

电商欲打破 酒水“逢节必涨”怪圈



随着“双节”临近，月饼、茶叶、酒水等适合馈赠亲友的礼盒纷纷登场，价格也是水涨船高。一盒18块的月饼礼盒要价858元，一些高端白酒价格更是上涨20%~30%。与传统市场相反的是，淘宝、京东、酒仙网等为代表的电商却借此机会以周年庆典等字样促销。酒仙网等酒水电商更展开免费送、买一赠等一系列促销活动，大大拉低了酒水的价格。

酒水市场掀起涨价潮

近日，贵州茅台对外宣布，自9月1日起上调部分产品价格，平均

首个 “中国白酒名镇” 花落宜昌龙泉镇

“中国白酒名镇”是中国白酒行业优质产地的最高荣誉，这也是中国轻工业联合会、中国酒业协会首次联合授予这一荣誉，龙泉镇获此殊荣是实至名归。”9月14日，宜昌市夷陵区龙泉镇政府在稻花香工业园举办的中国白酒名镇新闻发布会上，中国酒业协会白酒分会秘书长赵建华如是说。

今年5月9日，中国酒业协会理事长王延才率中国白酒名镇考核组对宜昌市龙泉镇申报“中国白酒名镇”进行实地考察后，考核组一致认为龙泉镇符合中国白酒名镇认定条件，并决定向中国轻工业联合会提交考察报告，建议中国轻工业联合会授予龙泉镇“中国白酒名镇”荣誉称号。7月2日，中国轻工业联合会出台《关于授予湖北省宜昌市龙泉镇“中国白酒名镇”称号的通知》，正式认定龙泉镇为“中国白酒名镇”。

龙泉镇白酒生产已有近百年历史，是湖北省白酒产量第一大镇。以稻花香系列白酒为核心的食品工业及其配套产业正逐步形成，该镇龙头企业稻花香集团2011年实现销售收入124.86亿元，成为湖北首家过百亿元的“农字号”企业，集团旗下品牌“稻花香”、“关公坊”、“清样”先后被国家工商总局认定为中国驰名商标，其中“稻花香”以140.71亿元的品牌价值跻身中国新八大名酒，成为首个人选中国新八大名酒的湖北白酒品牌。

(周晓)

海外酒商“抢滩”中国葡萄酒市场

正在贵阳举行的第二届中国(贵州)酒博会上，来自法国、澳大利亚、意大利、西班牙、智利等20多个主要葡萄酒出口国的海外酒商纷纷亮相，希望能在中国这个全球葡萄酒消费增长最快的市场扩大占有。

“全世界酒商都想来中国，这里有巨大的市场，所有人都想来寻找机会。”来自法国弗兰萨克产区的酒商琼泽·诺埃尔说，中国会发展成完善的葡萄酒消费市场。目前，他计划于11月份先在上海做推广。

随着居民消费能力的提高和红酒文化的传播，中国葡萄酒市场呈现高速增长趋势。统计数据显示，中国葡萄酒2011年消费量比2010年增长28.26%，超过英国成为全球第五大葡萄酒消费国。

进口商深圳市欧盟酒业有限公司区域总监张杰介绍，越来越多年轻人选择喝红酒，而且很多人认为“喝红酒是一件很有品位的事”。

中国葡萄酒市场的持续增长，吸引了国外酒商竞相抢占中国市场。目前，进口葡萄酒已占中国市场的近30%。

“现在流行一种说法，‘国外酒商不是在中国，就是在去往中国的路上’”，张杰说，中国葡萄酒市场年均20%的增速远远超过国际市场1~2%的增速。

同时，中国葡萄酒进口商数量也在激增。据海关总署数据显示，2011年中国葡萄酒进口商为

3863家，比2010年增加了73%。经营进口葡萄酒的公司数量更多，但很多缺乏专业知识，素质参差不齐。

中国进口葡萄酒市场迅速扩

张，乱象也相伴而生。葡萄酒培训师安倍泽说，由于国内消费者普遍对红酒缺乏了解，无法分辨品质优劣，再加上政府监管不严，缺少行业规范，致使很多进口酒标价虚高。

张杰告诉记者，葡萄酒从进

口商到零售商一般要经过3、4道手，每道都要加价，“合理的利润空间是15~20%，但有的经营者获利超过100%，以后随着市场规范化，进口红酒价格也将趋于合理化”。

据了解，今年7月起正式实施的《葡萄酒行业准入条件》主要针对国内葡萄酒生产企业，提高了原酒进口门槛，将进一步规范灌装加工行为。

(新华)



网、品尚红酒等酒类垂直电商，发现电商近期均有力度不同的各种促销。

记者在酒仙网官网看到，除了节日促销外，酒仙网整个页面都是3周年大促销的背景。中秋、国庆、庆典三重促销，力度之大前所未见。促销形式除了直降、买赠、返券等线下常用的形式，更增加了购套装酒赠豪礼，多品牌、多种类酒捆绑销售等创新促销方式。

而其酒水的销售价格也比实体店便宜很多，以53度的飞天茅台为例，实体店价格为1980元，而酒仙网的销售价格仅为1519元。43度的飞天茅台实体店价格1198元，酒仙网价格则为758元。

电商将打破“逢节必涨”怪圈

网购酒水搅动了传统渠道价格体系。虽然酒水电商在整体销量上不及传统渠道的十分之一，却让消费者有了新的选择。

知名酒水专家铁犁认为，国内白酒市场一直存在着逢节必涨、大节大涨的怪圈。传统渠道每年9月的销售量和利润能占到全年的1/4。中秋国庆双节是酒水销售的旺季，经销商往往都会在节前一两个月大量囤积高端白酒，散播涨价消息，在节日临近，白酒价格上涨声四起时，再开始售卖，而且越是高端酒就赚得越多。酒仙网等网店电商则直接与酒企达成合作，成为厂家独家网络代理商，大大减少了中间环节，这样酒厂的涨价传递到终端时，已经不明显了。

(华夏)

阿洪

禾禾

阿洪弄了一辆破车，满县城开来开去。

阿洪还是一个酒鬼，有人对他说，“阿洪呢，开车不喝酒，喝酒不开车，你要小心呢。”

阿洪笑笑说：“酒肉穿肠过，佛祖心中留，没事没事。”

那时，酒驾还查得不严。

兔年四月，吃一朋友乔迁喜酒。阿洪在酒楼看见我，远远地就打招呼，我便同阿洪坐在了一桌。桌上摆了两瓶“酒鬼”，我倒了满满一杯。轮到阿洪，他擎着酒瓶贪婪地一个深呼吸，却滴酒未倒。我想阿洪肯定是开车来的，就说：“阿洪，来，剩下的半瓶我给你拿着。”

阿洪十分感激地点着头，眼里似乎涌动着泪光，叨叨地说：“苦啊苦啊，好好的气氛，好好的菜，却不能一醉方休，你说我买那劳什子有什么好？有什么好？”散席走下楼去，阿洪拎着半瓶酒竟走得有些歪歪扭扭。我不由慨叹，酒不醉人人自醉，大约就是阿洪这个样子。

再次见到阿洪，是在一朋友36岁生日宴席上。那天我去得迟，就缩在一个角落坐了。吃喝一阵，赴宴的人渐渐散去，唯有西边靠墙的一桌闹得坚挺。我拿眼一望，不由一惊，那个高擎着酒杯，站起身频频敬酒的不正是阿洪吗？怎么，阿洪不要命了，竟敢这样恣肆地喝起酒来。

我下了席，来到阿洪身边。阿洪一见是我，拉住我就要陪他干上一杯。

我接了酒杯，满腹狐疑地瞅着阿洪。阿洪看出了我的心思，哈哈一乐道：“告诉你，那劳什子我……我昨天卖了。我……我现在是彻底地解放了，解……解放了，为了我的解放，你大作家就……就不陪我一醉方休？”

我这才放心地举起了酒杯。

阿洪也举起了酒杯。

“来，各位，何以解忧？惟有酒鬼！惟有酒鬼……”

一时间，满酒楼只有阿洪嗡嗡作响的声音。

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