

酒仙网推酒类零售价格指数

今后买酒不再雾里看花

核心提示：

中国首份“酒类零售价格指数”即将推出。来自酒仙网的消息称，酒仙网将以“共赢100”合作企业为主体，结合其战略单位，共同推出“酒仙100中国白酒零售价格指数”、“酒仙100中国葡萄酒零售价格指数”、“酒仙100进口葡萄酒零售价格指数”，全面涵盖拉菲、白马等五大酒庄和茅台、五粮液、泸州老窖、郎酒等国产白酒品牌。

“酒类零售价格指数”的推出，将使白酒零售价格更加透明化，游资炒作、公海灌装葡萄酒等现象将得到有效遏制。

炒酒、公海灌装酒受到打击

业内专家介绍说，游资炒作价、廉价葡萄酒公海灌装卖出天价等恶劣现象一直是危害酒类市场健康发展的毒瘤，其根源就在于酒类价格不透明。酒仙100酒类价格指数的推出，将大大挤压这些恶劣现象的生存空间。

据了解，春节、国庆等假日市场都是商家囤货炒作的黄金时间，一瓶酒加价100至300元司空见惯。国外廉价葡萄酒通过公海灌装重新装包运至国内销售，成本价几块钱被炒至几十甚至几百的现象更是广为人诟病。酒仙100酒类零售价格指数发布，将使酒类价格透明化，有利于缓解“随意加价”，“炒货囤货”的市场现状，直接打击了“游资炒作”行为。

郝鸿峰表示，此次发布的白酒零售价格指数，实际上也是基于电商指数理论与方法编制，通过网络后台抓取重点白酒在线销售价格，经过加权计算的方式反映出各大品牌白酒在终端市场，尤其是网络市场的价格变动趋势与变动程度，为对比白酒网络价格走势与渠道价格走势提供了重要参考。

酒仙网发布的酒类零售价格指数等同于打开酒类线上与线下竞争的潘多拉魔盒，为广大消费者购买白酒提供了借鉴。通过该价格指数，消费者可以全面掌握各大品牌白酒网络售价及卖场终端指导

意愿看到不同渠道的竞争，竞争机制将使消费者有更多的选择空间，网络购物消费习惯也将逐步得到培养。



上图：酒仙网与宋河股份签约

厂合作，享受最高级别代理商价格，在整个网络白酒市场具有明显的价格优势，并且这种价格优势无处不在。除了在酒仙网，消费者还可以通过天猫、京东商城、当当网、腾讯拍拍、1号店、库巴等九大电商平台购买到酒仙网的各类酒品。今年年底，酒仙网还将与100家国内酒企签约合作，成为这些酒企的最高级别代理商或独家网络代理商。在完成两大资源整合后，酒仙网将形成酒类领域无可匹敌的整体模式优势。

据统计，中国酒类市场年销售额已经超过了5000亿。酒仙网经过2年发展，年销售额就达到了5亿，今年有望超过既定20亿的销售目标。酒仙网发布白酒价格指数，不仅使白酒价格趋势更明朗，加速白酒消费转型，更有助于规范白酒网络市场，同时，进一步稳固酒仙网在酒类电商领域的标杆形象。

(大河)

截至目前，酒仙网与千余家酒



又是龙湖七月中，十里荷香润古城。昨日，国家湿地公园——万亩龙湖游人如潮、清香四溢，充满了诗情画意，八方游客如痴如醉。

和往年相比，今年的淮阳荷花节宣传造势和商业氛围更加浓烈，游船头、湖岸边、栈道上，到处都飘动着商业宣传的彩旗和火红的灯笼，把龙湖点缀得楚楚动人。图为飘扬在湖边栈道上的新郎酒的宣传彩旗。

(记者 付永奇 通讯员 汤多辉 摄)

世界啤酒产量：中国第一，德国第五

世界范围内，去年的啤酒总产量为19000万千升，比前一年略有增加，而销售市场增长速度最快的地区在亚洲和非洲，其中中国是全球啤酒消费量最大的国家。去年，中国境内的酿造厂总共生产啤酒4900万千升，占全球产量的四分之一。德国的产量约为960万千升，位居第5，排在前面的还有美国、巴西和俄罗斯。

中国人喜欢淡啤酒

世界头号啤酒花供应商巴尔特(Joh.Barth und Sohn)表示，虽然全球在2011年酿制的啤酒量再创纪录，但使用的啤酒花却是前所未有的少。在他看来，产生这一现象的原因在中国，因为中国人喜欢的啤酒是特别淡的。德国则不同，德国啤酒商则将重点放在高级、较昂贵的啤酒品种上。

这种发展趋势压制了啤酒花的市场价格。家族企业巴尔特公司

今年度的经营额将下降2.2亿欧元，同比降低1000万欧元。巴尔特说，“我们的预测是，经营额会继续下降，在酿造行业还将继续整顿的过程，而价格则不会上升。”

啤酒生产会更集中

当今，全球啤酒产量的一半来自5大公司，它们是百威英博(AB Inbev)、SAB Miller、喜力(Heineken)、嘉士伯(Carlsberg)以及中国的华润公司。巴尔特估计，他可以想象，今后10年内，全球60%的啤酒产量将集中在

3大酿造厂。巴尔特公司每年公布一份啤酒花市场的年度报告，它在行业内被看作是一权威性的报告。

巴尔特认为，目前较为廉价的利息促使行业相互兼并的风头更盛。但德国酿酒厂不是收购的理想对象，原因是德国有近1300家酿造厂，竞争激烈，赚头很小。德国最大的酿造厂是Radeberger集团，但世界排名只居第23位。这些年来，德国啤酒的消费量有下降趋势。

(华夏)

“我与酒的故事”征文

村民张连仲

侯钦民

不久前回到家乡，听说村里的张连仲病故了。张连仲和我家是邻居，在我印象里，张连仲鼓鼓的眼泡，整天像没有睡醒似的，眼角上的眼屎很少见他擦过，村人都说他八辈子都没有洗过脸。

张连仲爱喝酒，并且在村里也很有名气，在全村他因喝酒曾获得过“第一特喝”的称号，至今有关他的趣事仍被村里的人们当成故事传着。

说起这个故事的缘由还要追溯到70年代。那时的农村，谁家来了客人，用于招待的最好的酒就是一元左右的莲花白、伏牛山牌子的酒了。由于农民的生活水平低，红薯干制成的劣质酒在农村很盛行。那个时候我们公社青农场里有一个小酒厂，每逢节日，乡亲们常提半竹篮或者半塑料袋红薯干，骑上自行车到酒厂里换点红薯干酿的酒喝。张连仲有蒸馍的手艺，平时乡亲们谁家有个红白喜事都让他去帮忙。人家管吃又管喝，完了还落个三块两块的。但因他光棍一条，挣一点零花钱不够他自己混的，整天借酒浇愁，自然连红薯干酒也喝不尽兴。

一天，张连仲酒瘾来了，便到一家小卖部打上二两红薯干酒，菜也不要，脖子一扬倒进肚子里，用手擦了一下嘴对小卖部老板说：“再来二两记到一块。”店主就装着没有听见，说：“连仲啊，你啥时间把账算算，结了账以后你狠劲喝？”张连仲说：“老兄你放心，我后天又接了一个活，三十二十的算啥，还能少了你的钱？”

旁边有个认识他的小青年看他这样喝，便接上话茬：“连仲哥呀，你真的是好酒量！我付钱再给你打四两，能喝下去吗？”张连仲笑着说：“哪来的这等好事，你打吧！”那青年付钱打了酒，他端起小碗一饮而尽。

这时，很多看稀罕的人围了上来，七口八舌地夸连仲好酒量，都要掏钱给他打酒喝。张连仲可忘乎所以了，只要有人付钱，他便一碗接一碗地喝下去。后来，直喝得两眼发直，舌头发硬，他一抹嘴，抛出一句：“我……我……不喝了。”这时的张连仲已灌进肚子里三斤八九两了。劣质酒后劲大，正当人们夸赞连仲海量时，他却眼珠一翻倒在了地上。

那些做恶作剧的人吓坏了，赶紧把他拉到乡卫生院里连输几瓶液，才把张连仲从阎王那儿拽了回来。后来一农家秀才就此事编了一段顺口溜：“第一特喝张连仲，三斤八两不能动；阎王爷那里去报到，死缠活磨都不要。”

征文启事

为引导读者建立正确的酒类消费观念，本报举行“我与酒的故事”有奖征文，欢迎读者朋友将生活中遇到的有趣的酒故事、健康饮酒的心得体会、酒类消费与酒文化、与酒有关的糗事窘事等，付诸笔端，与大家分享。

1. 征文内容及体裁：

凡个人亲身经历的与酒有关的事与情，无论大小，皆可提笔为文，发给我们。字数在800字以内，散文、诗歌、杂文、故事均可。

2. 征文方式：

电子文档请发送至电子邮箱：zkrb2578@126.com，来信请寄：周口日报社酒水餐饮部 付永奇收。咨询电话：8599376

3. 征文评选：

本报对来稿进行评定并择优在报纸上予以发表，凡文章见报作者及优秀作品作者均可持报社发放的奖品卡到万姓缘领取价值100元酒品一提。领奖电话：13838638696

“我与酒的故事”征文
由河南万姓缘酒业协办
万姓缘酒业地址：周口市大庆北路
电话：8588999