



葡萄酒成新宠入驻婚宴市场

□安卿超/文

近年来，“五一”是婚庆嫁娶的高峰期。俗话说，喝喜酒，无疑说明酒水在喜宴上的重要地位。随着人们生活水平的提高，对喜酒的要求越来越高。红酒，已成婚宴高端、大气、上档次的无声代言。紧随“五一”将至，喜宴选择哪款酒水，成了一件头等大事。记者专门走访了枣庄酒水市场，为即将步入婚礼殿堂的新人们提供更多选购酒水的信息。

每位新娘子都希望自己的婚礼与众不同，留下永久的记忆。而红酒，好似读懂女人心。不仅是浪漫的象征，而且提高婚礼的整体档次。亲朋好友面对美味佳肴，适量地饮杯葡萄酒，在那感动心弦赞美爱情的甜美时刻，会给身心带来几分舒畅与怡然。哪些红酒价格适宜、口感醇正、广受消费者欢迎呢？

据光明西路醍恩红酒行的马经理说：“一款名为布兰奇的红酒属于喜宴用酒，口感醇香浓郁，余味悠长，价格也实惠，50元钱，属于特价酒，但是性价比比较高，广受消费者喜欢。‘五一’临近，是酒水销售的高峰期，可惜这款酒已经没有存货了，公司也断货了。”

市中区凯米拉洋酒行的杨经理也推荐一款喜宴用酒，是产自西班牙的“艾加”无醇气泡，有两种口味，青葡萄和红葡萄，口感也是果香浓郁、清爽可口，冰冻后口感更佳。据说，此款酒的价格也是相当实惠，每瓶45元，无论口感、价位、性价比，与其它品牌婚宴用酒媲美，都占有优势。而且本款无醇气泡在一、二线城市婚宴、午餐宴请特别盛行。

即将为儿子操办婚事的刘先生说：“一般老百姓，咱买葡萄酒主要是让客人喝的放心，葡萄酒买的时候不能光看名字好，还是要注重品牌。我现在也向朋友打听，哪些红酒比较好？白酒倒好还选择，毕竟经常喝，也了解大家喜闻乐见的品牌，红酒倒是难到我了，就听说过张裕、长城这样的大品牌。这些酒根据类型也有各种档次的。不一定适合所有人的口味，但是至少很安全。听朋友说，大型超市或者著名的洋酒行，国外产的好葡萄酒在婚宴上也相当适宜。

对于了解酒水的赵先生表示，红酒我觉得要依个人的口味选择自己喜欢及适合自己的。对于酒的温度一定要注意，婚宴用酒，还是选择专营店或者大型超市的比较有保障。若是不限制价格的话，还是选择大品牌的中高档酒，这样口感会更佳。若是想买一些实惠的酒水，也应该选择众所周知的品牌。毕竟是喜事，要让亲朋好友喝的开心，喝的放心。

业内人士表示：“现在是结婚时节，定酒的消费者越来越多，像红酒，也是仅次于白酒的餐桌上的必需品。流行的婚宴用酒价位从几十元到上百元不等、品牌不一，对于购买喜宴用酒的消费者而言，要以到场嘉宾的健康饮酒为主，还是应该选择品牌酒水，价位可按高、中、低档标准，以自己的实际能力购买，选购而言，还是要到正规的专营店或者大型商场。



健康饮品——美果来石榴汁



标准，是国内最大的石榴鲜果、石榴浓缩汁、石榴果汁、石榴酒、石榴茶饮料、石榴茶叶和以“林果苗木繁育、种植、技术推广、农业科技咨询服务等生产和销售为一体的专业石榴综合开发企业。

山东穆拉德生态农业发展有限公司“美果来石榴精品园”及万亩石榴种植示范基地，规划面积12万亩，一期已经完成种植1万亩。2012年1月，在峰城区政府的关心支持下，公司采取土地流转的方式，投巨资5000余万元建设的。在建设中，峰城区委、区政府为使龙头企业发挥示范带头和推动作用，站在为子孙后代造福的高度，为精品园打井铺水架电，予以鼎力支持，使精品园建设得到高标准完成。

美果来主导产品设计时尚新颖、包装精美大气、内在品质可与世界同类产品相媲美。是走访慰问、礼仪馈赠的高档、特色佳品；是宴会、家餐的健康时尚饮品。目前产品已通过麦德龙、易初莲花等国内外著名连锁超市进入国内各大卖场，产品远销美国、新加坡、香港等国家和地区。

美果来石榴汁，选用天然石榴原果压榨，深层提炼石榴精华，蕴含原果的各种营养成分，色泽呈深宝石红，果汁晶莹剔透，芳香怡人，滋味酸甜鲜美，是老少皆宜的理想天然饮品。

山东穆拉德旗下拥有“美果来”品牌系列，及两家现代化石榴系列产品研发深加工企业和一家以石榴种植、苗木培育为一体的农业公司，总投入资金30亿元。公司拥有自主产权、核心技术和专利4项，一个国内专业的微生物实验室，技术与装备在国内首屈一指，现与国内多所知名院校合作研发，并正在参与制定国家石榴汁行业的标准和石榴鲜果的国家

可口可乐义卖为希望小学购买净水设备

俗话说，水是生命之源！孩子是祖国的未来，民族的希望。关爱每一位儿童，是我们义不容辞的责任。4月20日，由中粮可口可乐饮料（山东）有限公司联合枣庄市中区大润发共同举行“为山区儿童义卖”活动。据悉，本次活动从4月9日开始，截止到4月22日。消费者在大润发每购买一瓶或一罐可口可乐公司品牌的系列产品，就能捐款0.1元给贫困山区购买净水设备。本次活动旨通过爱心义卖活动，呼吁更多的爱心人士向需要帮助的山区儿童伸出援助之手，让小朋友喝上安全的饮用水，在社会的温暖帮助下，健康茁壮地成长。

在活动进行期间，现场出现了一幕幕感人的画面，其中有一位带着女儿的爱心妈妈，在看到为灾区儿童送爱心活动后，立刻购买了几瓶饮料，并让女儿为小朋友写祝福的话语。家住立新小区的刘先生说，自己家就有孩子，就希望孩子们能够健健康康的成长，与贫困地区的孩子相比，城市里的孩子太幸福了。我们就想通过这样的活动，献出自己的绵薄之力，也能让贫困地区的孩子健康成长。

据了解，近年来，中粮可口可乐饮料（山东）有限公司在自身发展的同时，积



极开展一系列的公益活动，以回馈社会。例如净水计划、希望小学、安全小卫士、可口可乐520等等，其中，净水计划是由可口可乐与壹基金合作，致力于全球水资源保护、满足中国社区的日常安全饮用水需求。“净水计划365”于2012年启动。截至2013年，项目已在26个省区开展，累计安装净水设备73台，惠及30,000余名农村学校师生。

正如活动标语上写的“点滴净水，滋润未来”，中粮可口可乐饮料（山东）有限公司的工作人员告诉记者，我们希望从净水计划起步，从一个学校，一个地区开始，由点及面，切实地为缓解边远地区儿童饮用水问题努力。（安卿超 马帅）

中国白酒短期恐难站住脚



破除关于白酒的谬误

美国作家德里克·桑德豪斯应该是第一个赞成白酒也是美味佳酿的外国人。他的书《白酒：中国烈酒必备指南》，上个月在美国出版。

桑德豪斯在中国住过几年。他听说了一些传闻——“如果你能喝够300种白酒，对白酒的态度就会由恨转爱”。

到中国后，桑德豪斯开始验证这一说法。他还开了一个博客，专门记录在各地品酒的经历。此次出版的书中大部分内容就来自博客。

大约尝过75种白酒后，桑德豪斯说他已经爱上了白酒。现在，借由这本书的问世，桑德豪斯成为中国白酒的全球“布道者”。他还希望，能破除一些关于白酒的错误认识。

大多数外国人对于白酒的了解都不到位，桑德豪斯说。“最大的误解是，很多人会把它当成是某一种特定的酒，比如伏特加、朗姆酒等。实际上，白酒是中国人利用古法、把谷类加工制成各式酒精的统称。白酒包罗了很多

种不同的酒。”

不同的白酒酒精度数也不一样，从稍温和的30度到后劲大的60多度。它们的口感差距也很大，有清香型、浓香型、酱香型等5种。外国人最喜欢的，是米香型白酒。

对于中国白酒进军国际市场，一个不利因素是，很多人会认为喝白酒有害身体健康。事实上，白酒对身体的危害程度还不及朗姆酒或威士忌。

目前在美国市场，白酒已有了一些突破。得克萨斯州酿酒厂ByeJoe，把进口的白酒过滤后再卖给当地消费者。而在波特兰等地，白酒被视作一种手工酿造物，在当地酒厂小规模地生产和出售。

桑德豪斯很高兴看到这些进展。“这些突破是相对近期发生的。哪种方法最成功，还有待市场检验。”

“我对中国白酒在海外‘站住脚’很有信心，不过，短期内不太可能。”桑德豪斯说。

年轻人喜欢喝白酒吗？

在中国国内，白酒行业也面临很大的挑战。政府抑制腐败消费，白酒销量急剧下跌。

去年，中国白酒的销售额为810亿美元（约合5020亿元人民币），增长率为11.22%。与前一年相比，增长率跌幅15.6%。同期，利润率也下跌近2%。

白酒市场的低靡状况也影响了全球最大的烈酒生产商——帝亚吉欧。该公司去年收购中国本土酒类企业水井坊。帝亚吉欧公司高层表示，希望到2015年左右，中国国内的白酒消费市场能恢复振兴。除了政府抑制腐败消费，还有一些因素对白酒市场发展不利。很重要的一点是，白酒未来在年轻人中受欢迎的可能性很小。与此同时，白酒还要与洋酒竞争。

上海一家酒吧的老板说，各地区的饮酒习惯差别很大，白酒在中国农村地区很受欢迎，特别是北方和西南部的一些省份。

“至于其他的年轻饮酒者，来自传统酒类消费大省的人，依然会选择喝白酒。”他说，“其余地方的年轻人，只有在饭桌上会喝点白酒。如果晚上出去聚会，大部分人会选择喝洋酒。”

“我一般是和生意伙伴吃饭时喝白酒。”他补充道，“但都是在中国二三线城市，在上海不会。”

对于白酒市场的未来前景，这位酒吧老板显得有些谨慎。他说：“白酒走向世界，估计会很难。不管你喜欢它还是讨厌它，白酒的味道多少有些特别，外国人不一定接受，那种味道有点儿像臭豆腐。”