

# 婚庆专供酒 想说爱你不容易

在中国白酒文化里，“喜”与白酒的联姻历史最悠久。在古代，“乔迁之喜”、“联姻之喜”、“来子之喜”、“阖家之喜”……凡喜事必定饮酒同乐之，白酒的喜文化被世代沿袭，根深蒂固。

而在现代，白酒市场细分的时候，喜文化成为细分的一个标识。婚庆酒就是“联姻之喜”的最佳代表，据专家估计，到2010年，婚庆酒将可能占到白酒市场份额10%左右。这样一块大蛋糕让白酒企业纷纷跃跃欲试。

晚报记者 贺荣凤 虎萌/文 赵楠/图

## 婚庆酒是鸡肋还是馅饼

婚宴酒市场潜力巨大，但是由于其特点鲜明，目前郑州市场婚宴酒的虽有庞大市场，但据记者了解，河南名酒企业仰韶、宋河、宝丰等厂家都没有开发婚宴专供酒。而婚宴酒在南方市场做得相对成熟，也许是全兴520的成功案例刺激了各大厂家对婚宴酒的兴奋度，就连国酒“茅、五、剑”等厂家也都纷纷推出了婚宴专供酒，此之鸡肋，彼之馅饼，究竟谁能在婚宴酒市场淘到真金，就看各家道行了。

最近汝阳杜康就开发了一款专用婚宴酒——汝阳杜康“顺”酒，据河南中博酒业营销副总陈建民介绍，“顺”酒是河南白酒厂家首次推出的婚宴专用酒，低价上市，且包装喜庆精美，非常适合婚宴使用，而且凭结婚证复印件还可以打折。

婚庆酒在南方做得相对成功，就连宜宾五粮液股份有限公司重点打造的自销品牌江南古坊酒，也专门推出了一款喜庆酒，并且价位适中，据江南古坊河南总代理帝仁商贸有限公司总经理王维介绍，大力推广中高档酒，



是五粮液公司今后几年的战略方向，应运而生的江南古坊酒颇有“新五粮液”之誉，之所以推出喜庆专供酒，也是对婚庆酒市场比较看好。

## 联合推广 孤掌难鸣难成器

“清香国酒，当属宝丰”，宝丰酒早在1988年就被评为中国名酒，河南宝丰酒业有限公司营销总监晋育锋作为一个纵横酒坛十几年的资深白酒营销人，谈到婚庆专供酒也是感慨良多，有着自己独到的见解，晋总说，宝丰酒业对婚庆市场消费虽然比较关注，但没有开发婚庆专供酒，很多消费者会根据自己的承受力，去选择合

适的品牌，婚庆酒消费一般集中在知名的中档品牌上。晋总认为婚庆酒有四大要素：目标市场的定位、带喜庆色彩的个性特征、价格体系的设计，还有就是联合推广捆绑销售，和其他做婚庆用品的经营者开展横向联合推广，买A送B，买B送A，从而推动销售。

郑州市酒类行业协会秘书长薛忠喜告诉记者，婚庆酒是白酒市场细分的现象，但由于市场前景不明确，不能保证消费者钟情某个品牌，而且婚庆酒开发不易过时快，也是白酒厂家不愿费力开发的原因，但每年河南婚庆白酒高额的销售数据，又促使白酒厂家不得不重视婚庆酒消费，真是樱桃好吃树难栽。

# 品皇冠月饼向希望工程献爱心

中秋来临之际，中州皇冠假日酒店隆重推出了数款味美新颖的皇冠月饼，并随之推出向希望工程献爱心的活动。

中州皇冠假日酒店今年特别聘请具有20年月饼制作经验的厨师精心研发制作，并且已经取得了国家QS认证。在河南省五星级酒店中率先推出了哈根达斯冰淇淋月饼，口味更是细致，独特，纯而不腻，月饼设计结合奥运主

题，包装采用鸟巢的设计理念，时尚，新颖，是今年月饼中的一大亮点。此外中州在推出月饼的同时，也一如既往地不忘社会责任，从现在开始，每销售一盒中州皇冠月饼，就会为希望工程捐款5元，所有购买皇冠月饼的消费者都向希望工程献出了爱心。

皇冠月饼吟月珍品什锦装，有传统的蛋黄白莲蓉，绿茶月饼有降血压、清热解毒的功效，还

有黑芝麻、野山橘蓉，玉米马蹄属于五谷杂粮类，健康食品，深受广大消费者的喜爱。馨月皇冠冰淇淋月饼，每盒共6块，以香滑诱人的进口冰淇淋为内馅，外裹白巧克力、黑巧克力、焦糖巧克力脆皮，层层优雅滋味，圆满祝福丝丝在心中，口感香醇而不腻，低糖低脂，并结合奥运主题，以鸟巢图作为外包装，使整款月饼更是锦上添花。

晚报记者 唐善普 王红伟

# 白云边迎八一慰问河南抗震救灾官兵

八一前夕，湖北白云边河南销售公司奔赴开封、许昌、洛阳、郑州四地，用陈酿美酒慰问参加抗震救灾归来的驻豫官兵。为了庆祝“八一”建军节，湖北白云边河南销售公司从7月17日到7月30日，带着锦旗、美酒，带着节日的祝愿，慰问抗震救灾归来的解放军战士。

慰问仪式简单而不失热烈，参加慰问的白云边负责人告诉记者，湖北白云边在地震发生后，克服新项目上市以及销售淡季带来的资金紧张，很快就做出捐赠50万元的决定，随后，公司全体党员和全体职工又分别进行了自发捐款，此次慰问参加抗震救灾的驻豫官兵，是白云边河南公司的决定，并得到了总

公司的大力支持。

该负责人讲，这次地震让我们感受到子弟兵就是亲兄弟，他们冒着生命的危险在抗震第一线抢险救人，让人感动得热泪盈眶，对于他们的付出，我们所做的不算什么，本次慰问只是我们公司的一点心意，“兄弟们，辛苦了，喝碗酒休息一下吧。”

虎萌

# 肯德基“夏日酷饮”搭台“拗”一夏

一年一度的肯德基“夏日酷饮”如约而至。每年都会给人惊喜的肯德基，今年除五款登陆的新饮品在炎炎夏日带来酷爽之外，与之一起动感登陆的地面活动“拗一夏”也够古灵精怪的。

历时一个多月的肯德基“夏日酷饮趣味缤纷之拗一夏”郑州赛区活动，在7月27日迎来了“王者之战”，从上百名报名选手中脱颖而出15位选手在郑州大上海城一楼大厅进行了终极比拼。

比赛现场，15位选手每3人为一组各代表肯德基5款饮料。来自郑州一中的杨晓路是学校舞蹈队的一员，年仅16岁的她手握一枝百合，款款亮相，出现在屏幕后面的她接连展示了10余个造型表达甜美清新，她的现场表演力



和上镜的优美感觉，也得到了三位评委一致好评。凭借一袭嫣红的长裙和百变造型，她被称为千娇百媚的“红玫瑰”。

据介绍，肯德基于2006年开始打出饮品

牌，着实感受到了饮品市场的魅力，这次推出的五款新饮品，雪顶爱尔兰咖啡、雪顶芦荟沁饮、红莓沁饮、柠乐和红莓雪梨圣代，依然保持了咖啡、碳酸饮料、果汁和圣代等种类，加上常规菜单上的17种饮品，这么多的选择和种类，丰富的口感和缤纷的色彩，让消费者不爱都难。

今年的“拗一夏”自从6月底在全国17个城市启动以来，对那些“拗”手、“拗”迷而言无疑是福音。这次我市的“拗”迷们大聚会，纷纷使出绝技，根据肯德基五款“夏日酷饮”的主题和特色，“拗”出各种动作、姿态，其中不乏练过瑜伽、形体的高手，但大部分都是无师自通，“拗成这样，我喜欢，管你！”

晚报记者 虎萌/文 赵楠/图



## 中秋佳节送月饼

说到金门饼家，很多人会想起丰富美味的糕点，口味香甜质软的面包，口味卓越的蛋糕，品质一流的月饼，琳琅满目的奖杯证书，金门饼家不仅奉献优质产品，还在今年的中秋节日里推出了新的月饼产品，新的口味，更加适合各个年龄层次、各个消费层次的人们！

一年一度的中秋佳节即将来临，在这个传统而今年又特殊的节日里，我们全国人民期待的百年奥运就要到来，那我们要怎么样来表达对这两个日子一起到来的喜悦心情呢？在今天的这个盛大的奥运年里是不是要用特别的方式来表达呢？在我们中国这个传统的也是团聚的节日里就要和亲人团圆的！全家一起去北京看今年的奥运盛会，亲自体验现场热闹激动的气氛。“每逢佳节倍思亲”，好久没有看望的父母，是不是在这个时候就会有点想他们了，或者亲自回家看望我们在家里劳碌辛苦一年的年迈的父母，和他们团圆，好好安慰一下劳碌了大半年的父母亲。

也是在这个特殊的节日里，金门饼家用特别的方式来庆祝这个节日的到来。金门饼家月饼在原有的月饼基础上，又研制了新的品种，有淡淡金橘子味道的，切开月饼的表皮，就会看到里面的馅料是通透明亮的，这是用纯正湘莲子和上好的金橘子精心制作而成，慢慢品尝就会有香香的橘子特有的清香的味道，给人不同的感觉。

金门饼家月饼采用上等洪湖鸭蛋黄与湘莲子，传承古法并加以创新，每一个金门饼家月饼都采用优质的原料和传统的工艺制造而成。其卓而不凡的王者风范——尽显贵族气质。精心为您设计，精益求精的质量、高贵典雅的包装，内在与形式的完美统一，极尽华贵品质。

我们的企业之本：诚实，德信。  
我们的信念：今天，我们要做的更好。  
电话：0371—65831009 65997165



## 好米 好礼 好生活

原阳优质水稻种植面积50万亩，引用黄河水浇灌的享誉“中国第一米”的原阳大米，以其晶莹剔透、营养丰富、无污染、无公害五次荣获国家金奖，被国家绿色食品发展中心定为绿色食品，2002年获得河南省首枚原粮类证明商标，并被授予“河南名牌农产品”称号。

我们在亲朋好友之间走动时，常常为送礼发愁，不知道送什么礼好。茶叶、香烟、酒……好的太贵，便宜了又拿不出手。送的礼物太重对方心里不踏实，又加重自己的经济负担，况且也不一定适合对方。什么样的礼物人人都需要，而且又不贵呢？

迪一米为人们的日常走动、送礼提供了一个很好的选择。迪一米高晒米礼盒，采用大方、漂亮的木盒包装设计，内采用独特真空技术。大米选用有“天下第一米”之称的原阳优质黄金晴，经过国际先进的设备和二十二道加工工艺精制而成，不仅口感香、筋、甜、软，而且其富含大量的矿物质，尤其生命元素一硒的含量更是高出普通大米的5倍以上。同时迪一系列包装大米也陆续投放市场，深受河南人民青睐。送好礼，选迪一米，已逐渐成为人们交往中送礼的最佳选择方式。

迪一米业系列米还有优质东北大米，正宗泰国香米等品种，在中秋节前团购还有优惠哦。

团购热线：0371—69105677