

买红酒 选“团乐惠”就对了



随着人们生活水平的日益提高,葡萄酒渐渐成为餐桌上的“常客”。据了解,2011年,中国人共消费了19亿瓶葡萄酒,成为全球第五大葡萄酒消费国。随着葡萄酒的热销,也出现了一些行业乱象、假冒产地、色素勾兑、以此充好等问题,使得人们对葡萄酒又喜又忧。

在枣庄市场上,许多商务人士投身于红酒业抢占先机,而对于一个中小城市而言,大多数消费者对于红酒的认知度不高,不知如何选择红酒,不了解什么是原装进口、酒庄酒等问题,使得红酒销售不温不火。众多红酒商家开展各种活动、Party与消费者进行交流、沟通,由于这种方式花销大、受众人群少,效果并不理想。

消费者想要买到货真价实的酒,酒商想让自己的酒水卖出去,并得到消费者的认可,怎么办呢?团乐惠帮您选,帮您卖。资深业内人士帮您一一讲解,专家点评酒质、酒感,您喝到的即是性价比最高的酒水。

多年经商的王先生说,“用葡萄酒招待客户是对对方的尊重,同时也是一种软实力的表现,在酒场上,少不了喝酒助兴,有时候喝高兴了,很爽快就签单了,喝不高兴,就等于买卖做不成了,所以我在吃喝方面非常讲究,尤其是酒,酒标志着诚意、心情、档次,还标志着身份,在重要场合,标志着太多东西,可以说只可意会不可言传。酒,对我来说,是生意上的伙伴,是生活上的伴侣。以前,我

买酒都是去外地出差,到知名专卖店买几款自己喜欢的酒水,近几年,枣庄也有不少红酒专卖店,我却很少光顾。这次在团乐惠选购,向专家请教一下红酒问题,专家也可以给我提点建议,对我以后选择酒水提供方向,挺好,知道是哪家店的酒了,喝着好以后就直接去了,也方便。”

喜宴上,红酒也成了餐桌上的重头戏。订购酒水的张女士说,“原来喝喜酒,餐桌上放两瓶十几元的葡萄酒,喝着口感不错,就觉得挺好了,现在不行了,谁家喜宴上不是几十元、上百元的知名品牌的红酒。再过几天,要操办孙女的满月酒,同样的酒在团乐惠订购便宜,那我就请专家按照我的理想价格帮忙选购。”

现在,葡萄酒已经不光是商务人士、重要场合的宠儿,而越来越受到女士的青睐。葡萄酒的好处与养生功效越来越深入人心。有女士打来电话说,“前两年睡眠不好,朋友说可以喝点红酒缓解缓解,从那后就开始尝试喝红酒,现在将近2年酒龄了,我通常在专卖店买酒,因为是熟客,能够打8折,但是价格还是比较昂贵,自从前两天在报纸上看到团乐惠活动,我就赶紧打电话咨询,没想到比以前提的还便宜,而且是专业人士帮忙选购,买着也放心,所以多买一些备用。”该女士说。

买红酒,就选团乐惠,让您买的放心,喝的安心。
选购热线:0632——3310553 招商热线:13706323828

喝红酒兑饮料真的好吗?



喝红酒可以兑饮料吗?很多人为了口感,也会给红酒里面兑其他饮料,这样的做法对吗?葡萄酒本身是一种物质,葡萄酒中含有的不同物质也都自然融合于葡萄酒中,从外部加入饮料后,饮料中的物质无法融入红酒中,这和往牛奶中加入钙做成所谓“高钙奶”一样,是一种毫无必要的做法。另外专家指出,碳酸饮料中含有的二氧化碳对身体没有好处。尤其不要兑入含糖量高的饮料,甜味会增加心脑血管疾病的发病风险。

喝红酒可以兑饮料吗?

既然红酒的好处这么多,很多人为了口感,也会给红酒里面兑其他饮料,这样的做法对吗?

葡萄酒本身是一种物质,葡萄酒中含有的不同物质也都自然融合于葡萄酒中,从外部加入饮料后,饮料中的物质无法融入红酒中,这和往牛奶中加入钙做成所谓“高钙奶”一样,是一种毫无必要的做法。另外专家指出,碳酸饮料中含有的二氧化碳对身体没有好处。尤其不要兑入含糖量高的饮料,甜味会增加心脑血管疾病的发病风险。

红酒怎么喝对身体好?

红酒在室温下饮用即可,不要冰镇,最好在开启后一小时,酒水充分吸收空气后再饮用。倒入玻璃杯后用手心的温度将酒晃一晃,再喝,才能发挥红酒的味道,另红酒中有单宁酸,就是你喝的时候会有涩涩的感觉,这对人体是有好处的。

红酒好处多多,单喝就好了,最好不用再掺杂其他饮料饮用了。(家庭医生在线)

快速入门: 波尔多葡萄酒产区



“波尔多”是法国的葡萄酒产区,也是世界上最著名的葡萄酒产区之一。“波尔多”也代表着来自该产区的葡萄酒。本文用最简短的文字,帮助大家了解波尔多有一个大概而全面的了解。

1. 什么是波尔多葡萄酒?

波尔多葡萄酒指的是由波尔多产区的葡萄酿制的葡萄酒。波尔多葡萄酒以红葡萄酒为主,但也包括白葡萄酒和桃红葡萄酒。波尔多红葡萄酒主要由赤霞珠(Cabernet Sauvignon)和梅洛(Merlot)酿制;波尔多白葡萄酒主要由赛美蓉(Semillon)和长相思(Sauvignon Blanc)酿制。

2. 波尔多为什么这么有名?

波尔多堪称“葡萄酒天堂”。波尔多产区得益于冰河时期形成的多样化的地形地貌,以及理想的气候条件和丰富的水资源,出产世界上最顶级、最复杂的葡萄酒,其酿酒历史长达数个世纪之久。

波尔多土壤类型多样化,包括黏土、石灰石、砂砾、硅质岩等。

波尔多水资源丰富。加伦河(Garonne)和尔多涅河(Dordogne)两条大河贯穿波尔多产区,此外,波尔多还含有丰富的地下水资源。

波尔多位于沿海地带,其气候受大西洋很大。

3. 波尔多葡萄品种

波尔多有90%的葡萄品种为红葡萄品种,且波尔多红葡萄品种中,梅洛占65%、赤霞珠占23%、品丽珠(Cabernet Franc)占10%,其余2%为马尔贝克(Malbec)、味而多(Petit Verdot)、佳美娜(Carmenere)等。

波尔多有10%的葡萄品种为白葡萄品种,且白葡萄品种中,赛美蓉占49%、长相思占43%、慕斯卡德(Muscadelle)占6%,其余为鸽笼白(Colombard)、白诗南(Chenin Blanc)、白福儿(Folle Blanche)、白玉霓(Ugni Blanc)等。

4. 一些有趣的事实

波尔多葡萄酒年产量约7.28亿瓶,其价值达43亿美元。

波尔多葡萄酒有42%出口国外。波尔多葡萄酒在全球范围内的销售速度为每秒23瓶。

中国是进口波尔多葡萄酒最多的国家。

中国葡萄酒消费市场的三个基本特点

1、越来越多的产品涌向市场,非主导产品有上升趋势

来自不同国家、不同产地的国外葡萄酒纷纷来到中国,希望从中国巨大的葡萄酒市场分得一羹,再加上中国葡萄酒企业陆续进入达产期和盛产期,会有更多的产品投放市场,这就使越来越多的葡萄酒产品涌向市场,各种类型和风格的葡萄酒也会越来越多,而且得到部分消费者的青睐,比如起泡酒、果香型低度度的干白、苏玳类型的甜型葡萄酒等非主导产品。

2、成熟消费者越来越挑剔,性价比和便利性成为决定消费者购买的主要因素

中国葡萄酒消费者在最近五年内,其鉴赏水平有了很大的提高。一方面是对各地优质葡萄酒接触多了,鉴别能力提高了,另一方面是各类葡萄酒教育的普及,让更多的爱好者学习到系统的葡萄酒知识。这些变化会让初学者开始学会挑选葡萄酒,而成熟的消费者对葡萄酒的性价比和便利性越来越挑剔。

3、葡萄酒的市场规范尚未成熟

进口葡萄酒入关时价格虚报、渠道利润空间太大、产品价格与产品品质不符、假冒伪劣产品屡禁不绝等现象表明,葡萄酒的市场规范还很不成熟,带来的后果是打击消费者对葡萄酒的信心,影响葡萄酒市场的健康发展。而政府管理部门市场监管力度也不够,一是一些县级质量监督部门的专业知识不足,造成执法过程中的错判;二是市场管理部门监管力度不够、执法不严,或者行政不作为,使得某些违法行为得不到及时查处。

进口葡萄酒的三大优势三大劣势

优势一:产品的风味特征及质量稳定性好。法国、意大利等欧洲传统葡萄酒生产国以及智利、澳大利亚等新世界国家,其产品质量比较稳定,品质的统一性好,产品风格特征明显,容易被消费者体会,这是进口葡萄酒最大的优势。作为我个人来讲,非常欣赏葡萄酒生产者及国家管理机构在质量管理方面的严谨态度及科学精神,同时,也非常喜欢那些风格不同的葡萄酒产品,正是这些优异的产品给我们的葡萄酒爱好者树立起无数个不可取代的标杆。

优势二:产品的文化内涵丰富,有吸引力。欧洲及其它世界著名的葡萄酒生产国,都有着独特的农业文明和丰厚的历史文化,葡萄酒恰恰是集各种文化于一身的一个特殊产品。葡萄酒文化深深地融入到历史、宗教以及各类艺术表现形式之中,对全世界的葡萄酒爱好者,特别是处于东方文化中心的中国人来说,更是具有不可抵挡的诱惑力。

优势三:性价比高,亲和力好。出过国的人都知道,在很多国家的超市里,一瓶葡萄酒的价格和中国超市里一瓶葡萄酒的价格相当。而且,口感不差,家中饮用很舒服。对中国的葡萄酒生产者来说,要酿造这个价位的葡萄酒可以说是件非常困难的事情。2013年6月中国商务部启动了对欧盟葡萄酒反倾销和反补贴立案审查程序,主要针对欧盟低价产品的冲击,后来双方和解。笔者的理解就是认可了欧盟产品。因为性价比是体现产品生命力的首要指标。大多数的进口葡萄酒在推广过程中,表现出极大的亲和力,这是一种软实力。无论是葡萄酒在商店的陈列,还是各类展览会上;无论是各类协会的推广,还是个别酒庄的品鉴活动,到处都能感受到人文关怀,比如热情、友善,对每个到访者的尊重等等。亲和力就是软实力,非一日之功。

劣势一:产区和品牌的认知度低。由于语言和文化的差异,进口葡萄酒在国家、产地以及品种、品牌名称等方面让中国的消费者望而却步。特别是50岁以上的中年人,外语水平低,对于这些五花八门的进口酒简直就不知所措。即便你有一个好的中文名字,但是由于文化背景不同,他们也很难做到与品牌文化的关联,

从而很难记忆。波尔多产品、拉菲酒庄只是一个特例。现实问题是很多进口商同时经营几个国家、几个酒庄的产品,很难突出某一个品牌。同时,也不愿意去做BRANDING,这是造成进口品牌认知度低的重要原因。

劣势二:产品经营的专业度较高。进口酒的另外一个劣势就是产品经营的专业度较高。至少你要懂得这个国家的语言,对于你所经营的产品所在产区、管理制度、产品风格等方面也要做到耳熟能详。另外,经营场所的布局、销售团队的管理等方面,也有一定的难度。所以,进口葡萄酒的经营还是具有较高的门槛。

劣势三:对市场的整体控制力不足。目前,中国政府管理部门对市场的监管力度不够,造成了进口酒鱼龙混杂的局面。一是假冒进口产品的现象非常普遍,有的是直接在国内造假,有的是进口一个货柜,销售几个货柜;二是产品的价格涨落太快,主要是一些利用国外关系或者移民政策进来的产品,不断降级甚至甩货,给消费者带来极大的困惑;三是个别国外酒庄为了迎合中国的需要以次充好,你预订的某一款产品,可能到手之后变成了另外一款低质产品。对这种乱象的治理,外国政府和协会是无能为力的。

国产葡萄酒的三大优势三大劣势

优势一:口感及品牌亲和力好。大家常说“中国口味”,笔者的理解就是中国消费者已经习惯了口味,而这个口味是中国的葡萄酒生产者所提供的,因为这是他们身边的葡萄园里酿造出来的葡萄酒。其实,说白了,还是中国的酒庄更了解中国的消费者,这是一个最根本的原因。至于品牌的亲和力,就更容易理解了。大家很容易记住长城、张裕,甚至龙徽、天塞等中国品牌,也很容易获得相关企业的信息,增强对品牌和企业的忠诚度。这是地产葡萄酒的最大优势,也是法国、美国等国产品在自己的国家同样拥有的优势。

优势二:购买便捷。购买便捷是指随时随地可以消费到你想要的产品。超市、便利店、品牌专营店等国产葡萄酒的销售场所就在人们的身边,成千上万。这是国产葡萄酒的另外一大优势。

优势三:产品品质大幅提高。随着中国本土葡萄园的大量兴建,中国的酒庄也有了自己的优质葡萄原料。加上最近20多年中国在酿酒设备及酿酒工艺上的提高,中国熟练酿酒师队伍的扩大,中国葡萄酒的产品品质有了一个质的飞跃,已经有相当数量的酒庄可以酿造出国际水平的葡萄酒产品,中国葡萄酒近几年在DECANTOR及布鲁塞尔等国际葡萄酒大赛中陆续获得众多奖项,就是一个很好的佐证。目前,这些酒庄的比例已经达到30%。

劣势一:产品的风格及品质有待提高。整体来看,中国葡萄酒的质量及产品的稳定性还不高,与国外优质葡萄酒产区相比仍然有很大的差距。与此同时,产品的风格及产区个性特色还没有完全表现出来,这些不足影响和制约着中国葡萄酒的市场扩大。

劣势二:全行业市场化程度较低。中国葡萄酒行业虽然在葡萄基地建设、酿酒设备及工艺等方面有了很大的发展,甚至在很多硬件设施上超过了法国、意大利等传统的葡萄酒生产国,但是,酒企业的市场化程度仍然很低,比如注重酒庄建设、葡萄园开辟等前期投资,不熟悉品牌运作及产品营销;还有对葡萄酒文化及消费者的理解也停留在一个初级水平;再有就是对销售模式及渠道建设了解甚少,总之,中国葡萄酒的市场化之路还很长。

劣势三:缺乏文化影响力。中国葡萄酒的历史记载虽然很长,有2000多年的历史,但是真正能够感动和影响消费者的文化元素不多,真正愿意在葡萄酒文化方面进行探索和实践的企业也不多;认真研究和学习欧洲传统葡萄酒文化的学者也没有几个;商业化、功利主义在阻碍中国葡萄酒文化的发展,是中国葡萄酒文化影响力的大敌。(中国葡萄酒信息网 申廷玲)