

中秋、国庆双节临近 酒水商出奇招拼人气

每年的中秋节都是酒水销售“爆点”的开始,而随之而来的十一国庆节又将是一年白酒旺季的重头戏。近日,记者走访枣庄各大酒水市场,发现各大酒水品牌已“摩拳擦掌”推出了各类促销活动,双节来临之前,枣庄酒类产品销售渐热,促销场面十分火爆。



李丹/文

礼盒装酒品普遍降价

9月9日上午,记者走进枣庄大润发超市,刚进入超市就感受到浓浓的节日氛围。在超市二楼中央最显眼的位置,各大品牌的月饼都贴出中秋优惠等字样。当然,同样作为中秋礼品首选的酒类产品也纷纷加入到促销优惠的行列。

随后,记者在超市的酒水区看到,贵州茅台、五粮液等各大品牌也都为双节的到来推出精美礼盒装,其中,茅台金凤凰礼盒500mlx2节日优惠价119元,茅台一帆风顺礼盒500mlx2节日优惠价198元。除了风格各异的包装和有着美好寓意的名字外,有的盒子内还配有小酒杯等精致的礼品。工作人员告诉记者,随着中秋节的临近,这种礼盒装的酒类很受欢迎,平均一天都会卖出几十盒甚至上百盒。

记者采访了正在购物的王先生,王先生表示每年的新年和元旦,都会购买酒水作为走亲访友的礼品。枣庄是爱酒的城市,大家喜欢过节的时候喝点酒。王先生还表示,“现在买酒的种类已经不仅仅是白酒,还会再选购红酒作为礼品。红酒在各大一二线城市是健康养生的酒水标志,在枣庄已经越来越多的人开始接受红酒,喜欢红酒了。中秋佳节,各大红酒商也都在搞促销活动,甚至有的商家还推出了买一送一的活动。但是我更看中红酒品质,既然是为了健康品红酒,当然要选择信得过的好红酒。”

中低端酒打促销“价格战”

随后,记者又来到银座超市。该超市除了在超市中央搭建了专门的酒水促销展台外,还给出了很多优惠活动。而枣庄其他各大超市酒水促销展台上也均放置着200元以内的白酒和红酒,各品牌中端白酒前也张贴着黄色的促销条,甚至有品牌白酒打出了“买6瓶只需200元”的促销标语。

但是通过记者调查,发现各大

高端白酒依然像往常一样静静地放在展柜内,并没有加入到促销的行列。“目前五粮液、茅台等高端白酒的价格比较稳定,相比去年同期,价格略有下降。”超市工作人员表示,自去年开始,高端白酒只涨不跌的神话破灭之后,行情就一直难有起色。不过,相比地产品牌白酒,高端白酒目前基本没有促销活动。

节日促销利于白酒销售

某商场相关人士告诉记者,今年8月以来,超市酒类产品促销手段多种多样,价格比平时要优惠不少。除此之外,高端白酒的销量也是稳中有升,而且货源比较充足。“促销都是刚刚开始做,这样的促销力度也是近年来最大的,我们希望借中秋节来提高销量。”一家超市白酒销售区的负责人表示。虽然白酒优惠促销比比皆是,但据记者了解,目前销售情况仍未达到商家预期。有白酒商告诉记者,从去年到现在,他们一直在盼望白酒生意能

好做一点,但现在看来,白酒市场仍处于“寒冬”,这让他们压力很大。

“尽管行业的整体情况不好,但中秋毕竟是一个很重要的传统节日,中秋打折销售还是会给白酒销售带来一定的生机。”业内人士分析说,在传统习俗的影响下,中秋佳节成为酒和月饼的销售旺季,因此酒水商家均对中秋节寄予了很高的期望,也做好了充足的准备,希望通过中秋节、国庆节的销售来改变上半年白酒市场销售惨淡的情况。

酒花帮您鉴别白酒优劣

中秋和十一两节,“举杯邀明月”朋友亲戚小聚在所难免,席间难免要对杯中之酒品头论足一番。面对市场上琳琅满目的白酒,如何辨别白酒的真伪优劣呢?市质检所食品专家教你几个最为简易的白酒优劣鉴别方法。

有着20多年鉴别经验的市质检所食品中心相关专家说,购买瓶装白酒,由于不可能打开盖先尝尝,所以在挑选时要认真观察识别。



具体方法看酒色是否清澈透亮

尤其是白酒,装在瓶内,必须是无色透明。鉴别时,可将同一牌子的两瓶酒猛地同时倒置,气泡消失得慢的那瓶酒质量好,气泡消失得快,说明酒的浓度高,存放时间长,喝时味道醇香。这是因为酒中乙醇与水反应成酯,酒存放时间越长,也就越香。

看是否有悬浮物或沉淀物

把酒瓶颠倒过来,朝着光亮处观察,可以清楚地看出,如果瓶内有杂物、沉淀物,酒质就有问题。

看包装封口是否整洁完好

现在,不少酒厂都用铝皮螺旋形“防盗盖”封口,这样比较保险。

酒瓶上的商标标识

一般真酒的商标标识,印制比较精美,颜色也十分鲜明,并有一定的光泽,而假冒的却非常粗糙;查看是什么酒厂生产的,什么牌子的酒,这也是识别瓶装酒的重要方面。

其次,在打开瓶饮用前,可采用以下方法:取一滴酒置于手心中,然后使两手心接触摩擦稍许,酒变热后发出的气味清香,则为上等酒;若气味发甜,则为中等酒;若气味臭苦,必为劣酒无疑;将酒瓶倒置,察看瓶中酒花的变化,若酒花密集上翻且立即消失,并分布不均匀,酒液浑浊,即为劣质酒;若酒花分布均匀,上翻密度间隙明显,且缓慢消失,酒液清澈,则为优质酒;取食用油一滴,置于酒中,若发现油在酒中不规则扩散,下沉速度变化明显,则为劣质酒,若发现油在酒中较规则扩散和均匀下沉,则为优质酒。(李杜生)

帝豪酒的质量哲学

首开鲁酒“五粮”先河 全力保障消费权益

据往年资料显示,在2004年山东帝豪酒业改制成立之前,枣庄地区的餐桌上充斥着地产的“瓜干酒”和“高粱酒”,老百姓很难喝到纯粮食白酒,直到2005年国家才正式实施和推广“纯粮固态发酵”工程。帝豪酒改制上马后,全国首创实施了一项“五粮酿造 地下窖藏”工程,帝豪决策层坚信,只有采用最好的粮食,最好的工艺,最好的储酒法,才能酿出绝佳的美酒。基于高贵品质和消费升级的考虑,帝豪结合本地酿酒环境和鲁酒风格特点,选择成本更高、品质更好的“五粮型”白酒,即用高粱、玉米、大米、大麦、小麦五种粮食酿造的浓香型白酒,枣庄第一家真正坚持纯粮酿造的“五粮型”白酒企业就此诞生。

帝豪酒业这一高瞻远瞩战略工程的实

施,打破了枣庄地区没有纯粮酿酒企业的历史,彻底改变了地产酒落后的现状。

但是,2009年后,随着帝豪酒知名度的不断上升,当地一些不法分子,开始模仿帝豪酒的包装造假酒,以次充好,以假乱真,一度搅乱了帝豪酒市场秩序,一些不明真相的消费者,开始怀疑帝豪酒的品质,误传帝豪酒的形象,甚至以讹传讹帝豪酒“没车间、没窖池,没酒味”等,严重影响了帝豪酒的社会声誉。

经过审时度势,帝豪酒业决定一边连续多年组织声势浩大的“万人参观”活动,让老百姓“耳听为虚,眼见为实”。一边联合有关部门,秘密侦查,一举端掉多个假酒窝点,重建市场秩序,全力保障了当地消费者的权益。经过“严打”后,仿冒帝豪的假酒最终彻底消失了,枣庄老百姓对“帝豪品质”亲眼所见后,也完全打消了疑虑。不久,帝豪酒重新回归到当地消费者心中的重要地位,美誉度、信任度和忠诚度与日聚升。

顶级技术合作 填补市场“蓝海”

2012年8月7日,帝豪酒业与中国商业联合会酒类质量检测测试中心、四川省酒类研究所举行了技术合作签字仪式,并于当年9月举行了全国首家“地下窖藏研究中心”揭牌仪式。“帝豪”为什么单单与四川酒类研究所签订技术合作项目?我们知道,“帝豪”采用的是五粮酿造工艺,“五粮”比“单粮”生产工艺复杂,技术难度高,口感醇厚柔和,绵甜悠长,最适合大众消费口味,而这个工艺技术领域的研究,四川酒类研究所恰恰领先全国。

两家进行技术合作,还有一项最大的优势是:帝豪酒业采用的是一套具有很高科学实验研究价值的“地下窖藏,恒温水封”储酒工艺。在传承千年储酒古法的基础上,进行了大胆的科技实验创新,把盛满“五粮基酒”

行业资讯

“江小白”与“小江白” 小白酒网上卖萌争市场

就在“江小白”上市一年左右,市面上又冒出了一个与其酷似的小酒“小江白”。同样拟人成一个相似80后的卡通形象,有点吊丝,个性鲜明。它自命“中国著名的白酒文艺青年”,也在网上卖萌。其实,“江小白”和“小江白”都与江津老白干母厂江津酒厂有着不同程度的关联,如果说后者是亲生子,那么前者就类似于养子。

五粮液时尚化营销 已推出针对年轻人果酒

9月13日,五粮液在投资者互动平台上表示,公司目前已经推出针对年轻人的果酒,包括亚洲干红葡萄酒、青梅果酒、青梅实酒、冰珀43(多种果酒调配而成)等产品,售价从几十元到数百元不等。

2013年,中国白酒行业进入了深度调整期,各大酒企纷纷采取产品结构调整、时尚化营销方式等应对挑战。在产品结构调整上,五粮液推出特曲、头曲品类及低度酒,包括五粮特曲、五粮头曲、低度系列35度、39度、42度五粮液,以及2013中国梦·特别纪念版五粮液。上述产品定位中低端,被认为五粮液发力腰部战略的选择。

8月五粮液“走出去” 拉升活跃度

8月,茅台牵手银基,并发布了半年业绩报告,这让茅台坐稳了8月白酒活跃指数榜榜首,而五粮液则受到“走出去”,落子邯郸以及中报等因素的影响,为例第二。从白酒绝对活跃指数来看,古井贡上升了十位,挤入前三甲。从白酒相对活跃指数来看,五粮液本月活跃度强势上升,上涨了7108.70点。

贵州酒博会 遵义市共签约项目40个

9月8日,记者从贵州酒博会上获悉,遵义市共签约项目40个,投资总额达735亿元。国内酒类贸易合同225个,总额达261亿元。进出口酒类贸易合同3个,总金额达3.39亿美元。

的通透性极好的紫砂陶缸,存入地下4米深的酒窖中,让酒中的微生物充分融合,经过岁月的修炼之后,再择吉日吉时开窖调酒。四川酒类科研所要做的,正是对这种经过特殊储藏的帝豪“五粮基酒”,进行研究、测试、调配、升级,最终达到符合人体饮用的最佳口感效果。

可以这么说,帝豪酒业与中国商业联合会酒类质量检测测试中心、四川省酒类研究所的合作,是一项战略性、前瞻性的合作。山东帝豪酒业与中国顶尖级的酒类技术机构合作后,恰恰找到了方向和突破口。现在,新产的帝豪酒达到了这样几个标准:好喝,不易醉,不上头,醒酒快,醒后身体舒适,这正是“帝豪”的最大成果和成就。

未来几年,我们甚至可以这样预测:“帝豪”的新产品将属于白酒市场的“蓝海”,这是应对当前白酒产能过剩、竞争同质化的最佳产品,也是山东帝豪酒业对行业做出的重大贡献。(孙延元)