

# 牛年春节,让市民喝上放心酒

消费资讯

## 市场调查

### 假酒也有潜在“市场”

“我们在进酒类商品时,首先会索要《随附单》,没有此单的酒类商品价格再低都不会要。”某超市酒品营销人员表示,他们销售的酒类商品均从大型酒类销售企业或厂家直接进货。

“还要看品牌,毕竟大品牌的东西,质量也比较好。”市民王昆对此也有自己的观点。在记者随机采访中,十余名市民中有6人回答会拒绝假货,有3人认为“无所谓”,6人表示“买过假酒”。市民柳先生直言:“送礼或为了面子时也会买‘高档’的假酒。反正现在的假冒酒一般很少喝坏人,还能省些钱。”

“假酒有市场也是屡打不止的主要原因之一。”伊川杜康实业有限公司郑州营销中心、郑州金丰酒业副总经理刘墨告诉记者,现在制假技术也更“进步”了,一般消费者买酒时仅通过看包装很难甄别真假,因为市场上很多假酒都假冒名优酒,用专门收购来的旧名酒瓶,装上香型相近的酒出售。他提醒说,消费者自己也要多了解些真酒知识,比如真酒的瓶身瓶盖有统一标记、防盗盖完好无损,而且盖有图案、字迹牢固且清晰等。

## 业内声音

### 假酒对市场冲击很大

在谈到市场上假货对自己生意的影响时,诚信商行总经理王凯很无奈地告诉记者:“真是没办法,假货对我们影响太大了,这主要表现在高档酒上。酒类专卖店过去是专一品牌经营,但现在大多数是多品牌经营,因为价格高,他们拿不定,要么不买要么就直接低价买假高档酒。很多时候顾客问了‘茅五剑’后,反而去买他认为可能不是假酒的品牌。”

刘墨表示,假酒对市场的冲击太大了。“假如消费者一开始买到的是某个品牌的假酒,他喝过后不满意,以后可能就再不会买这个牌子的产品了,这对该品牌的影响和口碑传播是致命的。比如我们销售的一瓶真正的国花杜康酒每瓶批发价为150元,而市场上却有几十元一瓶的,该酒在郑州的铺货率已从过去的80%降低到了50%。假酒不仅扰乱了市场,而且对豫酒品牌提升知名度和市场影响力的不良影响是无法估量的。”

一些经营者认为,假酒是一个普遍存在的问题,因为有市场,流通环节也有,生产环节也就屡打不断,“关键是要从需求源头掐断它。没了市场也就不怕有假的了,这将是一个长期的过程,需要多个部门及各环节共同努力。”

春节临近,如何营造一个安全放心的酒类产品消费环境,已成为厂家、销售及职能部门近期工作的重中之重。记者在日前采访中了解到,绝大多数市民在购买酒类商品时,没有查看产品《随附单》的习惯。让消费者真正喝上放心酒还需要各方面的共同努力。

晚报记者 唐善普/文 赵楠/图



## 行业管理 建立长效机制最重要

商务部2005年发布的《酒类流通管理办法》规定,酒类经营者(供货方)在批发酒类商品时应填制《酒类流通随附单》,详细记录酒类商品流通信息。《随附单》随附于酒类流通的全过程,单随货走,单货相符,从而实现了酒类商品自出厂到销售终端全过程流通信息的可追溯性。郑州市酒类行业协会秘书长薛忠喜告诉记者,目前,郑州市酒类销售者至少有20000家以上。在以往检查中,还存在着一些酒类批发企业《随附单》、进销存台账记录制度未按规定落实情况。

对郑州市酒类行业协会而言,倡导酒类经营者诚信经营,保障酒类消费安全,一直是工作重点。协会除多次召开郑州市及郊县市经销商诚信经营动员会外,还在各郊县市挂牌成立了协会分会和监督站。“只要掌握一定的假酒甄别知识,消费者通过查看《随附单》、仔细

对比包装等,就可以大大降低购买到假酒的几率,但很多市民还没有形成这样的意识和习惯。”薛忠喜说。

此前,郑州市商务局行业发展处副处长张体伟也表示,净化和建立良好的酒类安全环境,必须继续加强和积极实施酒类经营者备案登记和酒类流通随附单溯源制度。但记者在采访中了解到,也有不少市民认为,让消费者在购买酒类产品时,每次都查看或索要《随附单》也不现实。如果商家在《随附单》上造假,消费者仍难以辨别。

牛栏山酒厂郑州销售公司总经理张金献认为,酒厂还要进行分级严格管理,从一级市场到二、三级市场都要监控到位。“关键是有一个完善的管理体系和方式,要通过细化服务和管理的代替以往的粗放式管理,保证产品从出厂到消费者手中都能做到清楚明白。”

## 诚信经营 要利润更要大市场

“作为一个经销商,要从自身做起,积极配合当地职能部门,努力营造一个和谐放心的安全市场。”张金献称“诚信经营最重要”。

河南正航酒业有限公司总经理刘伟说:“生意做得让人放心时,你的生意也就能做大了。”在他看来,一个生意人在任何时候都要把“诚信”牢记心间。“如果经营者都能坚持诚信经营,并敢于兑现承诺,让消费者真正地信服你的产品,一

个安全放心的酒类市场就会很快建立起来。”

刘墨则从另一方面表达了自己的观点。他认为厂家可以采用独家经销方式,然后加上对消费者进行相关引导,帮助消费者识别真品。经销商还要懂得培育市场,不能因为一些品牌酒的利润不高,而一些杂牌酒利润高就舍弃。“从长远来看,这是一种得不偿失的做法,因为你丢掉的可能是未来的大市场。”

## 我国密胺餐具出口 已占国际市场八成

近日在京举行的“首届中国密胺行业发展峰会”上,氨基行业召集人罗增寿宣布,经过10年飞速发展,到2008年中国境内氨基模塑料生产能力已翻了兩番,年产值达40万吨,已位居世界第一。其中仅密胺餐具出口额突破10亿美元,占国际市场份额80%以上,并为超过200万人提供了就业机会。

主题为“和谐 发展 规范 创新”的首届中国密胺行业发展峰会,旨在结合现今严峻的国际金融危机形势以及密胺行业面临内需不足、国外订单急剧减少、产业逐渐向东南亚转移等巨大挑战,研讨相关应对策略、行业新技术、国内外行业标准等问题。据介绍,目前氨基模塑料年产量在我国已达到40万吨,年生产能力位居世界第一。2008年,我国仅出口密胺餐具就达10亿美元,占国际市场份额80%以上。氨基模塑料生产还创造了大量就业机会,我国氨基模塑料行业从业人员超百万人,整个产业链从业人数超200万人。

朱倩倩

## 周大生“千店计划” 今年将有大动作

自称目标是“千店计划”的知名珠宝品牌周大生,近日再有动作——1月11日,周大生河南旗舰店在曼哈顿商业广场掀起红盖头。据悉,该店集零售、产品展示及河南区域配送中心等功于一身,是周大生珠宝倾注多年心血浇筑而成。

当日下午,河南省宝协会长刘长秀、周大生运营总监陆志源及省会珠宝界人士相继赶来,共同察看周大生形象店。记者现场看到,该店一楼汇聚了黄金、钻石等,充分发挥零售功能,不少消费者在现场挑选。而二楼则是一个批发与配送中心,不少经销商正在配货。

为什么赶在春节前开业?周大生珠宝相关负责人表示,周大生凭借自身品牌的知名度,有信心抢滩春节前的消费热潮。春节前的这段时日,将是消费者集中消费的爆发日。

周大生珠宝,这个来自深圳的珠宝品牌,经过几十年的发展在深圳乃至全国珠宝市场都有了一定地位,为取得长足发展,周大生珠宝透露在内地的拓店计划是达到一千家,把周大生品牌深植人心。目前,周大生已拥有600多家终端门店,是国内最大的珠宝连锁品牌。

据悉,除了曼哈顿商业广场打造旗舰店,周大生在锦泓国际珠宝交易中心也将作为样板市场来打造。此外,周大生珠宝除了继续加大对传统销售渠道如百货商场的拓展外,地市加盟也在进行中。另据透露,周大生近期将在河南重推千足铂金。

## 温暖在传递 年终感恩行

——隆庆祥年终客户答谢活动正在进行中

自2009年1月1日起,隆庆祥企业总裁郭瑞女士带领高管人员分赴各地,开展了主题为“温暖在传递,年终感恩行”的客户答谢活动。

寒风料峭中,隆庆祥企业领导亲自携带鲜花、隆庆祥礼品等,与客户进行面对面的沟通和交流,除了亲自送去新年的祝福和礼物外,对客户反馈的意见和建议进行搜集和回馈。旨在通过此次感谢客户对于隆庆祥的关注和帮助,同时对隆庆祥产品的品质 and 市场需求进行调研,以便进一步为客户提供更优质的产品和服务。

隆庆祥企业自1995年创业伊始,就坚持以“量身定制”服装为特色,并且不断进行经营创新。近年来,隆庆祥在产品形象上加大了开发和创新能力,首先从工艺方面进行相关革新,开



发了“健康西服”和“万元西服”等新产品;其次在面料开发上,加强了与国际国内知名面料供应商的合作力度;为了丰富产品内容,围绕“量身定制”特色,又开发了“量身定制衬衫”业务,

进一步深化了“量身定制”理念。在品牌形象上,从2006年开始与专业服装店面展示空间设计及陈列设计公司建立了专项合作,从终端店面形象入手,全面提升品牌终端形象。

2009年开始,隆庆祥在原有基础上又加强对客户的关注和回馈力度,把服务形象作为隆庆祥品牌建设的重要组成部分。通过“隆庆祥年终客户答谢活动”,真正体现隆庆祥对消费者“1+1”的贴心服务,同时也是对隆庆祥6大服务承诺的延续。此次活动目前已经进行了十多天,一方面把最专业的产品送到消费者手中,另外一方面,切实了解消费者需求,以便今后为消费者提供更好的产品和服务。

晚报记者 唐善普 陈君平

