

2009寻找中原健康饮用水源系列报道之调查篇

生命的味道

生命之源从“点滴”开始

“水是如何从水源变成饮用水的”、“我们喝的水到底安全不安全”、“纯净水、矿泉水有哪些不同”等等，自上周本报推出“让生命之源更健康”——郑州晚报2009寻找郑州健康饮用水源以来，不少热心的市民打来热线询问情况，对这一话题展开了激烈探讨。与此同时，记者走访市场进行调查，发现在面对生命之源的问题上，商家和消费者存在着不少问题。

本报记者 谢宽

只重口感忽略水源保障性

“过去家里都是用自来水烧开饮用，现在生活条件都好了，就开始用桶装纯净水了，感觉比以前好喝多了。”市民张先生说：“以前用水壶烧水，不仅留下厚厚的水垢不说，喝的水带有腥味，现在喝桶装纯净水感觉甜丝丝的。”

像市民张先生这样看法的市民不在少数，在记者调查采访中，多数消费者表示，如今城市的自来水口感不好，一般情况下，多数家庭会采用桶装纯净水，而在外面买，就是饮用瓶装矿泉水。

当提及自来水、桶装纯净水、矿泉水是否都能让人放心饮用呢？对人的身体是否有影响？不少市民的回答显得犹豫。有些人认为，“应该没有问题，自来水都经过水厂的净化了，何况这些矿泉水、纯净水，它们的水源应该说比自来水的水源更有保障。”也有一些人则认为，纯净水和矿泉水也不一定健康，关键问题是日常饮用水的PH值以及其他健康指数是多少决定的，在平常境况下不好断定。

矿泉水与矿物质水概念混淆

很多消费者认为日常饮用水口感好就行，并非更多注重健康元素。而殊不知纯净水和矿泉水之中的问题所在。矿泉水的pH值一般在7.0至8.0之间，呈弱碱性，长期饮用，能够维持身体保持弱碱性，对人体有益。

可是由于水资源较少而且国家控制开采，天然水的水源必然成为利益争夺点。此外经过2000年那场纯净水和天然水的水战，人们普遍意识到纯净水缺少营养物质，比如我们熟知的钾、钙、镁、硒。于是公众逐渐形成了这样一种错误意识，以为经过人工配比的矿物质水，就像矿泉水一样有益于人体。

在记者采访中，有关业内人士透露，矿物质水是在纯净水的基础上添加硫酸镁和氯化钾这两种食品添加剂。从《中国营养学会膳食指南》中相关数据推算，矿物质水提供的矿物质含量相当于自来水提供的矿物质含量的1%左右；矿物质水提供的矿物质含量仅相当于人体每日所需的矿物质含量的1/20。因此，有人说“矿物质水连自来水都不如”。

纯净水二次污染严重

作为饮用水另一重量级的纯净水，在整个调查中也存在不少的话题。有关数据显示：从全国市场上看，平均有三成左右的桶装矿泉水不合格。如一向比较规范的北京市场，约有600多家企业拥有执照，一半以上都在生产桶装水。行业内少数企业使用黑水、黑瓶的假冒伪劣事件也影响了人们的消费信心。今年频频爆出的桶装水质量检测问题，如微生物、菌落总数超标等，都在消费人群中产生负面影响。毫无疑问，加上数额庞大的“黑企业”，水企业总数超过千家，鱼目混珠的现象十分严重。

饮水机二次污染问题也非常严重，据中美纯水经理湛玲介绍：“由于饮水机为空气压力原理工作，取水的同时，等量空气就会进入饮水机内部，空气中含有的灰尘、各类细菌也随之附着在饮水机内壁底部等，时间一长形成淡黄色、黏滑感的水垢。还有水胆内，长期存水，久而久之成为了细菌滋生的温床，并且水垢、杂质堆积，会造成出水变小、噪音大、加热频繁等状况。”

郑州每年婚宴酒量为200万瓶，低端价位消费却占主流

婚宴酒市场“钱”途有多远？

近日，随着又一波“结婚行情”的临近，郑州各大商家推出的“结婚”商品逐渐走热。但是与婚宴有关的婚宴专供酒市场却一直不见动静。有业内专家称，白酒的营销目前已从产品质量之争走入了文化营销之争，当白酒业愈来愈呈现“同质化竞争”时，为了在激烈的竞争中找到自己的生存空间，自古便与白酒相得益彰的“喜”，则成了越来越多白酒企业试图寻找差异化制胜的“卖点”之一。

本报记者 谢宽/文 赵楠/图

有市场需求也有消费误区
整体行情不温不火

“婚宴酒蛋糕虽大却难吃进口，市场整体行情呈现不温不火的现状。婚宴本身就是个特殊情况，应运而生的婚宴酒也天生带有许多局限性。”郑州亚丰商贸有限公司经理张建峰日前在接受采访时表示。

婚宴酒是以功能细分的产物，它的定位只能为结婚所用，缺少延伸性。婚宴酒只会集中在婚宴场合消费，离开婚宴场合消费婚宴酒的几率几乎为零；其次，郑州消费群体的观念并未转变，在实际消费过程中婚宴上使用非婚宴酒的情况大量存在；最后，郑州当地的习惯是在中午举行婚宴，多种原因促使使用酒销量并不大。

据了解，婚宴酒市场目前在价格上以20元至30元仍占主流，占到60%；40元至50元占30%；100元以上占10%。

“由于消费者的习惯，大多都是中低档价位的白酒，因此婚庆酒市场档次一直在中低端徘徊，整个市场处在培育期。”湖北白云边销售有限公司郑州办事处总经理邓永松解释说，“虽然白云边进入河南三年多一直坚持走中高端路线，但是也特意推出了两款价格适中比较适合中原口味的婚庆喜酒，53度的白云边金满缘和45度的陈年喜酒，在价格上也比较适合，单瓶都在30元左右。但是随着消费者的观念转变和市场的逐渐成熟，婚宴酒的未来前景还是很值得期待的。”



城市容量大还可拓展农村市场 市场前景不错

在记者走访的酒业厂家中，有不少老总认为，不可否认婚宴酒市场是白酒市场细分的结果，它的诞生根本原因也在于有着巨大的市场容量。据统计，我国每年约有900万对新人结婚，婚宴招待费用高达数十亿元。据介绍，近年郑州市每年约有10万对新人走进结婚殿堂，若以平均每次婚宴用酒至少20瓶计算，则每年总用酒量为200万瓶。这对于目前在酒行业苦苦打拼的品牌来说，充满了诱惑。

一时间以“喜酒”或者“婚宴酒”定位的品牌争相抢滩白酒市场，五粮液集团的“婚宴酒”、茅台集团的“贵州喜酒”、贵州醇酒厂的“贵州醇喜酒”、山东兰陵酒厂的“喜临门”、“全兴520婚宴酒”、“泸州老窖·天意喜”等纷纷推

出市场。

“白酒的婚宴消费市场一直是各大白酒厂家所重视的，尤其是在农村市场，许多白酒品牌厂家都是当作市场拓展的头等大事来主抓。”河南杜康酒业股份有限公司市场部部长杨小庆表示，毕竟白酒婚宴市场的单场消耗量大，同时也是建立产品品牌的好机会，并且作为人生历程上的重要大事，所选用的喜酒品牌对夫妻双方的影响也是很深刻的，这对以后的消费活动也会起到非常重要的直接的影响作用。

而郑州市酒类行业协会秘书长薛忠喜也同样评价到，婚庆酒市场前景不错，针对性强，更能体现喜庆气氛，是厂家走差异化经营的表现。

酒质好还需价位适中
婚宴品牌也要更专业

依据目前的婚宴酒市场的局面，有关专家认为，虽不能说有市没有场，但是可以肯定一点，对于婚宴酒的品牌也要注重专业。

郑州市酒类行业协会秘书长薛忠喜说：“目前婚庆酒市场供大于求，可选余地比较大，有些小企业则走个性化服务路线，用更人性化更个性化的服务来赢取市场份额。但由于消费者对婚庆白酒知识缺乏，导致过度注重包装，掏了高价未必买到好酒。因此消费者要首先考虑品牌。一些大型的白酒厂家在婚庆酒的开发上，更多的站在消费者的角度开发喜酒，提升个性化服务。”河南杜康酒业股份有限公司市场部部长杨小庆也认为，做婚宴市场，首先酒质要好，在产品包装的设计上最好加上喜庆的元素，这样较符合婚宴的气氛。其次，要根据不同的市场找到符合这个市场婚宴的适中价位，高低都不好，这很关键。

相关链接

专家支招

目前市场上婚庆酒种类比较多，在购买婚庆酒时，可以货比多家，多注意以下几个方面：

品牌 知名品牌带给消费者的不仅是知名度，更多的是品质信任 and 安全感。酒质的安全当然非常重要。

包装 一般喜酒的包装会在色彩和设计上植入喜庆的元素，可以在婚宴上起到烘托气氛的作用。

价格 喜酒价格一般都在20~80之间，由于价格不够透明，最好多向行家打听。

口感 定喜酒之前最好先买一瓶，让身边比较懂酒的人尝尝口感，毕竟是喝的东西，口感还是很重要的。