

## 郑州啤酒市场调查之纯生啤酒

## 纯生让啤酒走向高端化

据国家统计局的数字:2007年,全国啤酒产量为3931万千升,连续4年增幅超过10%,到2007年底我国啤酒产量已连续六年居世界首位,啤酒人均年消费量达29.5升,接近30.5升的世界平均水平。但与美国150升、德国160升的成年人均消费水平相比,还有很大发展潜力。

2008年,是河南啤酒业的转折年,这一年,也被誉为河南啤酒的“纯生年”——河南啤酒业的三大巨头相继推出纯生啤酒,走向高端化路线。

晚报记者 虎萌/文 赵楠/图



养被称为啤酒中的贵族。可以说纯生啤酒好比新鲜水果,熟啤酒只能是水果罐头。

## 纯生啤酒,营养健康更胜一筹

纯生啤酒不仅仅在颜色、口感上强于一般啤酒,更比熟啤酒具有纯正、新鲜、有营养等特点。对此刘九学告诉记者:“纯生啤酒与普通啤酒相比而言,营养价值存在差异。啤酒中一类被称为α-氨基化合物的物质,是啤酒鲜美度的最重要指标,纯生啤酒的‘鲜’与该物质的高含量相对应。纯生啤酒的‘鲜’,实则赋予了啤酒抗氧化的功能特性,可更多地体现在延缓衰老、抗疲劳方面的积极效果。”

据了解,奥克继推出两大纯生品种后,将在7月中旬推出1500毫升分享将纯生啤酒,业内人士预言,PET纯生的推出,对纯生市场是新一轮的冲击

## 纯生啤酒的出现标志着啤酒行业的进步

“纯生啤酒的推出,结束了啤酒品种单一化的缺陷及缺少中、高档产品的历史,满足了消费者多方面的消费需求。纯生啤酒的制作工艺

要求非常高,酿造、过滤、包装全过程对微生物严格控制,是对啤酒企业技术装备、技术水平及员工素质等综合实力的考验,成为检验行业技术进步的标志。”河南金星啤酒宣传部部长吕洪涛告诉记者。

## 纯生啤酒得到不少消费者好评

纯生作为啤酒的高端产品,因为其工艺先进、口感纯正新鲜而深受消费者的喜爱,成为今夏啤酒业里的“主角”。谈到纯生啤酒,现场的经营者也乐此不疲,“因为该产品销量大、利润较普通啤酒高。”一位姓张的啤酒经营者笑着说。

“品质纯正,价格适中,喝在嘴里有一股浓厚醇正的酒香味,的确比一般的啤酒好喝。”在郑州某夜市消费的王先生这样评价纯生啤酒,“虽然价格比一般的啤酒贵,但是听说纯生啤酒不仅是口感好,更是对健康有好处,那多花点钱也值了。”记者在这家夜市中发现,不少消费者在品尝纯生啤酒后,对于纯生啤酒的口感一致赞不绝口。

有滋有味

HAPPY BIRTHDAY TO YOU!!

金门饼家

电话:65831009

## 金门饼家教你做蛋糕

提前预约电话 65969513 67438492

想自己动手做蛋糕给人一个惊喜吗?金门饼家可帮帮你。请提前电话预约,以方便我们安排工作人员陪同您一起做蛋糕。

如果你还不屑于向爱你或你爱的他们表达感情,不要再错过了,这是一次金门饼家提供给您表达感情的最好机会,感情不需要吝啬,机会不容错过,不要让逝去的岁月留下遗憾。如果你还找不到更好的方式向爱你或你爱的他们表达感情,那就给他们做一个美味的蛋糕吧。让金门饼家与您一起“守望幸福”,和您一起向亲人朋友送去深深的祝福。

金门饼家目前在郑州地区已有20多家专营店。集食品研发、生产、销售为一体的综合性企业,经过不断进行创新,自行研发各类新产品,无水面包、杂粮类面包等新品已深受广大消费者的青睐。金门饼家的中秋月饼生产工艺一直沿用创建于上世纪30年代的生产工艺,近年来又采用旋风式烤炉,自动包装线等现代化的设备和检验室,保证了产品的质量和提高了生产规模,选料上乘、精工细作,饼面上的图案花纹玲珑浮凸,式样新颖,皮薄馅丰,滋润柔软,色泽金黄,口味有咸有甜,可茶可酒,味美香醇,百食不厌。

**金门饼家特别推荐:**法式紫米面包:紫米粉中富含的黑量元素可有效改善皮肤的弹性,它的维生素和微量元素高于普通米类,采用了无蔗糖工艺,特别适合于现代的生活节奏快速,工作压力大的中年人,可以缓解你一天的紧张情绪,特别适合现在的因为工作而忙碌的父亲们。

**南瓜泥面包:**南瓜中含多种胡萝卜素、矿物质及人体必需的八种氨基酸,微量元素的含量也较高。常食可提高人体免疫力,对肠道系统,高血压和美容有一定帮助。南瓜面包是金门饼家为爱美人士提供的又一新品。

**金门饼家提醒你:**食用蛋糕时,如有明显的鸡蛋的香味口感细腻均匀没有异味是质量比较好的蛋糕。如果蛋糕吃起来粗糙并有异味(如有氨味、苏打味),就是过量使用了添加剂的。切开后看到内部为蛋黄色颜色过黄的则可能使用了色素。

动手做蛋糕,请提前电话预约,以方便我们安排工作人员陪同您一起做蛋糕。

## 奥林匹克日:伊利金典牛奶奥运纪念装礼赞奥运

2008年6月23日,世界第61个国际奥林匹克日,因为北京奥运会而变得对中国意义非凡。作为北京2008年唯一一家为奥运会提供乳制品的企业,伊利集团在国际奥林匹克日向中国奥委会赠送了伊利奥运纪念装金典奶。对此,伊利集团品牌管理部总经理靳彪表示:“奥林匹克日是全世界热爱奥林匹克事业的人的节日,伊利希望用奥运纪念装金典奶来表达对北京奥运会的支持和祝福,同时希望北京奥运会能成为国际奥林匹克史上的‘金典’记忆。”

## 奥运纪念装金典奶受赞誉

中国奥委会市场开发委员会主任马继龙代表中国奥委会接受了伊利集团的奥运礼物,并针对伊利对奥运的支持与贡献表示了高度的肯定:“北京奥运会要成为一届高水平的奥运会,离不开中国人的支持,尤其是作为北京奥运会赞助商企业的支持。我们更期望通过北京奥运会让全国人民和中国企业都能体会和感受‘更高、更快、更强’的奥运精神,让中国从体育大国走向体育强国,让中国企业真正成为世界级企业。”

同时,马继龙还对作为奥运专供奶的伊利奥运纪念装金典奶给予了较高的评价。据了



解,伊利奥运纪念装金典奶共分为有机奶、均衡双蛋白奶、纯牛奶三款产品,在包装设计上融合了奥运与民族特色,紫荆拥簇、祥云环绕,散发着奶中皇族的王者之气;金属质感外包装,端庄华丽、修长俊逸,又不失古朴典雅气质;整个外包装极具考究,处处彰显出尊重与品位,是伊利专为北京奥运推出的奥运限量典藏产品。据悉该产品已经在今年6月1日(国际牛奶日)全国同步上市,并将限量销售到北京奥运会结束。

## 奥运消费文化的一个标志

作为在国际奥林匹克日赠送给中国奥委会

的奥运礼物,伊利奥运纪念装金典奶享有“总统级牛奶”的美誉。金典奶源自内蒙古乳都核心区,任何一款金典奶的诞生都需要历经从牧场、奶牛、原奶和制作工艺等方面的57道高标准严格甄选,才能最终打造出金典纯粹如金的品质。伊利金典均衡双蛋白奶采用美国专利技术的植物蛋白与天然牛奶蛋白形成黄金组合。伊利金典有机奶更是开辟中国有机牛奶先河。

伊利金典牛奶奥运纪念装不仅全面承接了伊利金典“最好的牛奶”的血统,更在很大程度上成为展现奥运与中国文化的载体,从而将伊利服务奥运、宣传奥运的奥运理念进行了集中传递。而伊利通过金典牛奶奥运纪念装这

一载体全方位地展现伊利奥运品质与理念的同时,也向世界展现了中国食品企业和中国制造的风采。

而对消费者而言,伊利金典牛奶奥运纪念装既可以作为奥运期间一个具有纪念意义的珍藏选择,也将成为2008年奥运消费文化的一个标志,正如当年可口可乐成为美国的文化标志一样。当每一个中国人喝着伊利奥运纪念装牛奶欣赏奥运盛典的时候,或许将成为一种为奥运喝彩的流行方式,以及2008年奥运会上一道独特的“全民为奥运加油”的风景。

## 是一种荣誉,更是一种责任

“对伊利而言,奥运是一种荣誉,更是一种责任。”伊利集团品牌管理部总经理靳彪表示,伊利从成为2008年北京奥运会唯一一家提供乳制品的企业那天起,就肩负起了支持奥运、宣传奥运的历史责任,并先后展开了一系列奥运主题活动:如2007年4月,伊利开展了我国迄今为止规模最大、覆盖范围最广、最贴近社区的奥运主题推广活动——“健康中国行”;2007年11月,伊利又发布奥运计划2.0升级版,推出全新的奥运口号“有我中国强”,同时在全国开展“寻找我的奥运坐标”的主题活动,并启动了面向后奥运时代的蒲公英计划等。

而此次在国际奥林匹克日向中国奥委会赠送伊利奥运纪念装金典奶,伊利希望通过举行这样的活动,向全国人民传递奥林匹克精神,以奥运品质的牛奶实现伊利“健康中国”的使命,让13亿健康中国人与伊利一起为北京奥运加油助威。

另据悉,在国际奥林匹克日,伊利金典奶代言人刘翔作为中国奥运人物的代表,也从靳彪手中接过了同样的奥运礼物——伊利奥运纪念装金典奶。