

“典藏”香天下 “兰蔻”靓新娘

“汾酒典藏”与“兰蔻摄影”联手征战婚庆市场

□记者 付永奇

本报讯 这是一个跨界打劫的时代，也是一个跨界联合的时代。9月2日，汾酒典藏豫东办事处和周口碧桂园兰蔻婚纱摄影公司签署合作文本，正式携手精耕细作豫东婚庆市场，成为经济新常态下我市企业跨界联合的又一标志性事件。“有相同的目标人群，有同样优秀的产品，强强联合一定会实现1+1>2的双赢效果!”市总商会相关负责人这样评价此次合作。

山西汾酒集团拥有千年酿酒工艺，品牌文化理念精深，汾酒作为我国清香型白

酒的典范，入口绵、落口甜、饮后余香、回味悠长，是2005年前后我市酒水市场的主流产品，全市年销量超亿元。2016年，汾酒集团推出盛世典藏婚庆专用系列，此系列酒的包装、酒品等都契合婚庆主题，是为婚宴量身定做的美酒。汾酒典藏豫东办事处自今年成立以来，认真研究分析周口市场，创新销售思路，对婚宴、家宴等个人消费实行个性化定制服务，如“买酒送婚纱照”“买酒送宴席”等。“和周口强势的碧桂园兰蔻婚纱摄影公司合作，能通过婚纱这个渠道迅速拓展汾酒的婚庆用酒市场，是一个不错的选择。”郸城县索非

亚婚纱摄影公司巴总经理认为。

周口碧桂园兰蔻婚纱摄影公司依托碧桂园房地产公司的雄厚实力和唯美的建筑风格，有数百亩地的大片时代的绝美室外景点，人与自然唯美融合。公司新装成的室内风情婚纱摄影体验馆，建筑面积1000多平方米，有200多个中式、欧美、日韩等风格的拍摄点，加上室外景点共有1000多个精美曼妙的拍摄景点，能同时满足百余对新人拍摄中高档婚纱的需要。来自淮阳县的摄影师李君说：“碧桂园的建筑

设计是周口最漂亮的，天蓝、草碧、水清、花艳，物业好，我们特别喜欢在这里为新

人拍摄婚纱照!”据相关负责人介绍，目前碧桂园兰蔻婚纱摄影公司已吸引近百家来自豫东各县市的影楼前来拍摄婚纱照。“拍摄间隙，坐在宽敞明亮的休息大厅，听着抒情明快的韩国流行音乐，轻酌半杯清香汾酒，深深体验一下即将到来的幸福时光，让人有如痴如醉的梦幻感觉。”一对新人在留言簿上这样写道。

面积 700 多平方米 容纳 10 万件酒

河南四五酒仓储式大卖场开业

□记者 付永奇

本报讯 “爱家乡，喝四五，价格低，真划算!”9月12日中午，市民李先生在四五酒仓储式大卖场高高兴兴地搬回4箱四五贵宾酒。对于每年中秋家人团聚都需要白酒的他，没想到能碰上这么大的优惠活动。

为顺应市场发展，创新营销模式，服务家乡人民，四五酒业花重金在沙颍河八一大道桥北200米路西成立四五酒仓储式大卖场。该卖场面积达700平方米，分上下二楼，一楼用于仓储及营业，二楼用于客户谈判及沟通，可容纳10万件产品。在这里四五酒全系列产品都可以买到，如四五L系列、四五

精制系列、四五柔和系列、四五老窖系列、四五光瓶系列等90余种产品。四五酒仓储式大卖场所有产品均由国家级大师勾调，质量优良，优格便宜，口感上乘。为让利市民，报答家乡人民对四五酒的厚爱，四五酒仓储式大卖场所销售产品全部实行“买一送一”，即现在花一箱的钱买两箱的酒。他们还对所销

售产品实行全方位跟踪，建立客户信息网，对集团团购，送货上门。

据介绍，河南四五酒业有限公司前身是创始于1949年的河南四五酒厂，2005年改制后对产品进行研发和升级改造，形成豫商、老窖、婚庆、老酒、内招、建国纪念等数十个系列，涵盖高、中、低档共90余种产品。四五酒采用传统酿造工艺，选用现代农业技术种植的有机农作物，经45天发酵酿制而成，口感醇正，甘甜清爽，香味持久，余韵悠长。近年来，四五酒业先后获得“市民最喜爱的白酒”“消费者信得过单位”“河南省诚信名誉企业”“河南省十大最具竞争力品牌”等荣誉称号。

中国白酒品质论坛举行

著名学者余秋雨为白酒品牌建设“开方”

近日，中国白酒品质论坛暨华山论剑西凤酒2016品牌文化峰会在西安召开。中酒协常务副理事长王琦强调，中国白酒源远流长，传承创新，溢彩流光。弘扬白酒文化，提升白酒品质，是利在当下、功在长远的责任之举，也是举办本次论坛的宗旨。

王琦表示，我们的文化视野必须向前

看，向外看，让自己更加丰富，更具国际风范，让各国消费者感受中华酒文化的魅力。

著名文化学者余秋雨先生为当今白酒品牌发展提出四点意见：一是科学化。中国白酒这么多年的发展历程中，提倡文化是非常值得敬仰的，但有一个致命的错误，容易借助文化说大话，说空话，说压倒同行的话。我们要赋予酒科学性和务实性。二是人格化。白酒说到底是与别人联系在一起的，造酒人、卖酒人以及喝酒人等，都紧密联系在一起，所以要对酒赋予人的符号，让中国白酒有人格魅力，给予它人格化。三是生态化。中国白酒能延续几千年的文化旅程，最重要的一个原因是中国白酒与中国的生态环境、大好河山以及人文情怀等联系在一起。所以要赋予中国白酒生态化。四是美学化。白酒是一种艺术的东西，白酒业在定位和设计中国白酒文化的时候，要用文学的眼光赋予它精神和灵魂，赋予它美丽。千万不要假文化之名行假大空之实。

中国西部文化理论开创者肖云儒先生从品质制造、品质消费、品质资源、品质思维各方面解读了什么是“品质中国”。肖云儒强调，“品质”这两个字应该倒过来念，先

有“质”再有“品”，“质”是一个产品的内部的硬质量、硬实力。品质就是内部的硬实力和外在进入市场以后软实力的结合。一个是物态的品质，一个是神态的品质，锻造高质地的酒需要工匠精神，但是提升高质量品味的酒需要文化注入，有了品质以后进入市场，被市场广泛认可之后，年深日久，沉淀为固定印象，这就形成了品牌。

文化学者李刚表示，“陕西是中华民族文化的发祥地，也是酒的起源地和故乡，陕西的酿酒技术也影响到了其他地区，如今很多耳熟能详的白酒都深受陕西酿酒技术的影响，陕西文化是多种文化的集合，陕西的酒也融合了三秦大地的三川气象，既有关中的耿直，又有陕北的粗犷，更有陕南的婉约，体现了人与自然的和谐，文化、经济、酿造技术的综合。”

季克良、沈怡方、高月明等白酒专家、天士力控股集团董事局主席闫希军围绕文化与品质分别发表了演讲，并发布了华山论剑西凤酒的鉴评结果。本次论坛由中国酒业协会文化委员会主办，陕西西凤酒股份有限公司、华山论剑西凤酒品牌运营公司承办。

(据《中国食品报》)

新闻 热线

13839412578 13592221006

就餐时不给发票;菜品中有异物;
被迫接受最低消费;油烟扰民;
假冒伪劣酒水;服务态度恶劣;
强制使用一次性消毒餐具……

发现以上情况,请拨打监督
热线电话,我们将在第一时间关
注您的呼声,通过记者的调查与
呼吁,引起有关部门的重视,让
您的合法权益得到维护。

逛周口微信公众平台



扫“逛周口”微信平台,获取最
新活动资讯。