевых отраслевых мероприятиях, включая международные выставки и профессиональные конкурсы. Победы на SIWC – важной платформе развития винной культуры Китая – имеют особое значение. Высокие награды Victor Dravigny Brut и Brut d'Or Blanc de Blancs укрепят

позиции всей категории российских игристых вин среди аудитории страны. А впечатляющий успех «Цимлянского черного» от «Винодельни Ведерниковъ», созданного из одноименного донского автохтона, вновь подтвердил значимость и потенциал работы с исконно русскими сортами для отечественного и международных рынков», – прокомментировал Павел Титов, президент ГК «Абрау-Дюрсо».

Конкурс проводится при организационной поддержке Shanghai Waigaoqiao International Trade Operating Center Co., Ltd., а также при участии Шанхайского подсовета ССПИТ Пудун и Пудунской торговой палаты международной торговли. В этом году он прошел под девизом «Инновации и адаптация: навстречу рынку» и был ориентирован на то, чтобы сделать вино ближе и доступнее для повседневной жизни потребителей.

[Подробнее о результатах конкурса: http://en.siwc.sh.cn/](http://en.siwc.sh.cn/)

В МОСКВЕ ПРОШЛА ПРЕЗЕНТАЦИЯ СТАРЕЙШЕГО КИТАЙСКОГО ВИСКИ

В конце июня в столичном ресторане Organic Club, расположенном в престижном районе Патриаршие пруды, прошла дегустация китайского виски Tsingtao Distillery. Мероприятие собрало представителей крупных импортеров алкогольной продукции, включая компании Fort, AST, Simple, Bravo Trade и Goia, а также независимых экспертов по крепким спиртным напиткам.

Презентация включала в себя показ фильма об истории бренда TSINGTAO, презентацию с дегустацией 5 образцов виски и дискуссию участников. Дегустация виски сопровождала закуски и горячие блюда. Участники отметили высокий уровень представленных образцов, задали множество вопросов и обсудили перспективы вывода этого алкоголя на российский рынок.

Tsingtao Distillery является первым китайским виски, производство которого было основано еще в 1912 году немецким предпринимателем Мартином Крогом в городе Циндао. Ошибочно думать, что эта компания принадлежит владельцам знаменитого китайского бренда пива. В 1964 году предприятие по выпуску виски Tsingtao Distillery отделилось от одноименного пивоваренного завода и начало самостоятельную деятельность, став единственным производителем виски в городе Циндао. В 2005 году оно вновь объединилось с пивным заводом TSINGTAO, став одной из компаний.

За более чем столетнюю историю бренд сохранил свои традиции, продолжая выпускать продукт премиального качества. Особенностью производства является использование только 18% лучшей фракции дистиллята, что обеспечивает исключительные характеристики напитка. Tsingtao Distillery всегда сохранял свои принципы и стремился создать высококлассный, аутентичный продукт. Все это говорит о безукоризненном качестве виски и является основной целью бренда.

Это подтверждают и многочисленные награды самых престижных меж-

дународных конкурсов. В копилке Tsingtao Distillery – золотая медаль на Всемирном конкурсе крепких напитков в Сан-Франциско (SFWSC) и бронзовая медаль на Международном конкурсе вин и крепких напитков (IWSC), завоеванные в 2024 году. А виски Sherry Cask получил золотую медаль и был признан лучшим крепким напитком на Международном конкурсе во Франкфурте в 2024 году.

В качестве сырья используется высококачественный ячмень из Канады, вода из лучших водных источников города Циндао и отборные дрожжи. При этом от 70% до 80% вкуса и аромата виски Tsingtao Distillery формируют дубовые бочки из монгольского дуба, который также известен как Quercus mongolica. Его древесина отличается особой твердостью и плохо поддается гниению, поэтому процесс изготовления бочек из нее представляет значительную технологическую сложность. Из-за этого стоимость бочек из монгольского дуба, как правило, в несколько раз превышает цену аналогичных изделий из американского и европейского дуба. По сравнению с бочками из американского и европейского дуба выдержка виски в бочках из монгольского дуба придает напитку более насыщенный и сложный аромат с нотами ладана и сандалового дерева, который японские специалисты называют «ароматом калю».

Всего на дегустации в Москве было представлено 5 образцов виски Tsingtao, каждый из которых отличается собственным неповторимым вкусом и ароматом. Среди них: The Qingdao Grain Whisky Double Distilled; Distillery Select Single Malt Whisky; Centenary Classic Single Malt Whisky; Sherry Cask Single Malt Whisky, 10 Years Old; Dry Red Double Cask Single Malt Whisky. Еще 2 наименования – Cask Strength Single Malt Whisky (53% алк.) и Master's Select Single Malt Whisky – хотя и не принимали участия в дегустации, но они всегда присутствуют в ассортименте компании-поставщика.

Вот что представляет собой ассортимент виски Tsingtao, который уже в самое ближайшее время будет поставляться в Россию.



The Qingdao Grain Whisky Double Distilled

Изготовлен из отборной кукурузы, пшеницы и ячменя, сброженных в оптимальной пропорции. Проходит двойную дистилляцию в алембике и далее выдерживается в бочках из-под бурбона не менее 3 лет.

Distillery Select Single Malt Whisky, 5 Years Old

Виски, выдержанный в бочках из-под бурбона, купажируется с виски различной степени выдержки в бочках из монгольского дуба, в строго выверенной пропорции. Данная технология позволяет создать насыщенный букет с уникальным восточным ароматом. В элегантном букете доминируют ноты сандалового дерева, которые в сочетании с акцентами зеленого яблока и миндаля, а также идеально сбалансированной крепостью формируют густое и продолжительное послевкусие.

Centenary Classic Single Malt Whisky, 8 Years Old

Этот специальный релиз представляет собой спирты, выдержанные в бочках из-под бурбона на протяжении восьми лет. Данный виски воплощает классический подход к производству и технологии выдержки, характерный для лучших мировых производителей

этого напитка. По стилю он является наиболее «европейским» среди всей линейки продукции Tsingtao Distillery. В его ароматике доминируют ноты ванили и запеченного яблока с корицей, а также ярко выраженные тона сухофруктов – особенно кураги и инжира, которые дополняются благородными древесными и землистыми акцентами в послевкусии.

Sherry Cask Single Malt Whisky, 10 Years Old

В качестве основного сырья для изготовления виски Sherry Cask используется отборный ячменный солод. Напиток, произведенный по традиционной технологии двойной дистилляции и выдержанный в дубовых бочках из-под хереса «Олоросо» (Oloroso), обладает насыщенным янтарным цветом. В элегантном солодовом аромате присутствуют ноты карамели, цитрусовых, имбиря и ягод. Вкус насыщенный, с нотками ириски, темного шоколада и богатыми фруктовыми нотами. Длительное послевкусие, сладкий фруктовый и травяной аромат придает этому продукту многослойность.

Dry Red Double Cask Single Malt Whisky

При производстве Double Cask в строго выверенной пропорции купажи-

руется виски, выдержанный в бочках из-под вина Каберне Совиньон и в бочках из монгольского дуба с различной степенью выдержки. Такой подход позволяет создать не только насыщенный букет с выраженными нотами сандалового дерева, но и изысканный аромат сухофруктов. Во вкусе преобладают мощные и сложные оттенки, а тело напитка отличается густой текстурой с интенсивным вкусом сухофруктов и сандала. Финал кремовый, с деликатными нотами шоколада и кофе, что придает послевкусию особую продолжительность и насыщенность.

Cask Strength Single Malt Whisky (53% алк.)

Cask Strength представляет собой мастерский выбор купажей разной степени выдержки из бочек из монгольского дуба. Благодаря использованию качественного ячменного солода в качестве сырья, этот виски, произведенный по традиционной технологии двойной дистилляции и выдержанный в дубовых бочках из монгольского дуба, имеет глубокий янтарный цвет. Вкус очень насыщенный, с ярко выраженным лесным и земляным оттенком, с яркими нотами сандала, кедра и других восточных древесных ароматов, которые создают ощущение восточной медитации и благоговения.

Master's Select Single Malt Whisky

Для создания этого виски были использованы купажи, тщательно отобранные знаменитым мастером, удостоенным многочисленных наград на престижных международных конкурсах. Напиток выдержан в бочках из-под вина Шардоне, что придает ему характерные ноты сладких сухофруктов, фиников и фруктового джема, идеально сочетающиеся с оригинальным ароматом сандалового дерева. При дегустации виски оставляет мягкое, удивительно сложное послевкусие с элегантными нотами белого изюма и экзотического китайского сушеного апельсина.

РОССИЙСКИЕ ВИНОДЕЛЬНИ УВЕЛИЧИЛИ ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА В КИТАЙ



Согласно данным статистики, за первый квартал 2025 года экспорт российского вина в Китай составил 700 тонн, а выручка превысила 1 млн

долларов США. Эти показатели в 3 раза превышают результаты аналогичного периода 2024 года по стоимости и более чем в 2 раза по объему.

Основу российского винного экспорта в Китай составили игристые вина, на которые пришлось 65% от общего объема поставок. Примечательно, что в марте 2025 года впервые был зафиксирован массовый ввоз российских игристых вин, тогда как в предыдущем году подобные поставки отсутствовали. Из 1000 тонн российского вина, проданного за рубежом в первом квартале 2025 года, 72% пришлось на Китай, что сделало эту страну ключевым рынком сбыта для российских производителей.

Однако, несмотря на значительный рост, российские вина занимают всего 0,19% от общего объема винного импорта Китая по стоимости, находясь на 14-м месте, между Молдовой и Австрией. Для сравнения, Грузия, которая с 2015 года открыла в Китае пять центров популяризации вина, смогла увеличить свой экспорт на 122% за год.

Начиная с 2025 года Россия также активизировала усилия по продвижению своих вин на китайский рынок. В частности, российские винодельни приняли участие в выставке-дегустации «Путь российского вина», которая проходила с 25 по 27 марта в рамках международной выставки China Food and Drinks Fair в китайском городе Чэнду. В мероприятии участвовали семь ведущих виноделен России: «Абрау-Дюрсо», «Винодельня Ведерниковъ», «Фанагория», «Кубань-Вино», «Массандра», INKERMAN и «Винодельня Криница».

Организатором выступила Ассоциация виноградарей и виноделов России (АВВР). Инициатива по совместному продвижению российских винных брендов на китайском рынке была впервые предложена в 2024 году группой компаний «Абрау-Дюрсо» и Российско-китайским

комитетом дружбы, мира и развития.

С 17 по 21 мая в Харбине проходила восьмая по счету выставка «Российско-Китайское ЭКСПО», приуроченная к 75-летию установления дипломатических отношений между двумя странами. В рамках выставки был представлен уникальный российско-китайский сет вин от крупнейших производителей – Great Wall и «Абрау-Дюрсо».

«Российское виноделие не уступает никому из зарубежных конкурентов ни по терруару, ни по новейшим технологиям, ни по школе, но у нас есть нечто особенное. Это наша русская душа, которую виноделы вкладывают в свои творения. Мы предлагаем вино с русской душой», – рассказал владелец группы компаний «Абрау-Дюрсо» Борис Титов.

СОБЫТИЯ

В Алматы наградили победителей конкурса Italian Sommelier Challenge

Одним из ключевых событий выставки Vinitaly Kazakhstan Roadshow 2025, которая состоялась 7 июля 2025 года в Алматы, стали финал и церемония награждения первого в истории Казахстана конкурса Italian Sommelier Challenge.

Победительницей стала Валентина Киричкова, которая получила стипендию на участие в престижной программе Vinitaly International Academy в Вероне, запланированной на 15–19 апреля 2026 года в рамках 58-й выставки Vinitaly. Остальные финалисты также получили ценные призы от партнеров: IWINE, CAWU, авиакомпании Lufthansa и международной ресторанной премии WhereToEat Kazakhstan.

Конкурс, организованный при информационной поддержке Italian Wine Podcast и в сотрудничестве с CAWU и IWINE, стал важным вкладом в развитие винной культуры в Центральной Азии. Более 100 участников из Казахстана, Кыргызстана, Молдовы, Узбекистана и России соревновались за звание лучшего сомелье итальянских вин, демонстрируя высокий профессионализм и страсть к винам Италии.

Подчеркивая значимость роудшоу и укрепление партнерства с Казахстаном, управляющий партнер Vinitaly Стиви Ким отметила: «Мы вернулись в Казахстан во второй раз, чтобы вновь объединить производителей из Италии и ведущих игроков винного рынка региона. За шесть насыщенных часов у гостей была возможность не только дегустировать лучшие вина, но и углубиться в культуру, традиции и инновации виноделия Италии. Финал конкурса сомелье стал кульминацией дня и символом нашей приверженности развитию профессионального образования. Мы гордимся возможностью поддерживать молодых специалистов и строить мосты между нашими культурами через высококачественное вино».

В МОСКВЕ ПРЕДСТАВИЛИ РАРИТЕТНЫЕ КУПАЖИ БАЙЦЗЮ «ЦИНХУА ФЭНЬЦЗЮ»

7 июля 2025 года в Москве, в ресторане «Метрополь», прошел торжественный прием «Аромат байцзю «Цинхуа Фэньцзю», на котором были представлены раритетные 30- и 40-летние купажи этого легендарного алкогольного напитка. Мероприятие было организовано компанией «Мерлин» и корпорацией «Синьхуацунь Фэньцзю» из провинции Шаньси (Китай).

В рамках мероприятия состоялся форум-диалог национальных алкогольных напитков «Китайский Фэньцзю & русская водка», а также банкет «Вечер «Цинхуа Фэньцзю». Форум прошел под девизом «Восточная гармония и западный ритм – вместе наслаждаемся прекрасным». Гости мероприятия смогли в полной мере



зерновых, сорго, ячменя и бобовых культур. Этот метод значительно позже стали применять и развивать в Европе. Также были отмечены широкие



ощутить «дух тысячелетней культуры байцзю» и приняли участие в диалоге представителей восточной и западной цивилизаций.

Представители корпорации «Синьхуацунь Фэньцзю» на форуме отметили высокую заинтересованность профессионалов алкогольного рынка России в возможности познакомиться с уникальными дистиллятами компании «Фэньцзю», которые являются неотъемлемой составляющей великой китайской цивилизации, давшей миру не только порох и бумагу. Именно Китай стоял у истоков особого метода сухой ферментации солода

перспективы взаимопроникновения и обогащения наших культур.

В рамках прошедшего форума Музею Московского Кремля была преподнесена редкая керамическая бутылка с уникальным купажем «Фэньцзю», представляющая чрезвычайно высокую стоимость. Она будет храниться в экспозиции музея в знак давней, крепкой и нерушимой дружбы между китайским и российским народами.

На предстоящих в 2025 году празднованиях, посвященных 80-летию окончания Второй мировой войны, Китай посетит представительная делегация во главе с Владимиром

качества образцов. Профессионалы из сферы алкогольной торговли выразили готовность расширить ассортимент «Фэньцзю» на своих полках.

Несмотря на уже сложившиеся стили байцзю, зависящие от производителя, региона производства и прочего, каждый образец своеобразен и имеет свой неповторимый характер и обязательно найдет своих ценителей. Ведь «Фэньцзю» – это именно гастрономические напитки. И вариантов их сопровождения может быть множество – от традиционной китайской кухни до кухонь Европы, Средней Азии и Ближнего Востока. И в этом направлении открывается поистине широчайший простор для экспериментов.

Что касается личных предпочтений автора, то 40-летний купаж оказался наиболее интересным для ознакомления с культурой потребления «Фэньцзю». Несмотря на свои 53%, он очень мягко пьется, оставляя богатое, бесконечно долгое послевкусие. А неизбежный, казалось бы, эффект опьянения – здесь совершенно иной. Он характеризуется возникающим позитивным настроением, бодростью, настроением на дружескую беседу. У тех, кто употребляет его правильно, доказанно улучшаются коммуникативные качества, повышается работоспособность, формируется оптимистичный настрой, а с утра никогда не возникает похмелья и чувства сожаления о времени, проведенном в хорошей компании за благородным «Фэньцзю».

Форум завершился дружеским банкетом, на котором компания-организатор представила два образца «Фэньцзю» с 30- и 40-летними купажами в сочетании с блюдами европейской кухни. Гости единодушно отметили великолепные, богатые органолептические

Игорь Сахаров

Справка

Fenjiu (Фэньцзю) – это традиционный китайский крепкий алкогольный напиток байцзю, который является дистиллятом, производимым по старинной аутентичной технологии уже более 1600 лет. Для его создания используются три основных ингредиента: сорго, ячмень и горох, а также чистая вода из источника Гуочжун № 5 в Синьхуа. Глубина скважины составляет 840 метров. Компания Shanxi Xinghua Cun Fenjiu Group («Синьхуацунь Фэньцзю») является одним из ведущих производителей байцзю в Китае. В настоящее время это предприятие является одним из крупнейших в Китае и занимает площадь около 300 га, а численность сотрудников превышает 15 тыс. человек. Продукция «Синьхуацунь Фэньцзю» поставляется более чем в 50 стран, включая США, Великобританию, Австралию, Японию и, конечно же, Россию. Компания также владеет сетью собственных торговых точек и располагает сельскохозяйственными угодьями площадью около 73 тыс. га, на которых выращивается сырье для производства Фэньцзю.

ПРОДАЖИ ИНГРЕДИЕНТОВ ДЛЯ АЗИАТСКОЙ КУХНИ ВЗЛЕТЕЛИ НА 45%



Согласно совместному исследованию METRO и «Контур.Маркет», в 2025 году азиатская кухня сохраняет популярность, но предпочтения россиян заметно изменились. Спрос на сытные блюда, такие как Рамен и Том Ям, в ресторанах остается стабильным, а продажи sake вообще выросли на 8%.

В то же время интерес к десертам и выпечке (Бао, Моти) снизился на 25–29%. При этом продажи азиатских

ингредиентов для ресторанов и кафе, по данным METRO, за год увеличились на 45%. Эксперты отмечают, что тренд на азиатскую кухню не ослабевает, но трансформируется, смещая акцент в сторону сытных блюд и умеренных алкогольных напитков.

Аналитики «Контур.Маркета» совместно с METRO изучили 4,5 млн чеков из кафе, столовых и точек фаст-фуда по всей России, сравнив данные за март–май 2025 года с аналогичным периодом 2024 года. Сегодня рынок азиатской кухни демонстрирует четкий тренд: гости ресторанов все чаще делают выбор в пользу сытных основных блюд, оставляя десерты и закуски в прошлом. Так, классические супы – Рамен, Том Ям, Мисо и Фо Бо – сохраняют устойчивый спрос. Лапша Соба также остается в числе лидеров продаж.

Компания METRO, ведущий поставщик для HoReCa, фиксирует значительный

рост спроса на азиатские продукты в B2B-сегменте – на 45% за 2025 год. В ассортименте компании особой популярностью пользуются специализированные бренды: рис SHINAKI, древесные грибы шиитаке NAMURA, а также соусы терияки и унаги GENSO, демонстрирующие стабильно высокий спрос среди рестораторов.

По словам руководителя Дивизиона товаров длительного срока хранения METRO Даниэля Криночкина: «Особенно заметна положительная динамика в подкатегориях: соусы и пасты (шрирача, соевый, кисло-сладкий соусы, рисовый уксус, васаби, пасты мисо и том ям) выросли на 20%, а сухая продукция, включая листы нори и панировочные сухари, показала более чем 100-процентный рост. В ассортименте также пользуются спросом бакалейные товары (рис для суши, азиатская лапша) и консервированная продукция – маринованный

имбирь и кокосовое молоко». На фоне растущего интереса к азиатской гастрономии особенно выделяется динамика алкогольного сегмента. Сake демонстрирует впечатляющий рост продаж, увеличив показатели на 8%, тогда как традиционные азиатские напитки вроде байцзю и соджу теряют позиции. Секрет популярности sake кроется в его сбалансированных характеристиках: умеренная крепость (15–20%) и разнообразие вкусовых профилей выгодно отличают его от более крепких аналогов.

В то время как супы, лапша и алкогольные напитки сохраняют стабильный спрос в ресторанах, сегмент азиатских десертов переживает заметный спад. Продажи традиционных позиций вроде воздушных булочек Бао и мороженого Моти упали на 25% и 29%. Причина такого перекоса проста: сегодняшний потребитель отдает

предпочтение сытным и полноценным блюдам. Десерты же, оставаясь дорогими при скромных порциях, перестают быть привлекательными для основной массы посетителей.

Ксения Корзан, аналитик «Контур.Маркета», комментирует: «Основные лидеры спроса в текущем году – традиционные блюда и напитки: sake, лапша Соба и суп Рамен – спрос на них практически не изменился по сравнению с прошлым годом. В то же время посетители ресторанов стали меньше интересоваться десерты – спрос на Моти снизился на 29%, что также связано с его возросшей доступностью: сегодня он доступен практически в любом сервисе по доставке еды».

Очевидно, что азиатская кухня остается важной частью гастрономического ландшафта, но ее будущее – за адаптацией к меняющимся экономическим условиям и вкусам гостей.