

洋河移动互联模式列入工信部试点项目

为白酒行业唯一入选企业

本报讯 近日,工业和信息化部公布了首批入选2014互联网与工业融合创新试点项目名单,洋河股份(苏酒集团)的“移动互联全柔性生产模式”项目位列其中,成为白酒行业唯一入选企业。

2014互联网与工业融合创新试点项目,是工信部2014年的重点推出项目,旨在通过个性化定制、众包及移动O2O等三个方面,积聚产业资源较好的平台,推动国内企业在生产上与互联网科技的创新融合,从而形成互联网企业向制造业延伸的新动力。洋河股份、百度公司、海尔集团等14家企业入选。

洋河股份(苏酒集团)的“移动互联全

柔性生产模式”,是企业基于个性化定制、消费者参与的全新生产模式的探索。其主要通过互联网实行预售模式,在生产商品之前,企业先接受消费者的个性化定制,再去下单生产。该模式计划以“个性化定制”及“移动O2O模式创新应用”为重点发展方向,通过对个人特定要求及白酒定制营销的巧妙融合,自建和整合现有线上资源平台,系统地实现线上品牌体验、B2C商城、手机移动商城(微信商城)等功能。

白酒行业属于传统制造业,在互联网方面的应用普遍较为匮乏。但洋河股份(苏酒集团)却勇于创新和探索,紧跟信息化时代的脉搏,在电子商务等互联网应用创

新方面收获颇丰:2013年,洋河官方旗舰店先后在天猫和京东正式上线运营,在酒类官方旗舰店中,销售额遥遥领先;继开设官方旗舰店之后,洋河又推出洋河1号APP客户端(应用商店),首开APP卖酒先河,并被纳入2013中国酒业十大营销案例。

据工业和信息化部工作人员介绍,洋河股份(苏酒集团)之所以入选,一方面是其在营销创新方面一直走在白酒行业的前列,另一方面,以市场为导向,线上线下融合的电商模式及个性化定制等项目,开辟了白酒转型升级的新渠道。

(张紫尘)

武松能喝30碗 只因白酒度数低

梁山108条好汉,武松的酒量堪称第一。

《水浒传》里有记载,武松上景阳冈之前,曾经在酒店里喝了15碗酒,然后赤手空拳打死了老虎。后来,他帮着金眼彪施恩打蒋门神,又搞过一回“无三不过望”。“望”是酒店外面挂的招牌,他每看见一块酒店招牌,就得喝三碗,不然他不走,结果总共喝了大约30碗,才六七分醉。跟蒋门神比武,旗开得胜,马到成功,一脚就把蒋门神踢倒了。

我见过北宋定窑烧造的酒碗,不算大,一碗能装两百毫升,也就四两酒,比现在大排档里盛啤酒的那种一次性塑料杯稍微大一点点。假如武松在景阳冈下喝酒时用的就是这种酒碗,15碗等于6斤酒;打蒋门神时喝了30碗左右,大约12斤酒。

武松为什么那么能喝?主要是因为宋朝没有蒸馏酒,只有酿造酒。把米饭蒸熟,放凉,拌上酒曲,让它发酵;发酵到一定程度,米饭都变成了酒糟;用酒筛过滤后放进坛子里密封起来,少则3个月,多则10年。打开坛子,成品酒就成了。这样酿造出来的酒,最高度数不超过15度,一般度

数在6度左右,比白酒的度数低得多,所以才能多喝。

苏东坡有个学生叫张耒,字明道,在河南做过官,据他自己说:“平生饮徒大抵止能饮五升,已上未有至斗者……晁无咎与余酒量正敌,每相遇,两人对饮,辙尽一斗,才微醺耳(张耒《明道杂志》)。”晁无咎又叫晁补之,也是苏东坡的学生。张来的意思是说,当时爱喝酒的人一般只能喝5升,喝一半的人很罕见,他跟晁补之两个人的酒量差不多,每次见面喝酒,俩人加起来能喝完一斗,而且还不至于烂醉。

宋朝一斗将近6000毫升,至少能装10公斤酒。张耒跟晁补之共同喝完一斗,说明每人至少能喝5公斤,也就是10斤。前面说过,武松打蒋门神的时候大约喝了12斤酒,苏东坡这两个学生的酒量跟武松居然差不多。

可是苏东坡的酒量远远比不上他的学生。苏东坡在《东皋子传》中写道:“予饮酒终日,不过五合。”“五合”等于半升,不过一斤低度酒,你让他喝一天,他都喝不完,说明他顶多就是一瓶啤酒的酒量。

(李开周)

购买名酒 竟是空瓶 消费者获赔

近日,四川省宜宾市珙县工商局举报中心接到投诉,消费者罗先生因购买的名酒为无酒空瓶,经过工商部门调解后,双方和解。

罗先生介绍,他在春节期间宴请朋友时,拿出购买的一件6瓶装某知名品牌白酒与朋友品尝,喝到第四瓶时发现,该瓶酒的重量明显比其他装满酒的酒瓶轻,用力晃动酒瓶也无声响。

罗先生称,“当时朋友开玩笑说,是假酒吧!最后大家扫兴而归。随后,找到本地经销商要求赔偿,经销商表示并非自己的过错,只同意更换一瓶新酒。当时我就觉得窝火,便向工商部门进行了投诉。”

宜宾市珙县工商局申诉举报中心工作人员介绍,接诉后,他们迅速与经销商和该酒的生产厂家取得了联系。经酒厂打假办工作人员的现场鉴定,该投诉商品外包装完好,无开启迹象,生产批号及防伪标识正确,判定该酒为正规产品,并出具《产品真伪鉴定证明书》,承认可能是生产时检验工人的疏忽所致。双方经过调解,最终达成和解协议:由该酒厂家按照罗先生提出的数量赔偿了新酒,当事人双方最终握手言和。

(华西)

消费参考

编者按:

本栏目充分利用新华社、人民网等主流媒体的有关白酒消费的批评稿件,把一些带有普遍性、针对性的新闻集纳在一起,目的在于针砭时弊,引导消费,弘扬正气,引导舆论。本栏目每周一期,欢迎广大读者荐稿。