

“口碑酒王”评选活动开始了

“评”出优质酒水的内涵 “选”出口碑酒王的风采

安卿超 马帅/文



自从三公消费与限酒令的出台,近几年是酒水销售的遇冷期,所有的销售模式、产品结构、市场认知度已经不适合现行的发展,各酒企也随市积极应对,行业逐渐进入大调整时期,理性回归是酒水行业的共识,也是大势所趋。而白酒,在我国具有上千年的历史,影响着人们的日常生活,虽然遇到了瓶颈期,但是仍处于各酒类销售的主流地位。在我们枣庄,酒水品牌繁多,鱼龙混杂,给消费者的选择带来困扰,为了方便消费者的选择,“酒水周刊”推出口碑酒王活动,请市民推出心目中最具口碑的酒水。

评选即日开始 期待您的投票

从本周起,“口碑酒王”活动也随之开始,消费者可以根据

酒质、酒感等方面来进行辨别,为各个酒水品牌投上您宝贵的一票。

为什么再一次的进行评选活动?很多忠实的读者都知道,我们酒水周刊组织过很多评选活动,得到了社会各界人士及广大市民的支持,也呈现出良好的效果,但是,商场如战场,在激烈的竞争中,有一些酒水品牌进入市场,有一些酒水品牌逐渐退出市场,在新的酒水品牌中,怎么选择酒水,又成了消费者棘手的问题。口碑酒王就是吸取集体智慧,望广大消费者支持与参与,让大家共同了解各酒水,俗话说的好,金杯银杯不如老百姓的口碑,口碑标志着酒质、酒感、性价比等多方面的体现,也是全面的概括,老百姓爱喝的酒、老百姓的口碑酒,才是顺应市场发展发展的酒。

商家、市民表示评选重要

就此评选活动,我们也做了小型的市场调查,有经销商认为,近几年酒水市场并不活跃,使得他们行内人也比较被动,现在,各酒水商家也是想方设法的做活动,以最大的利益让消费者,促销、以礼品为买点、组织演绎活动等等,但是效果只是暂时的,没有达到长远的目的,消费者也是怀揣着趁着便宜赶紧买,买到就是赚到的心理,其实,整合一个具有影响力的活动,还是比较不错的,消费者可以参与其中,评选出口碑较好的酒水,我们听到消费者的心声,知道哪款酒水好,知道消费者需要的是什么,也是为我们间接指引发展的方向,同时,也是对好酒水的认可与褒奖,使其更具品牌影响力,这是最有实力与价值的广告。市民王先生说道,生活中离不开酒水,对其有所了解还是不错的,有这样的活动,应该踊跃参与。

“口碑酒王”由您来定

随着市场经济和信息社会的发展,消费者的看法对品牌的生存和发展起着至关重要的作用。任何一个有眼光的商家,无

不重视自己的产品受市民喜欢的程度,消费者的口碑酒才是好酒。消费者可根据自己喜爱的酒水进行投票,商家也可以根据自己的品牌在枣庄酒水市场上的受欢迎程度进行自荐,接受消费者的评选,提高品牌影响力及扩大品牌市场。

有商家表示,希望借助此次评选加强与广大消费者的交流与沟通。消费者也表示,希望自己喜欢的酒水能够成为口碑酒王。而这次评选的宗旨意在于“评”出优质酒水的内涵,“选”出口碑酒王的风采。

以下均为“口碑酒王”的投票方式,凡参与推荐、投票的读者均有机会获得精美礼品一份。11月24日——12月24日,敬等您的投票。

邮件:ZZRBJS@126.COM

电话:3310553 13706323828

来信请寄:枣庄市文化中路61号枣庄日报社酒水周刊



怎样喝白酒才健康

一、白酒的主要成分为酒精和水,乙醇含量愈高,酒愈烈,对人体危害愈大。1克乙醇供热能5千卡,饮适量的白酒,使循环系统发生兴奋效能。有失眠症者睡前饮少量白酒,有利于睡眠,并能刺激胃液分泌与唾液分泌,起到健胃作用。白酒有通风、散寒、舒筋、活血的作用,如红花酒治血瘀性痛经症,龟肉酒治多年咳嗽,蛇血酒补气养血等。但长期大量饮用白酒易发生肝硬化、肝癌或偏瘫。

二、病理分析

一60公斤体重的人饮60度白酒,每日1.5-2两较安全,空腹饮酒对人体有危害。饮酒时如同时摄入脂肪、牛奶、甜饮料,吸收速度会降低,但如饮碳酸饮料,则加速乙醇吸收。

三、合理饮酒

- 1.每日可饮白酒2两(低度酒3两以内);
- 2.不要空腹饮酒;
- 3.应饮低度酒;
- 4.饮酒应吃菜;
- 5.饮白酒时不要同时饮碳酸饮料(如苏打水、可乐、雪碧等)。

白酒大佬冰释电商弥补线上短板

“双11”期间,以往不屑于和电商合作的五粮液首次与电商合作推出425ml的52度水晶瓶。此前茅台、洋河等酒业大佬也开始积极涉足电商,弥补线上短板。

酒企电商布局提速

今年“双11”之际,曾与多家电商割席断交的五粮液,首次与1919酒类直供合作推出425ml的52度水晶瓶,通过包装规格的差异来规避不同渠道的价格冲突,该产品稳居后者“双11”销量第一的宝座。事实上,泸州老窖已早早试水互联网定制款,相继推出了“三人炫”和“京选”。数据显示,“三人炫”已经销售超过300万瓶,销售额超过2亿元。除此之外,洋河也推出“洋河1号”App客户端布局O2O。茅台旗下的茅台物联网云商城也于本月进入内部评测阶段。白酒营销专家晋育峰指出,从过去的完全对立到今天的合作,酒企和电商都在放低姿态寻找整合的路径,重构产业的新规则。

线上线下合作共赢

白酒行业处于深度调整期,以往的销售渠道堵塞,大众消费市场日渐崛起,此时电商作为直触终端消费者渠道之一作用日益凸显。泸州老窖日前在与投资者关系互动平台上透露,公司重视电商渠道,成立了专门的电商公司。从这能够看出,酒企已经认识到电商渠道的未来价值,但也不可能放弃线下经销商的利益。

1919酒类直供董事长杨陵江表示,目前传统经销商的整体销售占比在95%以上,酒企不可能在一夜之间将传统经销商淘汰。但就市场的长远发展

而言,酒企与电商平台之间的利益博弈是短暂的,未来终将会走向合作共赢。另一方面,电商平台也意识到一味靠低价吸引流量既难以长久,也势必会伤害到酒企的产品价格体系,造成双方对抗,进而失去产品供应和渠道价格优势。白酒营销专家肖竹青认为,以往电商和主流酒厂排斥的状态,逐渐走向融合,未来或将建立互利互惠的伙伴关系。



差异化营销是趋势

白酒行业分析师蔡学飞指出,通过针对不同的市场制定不同的策略,用策略去引导市场发展,或是不同渠道采取差异化营销,或将成为未来的发展趋势,使酒企与电商实现共赢。

中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬也表示,酒企和线下渠道与其对电商平台围追堵截,不如放平心态拥抱互联网。“酒企可以与电商平台事先做好沟通,比如电商可以限时、限量做特价活动,掌握电商对于低价格的幅度;另外,区分产品线,在线上、线下渠道销售不同的产品,避免造成价格冲突。事实上,酒厂作为生产企业有着天然的优势,可以利用品牌优势,与电商共同开发定制款产品,使双方的利益能达成平衡。”

(来源:北京商报)

酒水维权服务站

携手共治·畅享消费

“酒里乾坤大,杯中日月明”

在这里,
让我们倾听您对酒的看法;

在这里,
分享您与酒的故事。

新闻·维权·举报

所有您遇到的有关酒水的问题,我们将为您解忧。欢迎广大消费者提供酒水行业相关线索。

热线电话:0632-3310553

邮箱:zzrbjs@126.com

QQ:2358263807

来信:枣庄市市中区文化中路61号酒水部

