

盘点双节市场:

白酒低迷 葡萄酒热闹

随着双节的结束,节庆市场的消费情况成为商家关注的重点。尤其是在白酒业,“小节小涨,大节大涨”的说法已经失效,今年的中秋和国庆双节,白酒市场一片低迷,销售情况也是不温不火。与此相反,葡萄酒的市场却是红红火火,红酒的销量不断增加。

白酒销售市场“卖不动”

从市场来看,在杭州有超市工作人员表示,今年双节的销量不是

一般的差,去年这个时候53度飞天茅台缺货,今年要多少有多少。中端的水井坊、郎酒等白酒也卖得明显没有去年好。

上海长济商贸有限公司总经理胡先生说,按照他的估算,公司今年双节期间的销量可能同比下降50%。相当于去年能卖两瓶酒,今年只能卖一瓶。

高端酒卖不动,中低端没有爆发力。这是胡先生对眼下市场的感受。对于前者,他并不感到意外,“从今年上半年开始,消费茅台、五

粮液等高端酒的群体逐步降低了消费水平。”然而,他没想到到低端白酒也受到冲击,“和消费形势低迷有很大关系,明显感觉老百姓购买欲望不强了。”

葡萄酒市场销售旺盛

与白酒市场的疲软相比,葡萄酒市场却是红红火火,“相比前几年,今年200元以下红酒的品类大大增加,而且产地越来越多。”红酒垂直电商酒美网CEO吕意德说,

“虽然国内红酒的消费量越来越大,但随着红酒进口量逐年增加,价格反倒越来越亲民。双节期间,价格在100元以下的红酒销售最好。”

尤其是在电商方面,网上卖酒成为一种新的销售模式,也受到越来越多的消费者喜爱。据了解,在酒美网的网上商城上,价格在200元以下的红酒有将近600多种,产地遍布世界各地,来自于美国、澳大利亚、智利等地的葡萄酒越来越多。

(中酒)



中国白酒从来不乏创新,可是,如果与国外的威士忌、鸡尾酒等相比较,却是明显的稳重有余而活力不足,究其原因,是中国白酒还不够时尚。

所谓时尚,是一时流行的风尚。它存在于年轻人中间,偶尔也会出现在中年人身上,尽管是一时的风尚,但影响力却不容小觑。同时,它是一种生活方式,代表着一种潮流,

中国白酒开启时尚化潮流

一种对于生活的诠释和理解,它是具有未来性的。

80后、90后有明显不同于父辈们的生活方式以及精神层面的追求,他们有自己的个性,对于生活有着独特的理解,他们个性张扬,强调感受。

提到时尚、潮流,不得不提到湖南卫视。湖南卫视由一家地方电视台迅速发展成为具有全国影响力的大台,不断引发全国性的收视风暴,不但业内关注、媒体追踪,更为千家万户所追捧,拥有一批长期追随的忠实观众。在这群观众中,大部分是80后,现在又融入了90后,如果我们回头去解构这“传奇”现象背后的本质,可以用两个字来概括,那就是“时尚”。

中国白酒一直以来研究的消费群体是50后、60后和70后,对于已经走上工作岗位的80后、90后缺乏深入的研究。面对不断成长消费群体和不断变化的市场,白酒企业该如何应对?怎样的白酒是时尚的,能获得年轻消费群体的追捧?

首先,它需要一个时尚的名称。以时尚的名字来获得年轻人的认同。面对80后、90后们,我们总是认为他们“崇洋”,与老一辈格格不入。殊不知,“崇洋”乃是全球年轻人的共同特点,在他们的心里,外来的

东西总有着特殊的新鲜感和莫名的吸引力,因此,迎合他们的这个特点就显得格外重要。

其次,产品的外观需要满足时尚的需求,要有时尚的元素,要能吸引年轻人的眼球。在洋河酒厂推出蓝色经典之前,没有任何一家白酒企业敢于用蓝色作为产品的主色调,并且在全国推广。洋河酒厂大胆创新,以蓝色为主色,以大海、天空作为背景,更以女人的背影来暗示其绵柔的口感,开创了白酒蓝色时代,不仅产品是蓝色的,店招是蓝色的,就连婚宴也不再拒绝蓝色。

最后,是市场推广方式不同,即创新白酒销售渠道和饮用方式。有人认为,我使用了一个小型的包装,外形很时尚、潮流;我创新了饮用方式,比如冰镇、加冰饮用等,这应该是时尚化了吧?答案是肯定的。在市场推广方面,我们需要了解年轻人的饮酒习惯和兴趣爱好,以更加精准的传播和推广,将产品送到他们手中,并将他们培养成白酒的忠实消费群体。

其实,白酒时尚化是一项长期的系统工程,从产品设计到市场推广,都应该是系统的,和以前完全不同的。假以时日,它必将成为白酒行业的又一个主力军。

(华夏)

喝酒爱“上脸”幸福

酒桌上碰到喝酒“上脸”的人,大家一般都不会勉强,这其实是有道理的。一喝酒就脸红的人体内解酒酶少,对酒精消化能力差,确实喝不多。在酒场如战场的中国,这真是一种幸福的体质。

常识 解酒酶决定人的酒量

一般来说,人的酒量是天生的,它主要取决于人体内“解酒酶”的数量。解酒酶多的人,酒精分解得快,身体对酒的耐受力强,解酒酶少的人自然相反,比较容易喝醉。

由于酒精主要靠肝脏消化,所谓的“解酒酶”自然也在肝脏内产生,医学上称为乙醇代谢酶。它主要有乙醇脱氢酶、细胞色素P450-2E1和乙醛脱氢酶组成。其中,乙醇脱氢酶起着首要作用。

“严格地说,一个人能不能喝酒,取决于解酒酶的数量和活性,喝酒脸红的人是乙醛脱氢酶缺乏的表现。”郑州人民医院消化科副主任医师王郁杰介绍,喝酒上脸不是皮肤原因,也不是酒精原因。人体的乙醇脱氢酶把乙醇转换为乙醛,而乙醛正是酒后脸红的原因。“人体产生乙醛后,需要通过乙醛脱氢酶再次转

化代谢,所以酒后脸一直红的人是因为体内缺乏乙醛脱氢酶。”因此,“上脸”的人如果继续喝酒,体内就会积累大量乙醛无法代谢,对身体造成损害,所以不劝“上脸”的人喝酒是正确的选择。

聚焦 酒后死亡主因是窒息

大多数人都多多少少了解一些因过量饮酒而致死的例子,王郁杰说,饮酒死亡只有极少数的情况下是由心脏损害原因造成,大部分情况都是因为窒息。“人饮酒过多后会失去意识,如果呕吐的话,面朝下或者朝上都可能被呕吐物堵住呼吸系统,进而导致窒息,如果抢救不及时,就会死亡。”在王郁杰接诊过的饮酒过多的患者中,就有一部分因为送到医院较迟而去世的,还有一部分经过抢救脱离了危险,但是出现了意识障碍,很长时间无法恢复,只能在脑病科继续接受治疗。“可能导致死亡的一般都是急性酒精中毒,但是慢性酒精中毒同样需要注意。”

大量饮酒后,如果做个肝脏检查,就可能发现脂肪肝症状。长期大量饮酒的人大多都患有脂肪肝,甚

至还可能出现双侧股骨头坏死症状。因此,如果经常饮酒的人出现不正常的消瘦现象,建议停止饮酒,并入院接受检查。

说法 摄入酒精量为饮酒量乘酒度数乘0.8

“中国酒文化庞大悠久,产生了很多关于酒的说法,但是涉及健康的,有很多并不科学。”王郁杰举例,在酒桌上,有人会说,病了更应该喝酒,酒精消毒。其实,大家都知道,医学上用来消毒的酒精是含75%浓度的乙醇,普通的饮用酒不会达到消毒的目的。

也有人说法数高的酒不容易“上头”,其实,这也很可能只是一种错觉。

人饮酒时摄入的酒精量有个计算公式,即饮酒毫升数乘上酒的度数再乘上0.8,可见,酒精对人体的作用程度取决于饮酒量和酒的度数,至于“上头”与否,也许和酒的品质有关,但更多地应该是取决于人的主观感觉。

所以,无论什么度数、什么牌子的酒,从健康角度来讲都只有一种功效,而这种功效绝不会像喝酒微

醺时那么美妙。

当然,如果出于工作应酬或者其他原因,不得不喝酒,那么建议喝酒前,中多吃点东西,喝酒速度慢一点,这样可以给身体内的解酒酶更多的代谢时间,减少它的“工作量”,从而对身体的损伤会少上那么一点点。

(南商)



酒混

这天,易达公司在迎春大酒店召开订货会,应邀来洽谈业务的客户、贵宾不少,除了很多熟人外,还有许多新客户。

转眼时针已经指到夜里12点了,客人们都被送走了,剩下一位丁经理已是醉话连篇,当汽车开到她面前时,他硬是不上车,说邻居们看到这情景又要骂他腐败了,无奈,小李只有搀着他回家。

路上小李怕他不听话,就一个劲地给他戴高帽子,问他家住在哪里,他语无伦次地说,家在前面的红光街,从西头数第五根电线杆那儿。他们费了好大的劲,才挪到红光街第五根电线杆。这时,天已经凌晨3点了。

直到天麻亮了,附近一家烧饼铺开门了,小李唤醒了丁经理去铺子里歇歇,丁经理醒了,他睁开眼一看,却笑了起来,“家,家,找,找到了。”进了烧饼铺,丁经理问铺子里一位大姐,“大姐,你,你,知,知道臭子,的家,家,吗?”大姐看了丁经理,早笑弯了腰,“你,你不是二哥吗。”说着,她朝挨门的院落道:“瞧,那里。”

小李谢了那大姐,就扶丁经理走进了那个院落,看房子一副破旧不堪的样子,小李以为是丁经理的朋友家。这时,丁经理回转头,朝小李说:“我,我,要,休息,你,走吧。”折腾了一夜,小李觉得太累了,客气了几句后,小李就走出了院子。出了院子后,小李觉得肚子饿了,就进了刚才那个烧饼铺。来这里不仅为了吃饭,还有个目的,就是问清丁经理是个什么样的人,以后才好找他办事。于是,小李边吃边问那位大姐,那大姐听了,爽朗地笑了,“你说的这个丁经理,他可是个不简单的人物……”小李听罢,脸上臊得象块大红布,人几乎要瘫倒在地上了。

原来,这个丁经理名丁又龙,小名臭子,在家行二,是个有名的酒鬼。自打他下岗后,生活就不那么滋润了,然而,他好吃懒做,虽然没了经济来源,偏是酒瘾难抑,他家隔不远,就是迎春大酒店,这几年,酒店红火,还都是些吃公款的人,社会上大大小小的会议都在酒店里召开。看着酒店里每天熙熙攘攘的人群,丁又龙忽发奇想,何不穿戴得整整齐齐体面一些混进去吃公款呢?那么多人谁认识谁呀。于是,他印了一盒名片,还买了一套西装,每到酒店里有会议,他就西装革履大大方方地参加会议,然后,就餐、玩乐。久而久之,丁又龙就成了酒店里的地道的“酒混儿”。易达公司开订货会那天,丁又龙就穿上西装混了进去,等吃饱了喝足了,还让人把他一直送回了家。

(彭波)

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、与酒有关的糗事趣事等,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:zkbr2578@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