

“最佳拒酒词征集活动”引热议

投稿人数暴增到 400 余人,拒酒词达到 3000 多条

□见习记者 牛勇威

本报讯 近日,本报联合周口市交警支队举办的“周运杯‘关爱生命、拒绝酒驾、人人有责’最佳拒酒词征集活动”投稿人数由 246 人暴增到 400 余人,拒酒词也达到了 3000 余条,拒酒词的内容更是丰富多彩。有一位投稿人提到我市一家饭店的服务员劝酒的能力太厉害,“不喝都不行!”

昨日上午,记者来到投稿者提及的这家酒店看到,服务员待顾客酒过三巡之后,便会寻找恰当的时机,根据顾客的性别、外貌特征及喜好来劝酒。面对男性顾客,他们会选择“男人不喝酒,交不到好朋友”、“相聚都是知心友,慢慢喝点舒心酒”、“天蓝蓝,

海蓝蓝,一杯一杯往下传”等押韵的顺口溜。面对女性顾客时,“女人也是半边天,端起酒杯沾一沾”、“酒是粮食精,越喝越年轻”等顺口溜也是张嘴就来。

记者注意到,这些劝酒词五花八门。比如遇到戴眼镜的顾客,服务员会说:“戴着眼镜不一般,端起酒杯就喝干”、“戴着眼镜不寻常,喝酒准比别人强”;如果戴着手表,便是“手表一戴,喝酒爽快”;如果此时有人将外衣搭在椅子上,那就麻烦了,因为劝酒词会马上成了“衣服往后一搭,喝酒最少喝仨”;如果有人为了少喝酒而一言不发,服务员依然有办法:“沉默是金,喝酒不晕。”

据这家酒店的一些服务员介绍,

在给顾客倒酒的时候经常会出现一些顾客让服务员帮忙劝酒的情况,这也是为了应付突发情况,以免气氛尴尬。这些令人忍俊不禁的劝酒词,大多数是他们自己编出来的。

对于该酒店推出的劝酒服务,市民们看法不一。支持者认为,这些劝酒词生动有趣,不仅可以活跃气氛,而且可以避免请客时出现冷场的局面。而反对者认为,喝酒应该适量,而且应遵循自愿的原则,过于热情的劝酒会使人难以推脱,最终影响他人健康。市民王先生告诉记者:“社会在进步,酒店的服务质量也在不断提高,只有提高自身的社会适应能力,多知道点拒酒方面的知识,才能够给足对方面子,又保护自己的身子。”

也有一位投稿者传递了这样一条信息:严打酒驾行动有力地震慑了酒后驾驶行为,不论是被动地“拒酒”,还是主动地“拒酒”,都是好事。酒后驾车是一只“潘多拉的盒子”,只要打开,魔鬼就会跑出来,这是不以意志为转移的。生命的价值高于一切,这是一个最基本的社会伦理。喝酒的理由有百条千条,人的生命却只有一条。

但为有车族“拒酒”喊好之余,我们更须清醒地看到,这个现象毕竟还只是在严打酒驾这个高压态势下出现的。作为一种陋习,是不会在一两年的严打之后就销声匿迹的。事实上,既为陋习,其特征之一就是顽固——人人喊打,风头正紧时遁形隐

身,风头一过又故态复萌,甚至变本加厉,这样的情形早已屡见不鲜。

尤须警觉的是,与其它陋习相比,酒后驾车还有“酒文化”的背景。我国自古就有“无酒不成席”的说法,“酒逢知己千杯少”常被引为美谈,“一醉方休”总被视为快事。到了今天,更有“感情深,一口闷”之类对“酒文化”的演绎……在这种“酒风”的熏陶下,注定了整治酒驾是一场“博弈”。博弈,需要坚持,需要违法必究的持之以恒,需要高压态势的寸步不让。所谓一靠法律,二靠自律,两者不是彼此割裂的,而是法律推动自律,敦促自律。周口市交警支队通过本报举办的此次“最佳拒酒词征集活动”,便是敦促市民自律的一种表现。



梯田春耕忙
踏春追梦去

梯田春耕图是春天最动人的画面,图为浙江武义县农民在七彩梯田中犁田。

春回大地,马上就要踏进阳春三月。踏着春雷和春雨的节奏,大地万物被唤醒,勤劳的农夫又进入一个忙碌的春耕季节,犁耙田、育秧、插秧苗,种下一年的希

望……而全世界最壮观的春耕景致,当属“地球最美曲线”的梯田春耕。

本期,旅游周刊(详见 B6 版)带你走进中国最美的春耕图——听

着“哗哗”的趟水声,看着满地的梯田泛着银光、农夫和水牛辛勤劳作,聆听被赋予了生命的“春日交响曲”。

(黎存根)

万姓有缘 缘结天下

万姓缘推出喜庆用酒——中国囍

□记者付永奇 通讯员 赵书珊 姜玲

本报讯 近日,一款设计独特、包装精美的中国囍酒由我市的河南万姓缘酒业隆重推出,填补了我市没有专门生产喜庆用酒的空白,受到广大市民的热捧。

河南万姓缘酒业有限公司位于周口市大庆北路,占地面积 26.89 万平方米,是集科工贸为一体的现代化企业。公司本着“以人为本、质量第一、市场第一、服务第一,打造健康未来”的企业发展战略方针,取得了良好的业绩,产品万姓缘酒曾获得“中国历史文化名酒”和“中国驰名商标”等荣誉称号。

昨日,记者在万姓缘酒业见到了这款中国囍酒。该酒包装精美大方,外型为手提松木酒盒,盒盖为上下推拉式,设计精致,近闻有一股清香松木的味道,醒目的大红“囍”字印在中央,给人的感觉是鸿运当头,喜事连连。盒内部装有青花双龙连体瓶,形似双胞胎龙女龙娃,青花瓷做工精美细致,色淡雅、清亮,特别是

连体瓶,在世面上并不多见,极具收藏价值。连体内装有窖藏 10 年以上的浓香经典型老酒,纯粮酿造,口感香甜。

据了解,该公司总经理徐公仆长期从事企业管理和科研工作,他带领酒业科技人员大胆改革,不断创新,投资进行产品研发,使万姓缘酒业得到长足发展。公司生产的高度坛装青花瓷 1500ml、2500ml 老酒头等供不应求。中国囍酒是该公司历时 3 年,在 6 位中国白酒大师指导下研发而成的,不仅是万姓缘酒业的奇葩,更是该公司科研人员心血的结晶。

徐公仆说,人生有十喜:“家和体魄健、共享天伦日、久旱逢甘霖、他乡遇知己、升官有晋爵、财源滚滚来、桃李满天下、金榜题名时、洞房花烛夜、老来又得子。而中国囍酒就是万姓缘酒业针对中国人婚庆、喜宴、商务聚餐而特别研制的经典浓香型中高档喜宴专用白酒。纯粮酿造,喜庆大方的中国囍酒一定会让大家喝着舒心、喝着顺心、喝着放心”。

品牌升空 营销落地

红花郎召开 2012 年周口市场规划会

□记者 付永奇

本报讯 2 月 19 日,四川郎酒销售公司与河南亿星酒业公司在我市隆重召开红花郎 2012 年市场规划暨客户答谢会,郎酒集团豫南办事处经理李平、郎酒集团驻周口办事处经理汤多辉、亿星酒业公司董事长刘光辉等领导,及 100 多名经销商参加了会议。

郎酒是中国名酒,“郎”牌是中国驰名商标,在全国名酒厂家中,郎酒首家获得绿色食品标志认证使用。诞生于 1903 年的郎酒,至今已走过 100 年悠悠岁月。1984 年,“郎”牌郎酒荣获“中国名酒”称号;1989 年,郎酒再次蝉联“中国名酒”称号。2004 年,郎酒集团确立“神采飞扬·中国郎”的品牌战略,以“酱香典范·红花郎”为头狼的“群狼战略”取得极大成功,使郎酒的品牌价值及销售业绩得到了不断提升。2011 年,郎酒销量突破 100 亿元大关。

据介绍,红花郎作为高端酱香型

白酒,在周口市场有一定的市场基础,尤其是红花郎 15 年,酒体醇厚芳香,包装精美大气,有显著的独特个性和品位,深受消费者喜爱。今年,郎酒集团将在我市重点运作 15 年红花郎酒、20 年青花郎酒,并致力于塑造 30 年红运郎酒、50 年青云郎酒和百年郎酒等高端年份酒。会上,亿星酒业公司董事长刘光辉表示,亿星酒业将以“提升品牌形象、提高市场占有率、夯实市场基础”为导向,以周到、细致的服务,为消费者提供物超所值的服务。

