

放心酒水评选落幕

20名幸运读者获奖

安卿超

4月5日,由枣庄日报社联合市质监部门主办,山东荣丰酒业酿酒有限公司冠名的为期2天的“2014枣庄3·15‘放心酒 诚信店’颁奖典礼暨春季婚庆产品博览会及万人相亲交友大会”在峰城新汽车站(青檀庙会现场)圆满结束。

近两个月的投票时间,上万份的投票结果。读者朋友以电话投票、网络投票、邮寄票选等不同方式积极参与,给予活动莫大的支持。总共评选出数十家放心酒水品牌:青檀老窖、帝豪、洋河、汉诺庄园、可口可乐、衡水老白干、三川十里泉、迎驾贡酒、琅琊台酒、美果来石榴

汁、蓝果际蓝莓汁、光明乳业、钓鱼岛啤酒、泰山特曲等。

节目也是内容丰富,好戏连台:精彩的歌舞表演、发放小礼品……活动现场各种活动火爆,为了使这次颁奖典礼丰富多彩,各酒水商也煞费苦心,为到场的观众提供了各式各样地小礼品,让观众朋友们在娱乐休闲时,满载而归。酒水文化作为一种特殊的文化形式,在中国传统文化中有其独特的地位。生活中我们离不开酒,也离不开各种饮料、奶制品,所以酒水企业能否健康发展,不仅关系地方经济的快速发展,更关系到广大消费者的生命健

康。

业内人士表示,数年来,酒企老板、营销经理辛勤耕耘,使酒水行业在枣庄这片土地上蓬勃发展,让我们深深体会到,酒水界人士以搞好品牌为关键,把加强品牌公信力作为头等大事来抓,把提高服务水平,增强创新观念,塑造团队精神作为长期工作目标。通过各种渠道采取有效的措施,开展有益于社会公益的各类活动,取得了明显效果。在各级党政领导的支持和社会各界的关心以及各单位的有力帮助下,保证了酒水行业更好地健康发展。

多年从事酒水行业的刘经理也表示:“酒水行业可谓起伏跌宕,但是酒水人却风雨同舟,无怨无悔!为消费者提供优质的酒水,始终以诚实守信为原则,使我们枣庄酒水市场蓬勃发展。我们应该为这些诚信酒企、默默奉献的无名英雄颁奖。

枣庄日报社酒水周刊的张华主任多次说,此届颁奖典礼的宗旨是弘扬诚信经营的精神、向诚信酒商致敬,树立酒水行业的标杆。一是扩大酒水企业的市场影响力,二是增强群众对酒水企业的信任度。

为了感谢各位读者朋友的投票,工作人员随机抽取了一部分幸运观众奖。礼品是由山东兰陵美酒股份有限公司提供。(安卿超)

**2014枣庄3·15“放心酒 诚信店”评选
幸运读者获奖名单**

1 邵洋 2 董鹏 3 郭云飞 4 赵奎东
5 尹作贤 6 杨家同 7 王保亮 8 李猛
9 马彬 10 冷少华 11 高敬营 12 孔祥彦
13 靳西德 14 邵长英 15 孙运财
16 马洪军 17 高述光 18 戴建华
19 王丹丹 20 陈尚印

以上获奖读者请在10日内来枣庄日报社酒水部持有效证件领取奖品。
地址:枣庄市市中区文化中路61号。
联系电话:0632—3310553
本栏目获奖奖品由山东兰陵美酒股份有限公司提供。

好酒享受要及时
大部分葡萄酒不适合陈年

大部分葡萄酒不适合陈年,葡萄酒不是越久越好,葡萄酒不适合陈年的原因,同时列举了越早喝越好的葡萄酒。

对于一瓶葡萄酒来说,也不是存放越久越好。首先,多数葡萄酒和其它食品一样,也是有保质期的,一般为1-20年,其长短跟葡萄的品质及生产工艺有关。葡萄酒存放久了,营养和口感都会有所下降。其次,葡萄酒是否耐储藏也因酒而异,单宁是衡量红葡萄酒贮存能力的重要指标,而多数白葡萄酒不能久存。

有一种分类方法把葡萄酒分成“新世界”和“旧世界”。新世界指美国、澳大利亚、新西兰、智利和阿根廷等发展葡萄酒酿造行业才两三百年的国家。这些国家由于气候潮湿、阳光充足和其独特的土壤特性,导致其酿造的葡萄酒具有新鲜的果味和较高的糖分,所以不适合长期存放。旧世界则是指法国、意大利、德国、西班牙等有着数千年葡萄酒酿造历史的国家。其葡萄园种植的葡萄树龄偏大,加上其土壤特性,酿造出来的葡萄酒单宁充足,先天具有耐藏的特性。但这类葡萄酒也不能过久保存,要尽量在保质期内喝完。

最后,葡萄酒的储藏需要很严格的条件,研究发现,储藏时,环境的温度、光照和氧气等都会对葡萄酒的品质产生影响,储藏不当,可能发生酸败。

2014 枣庄“放心酒·诚信店”评选
上榜品牌公示

放心酒水品牌

白酒类 青檀老窖 帝豪 迎驾贡酒 洋河 衡水老白干 泸州老窖
三川十里泉 琅琊台酒 泰山特曲 金六福 今缘春 兰陵
茅台 景芝 郎酒 花冠 五粮液 扳倒井 铁道游击队酒
口子窖 微山湖

红酒类 汉诺庄园红酒 张裕红酒 醒恩红酒 威龙有机葡萄酒

啤酒类 青岛啤酒 雪花啤酒 燕京啤酒 钓鱼岛啤酒

饮料类 美果来石榴汁 可口可乐 光明乳业 蓝果际蓝莓汁
王老吉 加多宝

诚信店名称

名扬名酒 9诺名酒坊 万兴名酒超市
凯米拉酒行 建忠名烟名酒超市

酒水行业发力移动互联网
市场前景可期

如今,全民网购的趋势已经慢慢呈现,但酒水行业还没有进入电商模式时,移动互联网时代又来临了。移动互联网和电商完全颠覆了白酒这样的传统行业,虽然赶不上互联网电商的脚步,但移动互联网这趟快车才刚刚启动,所以,很多酒水企业都把希望寄托在了移动互联网上。酒水行业将移动互联网与传统渠道结合,已经成为一种明显的发展趋势。

在传统线下市场,很多酒水企业都是以高档会所、酒店这样的消费场所作为主要终端销售市场,因此酒企对这些消费场所的依赖程度过高,一旦终端消费市场有所变化,就会导致酒企产品销量下降,最终损失的还是酒水企业。像刚刚过去的2013年,国内很多高端白

酒企业受国家“三公消费”禁令的影响便是最好的实例。

大量酒水企业发力移动互联网对于整个行业而言是不错的开始,毕竟酒水企业可以绕开传统线下市场这道门槛,实现与移动互联网领域庞大消费群体的无缝对接,只要酒企产品做得好,能够在移动互联网销售平台上架展示,产品销量就一定能够得到提升,最终实现企业经济效益的增长。

据“中国酒水行业网”公布的数据显示:目前国内已经在移动互联网电子商务平台进行酒水产品销售的酒企有近千家,当然,这些酒企在积极扩展移动互联网销售市场的同时,并未放弃传统的线下市场,走的是一条“线上线下”同步发展的新型道路,即依靠线上平台推广宣传

带动线下产品销量提升,这种模式被越来越多的酒企所接受。

事实上,像“中国酒水行业网”这样的移动互联网电子商务平台,带给酒企的不仅仅是产品销量的提升,更重要的是促进了酒水企业的转型升级。酒企拓展移动互联网电子商务市场,使得企业在各个环节的生产成本都得到了降低,提高了效率,提升企业信息化水平,而这则正是我国很多酒水企业所缺失的。

因此,酒水行业发力移动互联网市场,对于整个酒水行业来说,是一次难得的契机,也是我国酒水行业提升行业整体经济效益、促进行业转型升级、扩大产业规模、提升行业信息化水平的必然发展模式。

