

楚藏天下

黄山头酒业巧打文化牌

3月17日,以“楚文化第一酒”为品牌定位的黄山头酒,高调亮相成都春季糖酒会,其营造的浓浓楚文化氛围感染了每一个参观洽谈的经销商。在成都锦江宾馆附近,100多名身着古代楚服的大学生出现在成都街头,吸引了不少市民驻足观望,这是湖北黄山头酒业有限公司招募的“楚文化使者”,为其高调亮相糖酒会喝彩助威。而在黄山头展台上,还有10几名身着飘逸楚装的少女,弹奏起悠扬楚乐,时光仿佛在倒流,鱼米之乡醇厚的历史风情又再现在参观者眼前。“我们销售的不仅是白酒,更是一种文化,黄山头酒是楚文化的一种表现形式,我们要让消费者体会到物质和精神的双重享受。”湖北黄山头酒业有限公司董事长朱弟雄说。自2008年2月上市公司凯乐科技成功重组黄山头酒业以来,黄山头仅用了不到两年的时间,就完成了从复出到复兴的巨大转变。2009年,黄山头酒业销售额突破1亿元,成为鄂酒中发展最迅速的企业之一。

据悉,2010年黄山头酒业将全力推进在香港证券交易所上市的进程,力争年内实现上市目标。届时,黄山头酒业将成为我国唯一拥有两家上市公司背景的白酒企业。

“仙味传奇”火锅五怪

下水不湿鞋,火锅没有烟,汤底青又绿……,近日,郑州开了家全省最大的火锅店,声称拥有“五大怪”,不少市民赶去尝鲜。

这家名为“仙味传奇”的火锅店有5000平方米的店面,店内环境文化又时尚,不过令人称奇的第一怪是,进得店来,客人首先要经过一个波光粼粼的水塘,清澈的水面上荷花开放,浅水里鱼儿畅游,当你真的把脚踏上去的时候,你会发现眼前这池碧水竟然并不存在,原来这是一种叫做互动多媒体投影的高科技为你营造的传奇游戏。

第二怪则是火锅没有烟,每套锅具内部都有一整套完整的抽烟系统,油烟还没散开之前,就被强力抽吸进排气烟道排走,再不会对客人和衣服造成烟熏火燎。

第三怪是江鱼坐飞机,仙味传奇特别推出了川江河鲜系列,它们大都是自四川江津一带江河里的野生鱼,每一条可都是坐着飞机从四川而来。

第四怪是汤底青又绿,它的汤底用一种只有四川才有的青辣椒取代了传统的红椒,再配上新鲜的花椒、新鲜的麻椒,一眼看去,清清爽爽,名为“青山绿水”。

据了解,该店的服务员还会“变脸”,更绝的是,她变出的不仅是普通的川剧脸谱,还有当下流行的喜洋洋、大灰狼,你能想象得到吗? 王亚平

当寻根文化遇上餐饮

东风路开了家“今槐源”,主题是“寻根”。每家店都会将自家最亮眼的菜放在菜谱第一页,这家不同,居然是几碗刀削面。用老板的话说:“这可是本店独秀的。”那就试试吧。总体感觉是酸和辣,犹如四川的麻和辣;面吃起来光滑,嚼起来筋道;又是用鲜鸡汤煮的,面条本身也吸收了汤的鲜味,味道很厚实。还有用红油汤汁煨出的肉末,可以称为狮子头的硕大肉丸、清汤焯出的小白菜、单独卤制的红烧肉片和卤蛋,吃起来都是喷香喷香的,最精彩的是用黑豆制作的豆腐条,筋道得弹牙。

老板说,“寻根餐厅”无非就是想把餐饮与文化结合起来,说道说道餐饮与中华文化。吃的是面,品的是餐饮文化。



宝丰酒获“中国酒类营销金爵奖潜力新品奖”

由中国酒类流通协会主办,糖烟酒周刊承办的中国酒类营销金爵奖评选揭晓,河南宝丰酒荣获“中国酒类营销金爵奖潜力新品奖”。据了解,中国酒类营销金爵奖潜力新品奖,是对未来白酒市场占有率以及实力预期的一次公开、公正、公平的综合评定。

宝丰酒业负责人介绍,国色清香宝丰酒自上市以来每年以200%的速度上升,占宝丰酒业销售总额的25%,目前已成为豫酒企业中销量第一的中高端白酒品牌。近年来,国色清香宝丰酒以其高成长性和独具个性的品牌定位越来越受到省外客户的关注。此次糖酒会上,宝丰酒业接待有效意向客户200多家,为第二个“三年战略”的省外市场布局打下了坚实的基础。 杜艳

品味红酒是一种享受,也是一种熏陶,犹如享受着带音乐的日光浴。那是一种诗意、一种对生活的体味以及对生命的领悟。“葡萄美酒夜光杯,欲饮琵琶马上催”。品味红酒、品味人生的真谛,感受生活给予的美好享受。以审美的态度来对待人生,这是一种超越了物质需求的精神升华。在甘美醇厚的酒香中,我们的心境趋于平和;我们的情感得到了净化。那是一种对生命的参悟,回味的是从艰难足迹寻得人生哲理。这就是常人所说的一种叫红酒文化。

晚报记者 谢宽/文 赵楠/图



“尚品”红酒 “乐味”人生

活动参与:67655031 13598828585

红酒行业大势所趋

河南省酒业协会会长熊玉亮



“目前中国随着人们生活水平的提高,追求文化、健康、时尚的观念开始转变。红酒,这一西方赋予了文化特色的产品,进而把目标锁定在中国市场,从近几次全国的糖酒会和各地的糖酒会情况来看,红酒所占的份额比重越来越大,由此可见,红酒行业的发展大势所趋。”熊玉亮坦言:但就整体的市场来看,品牌杂乱、价格虚高、质量层次不齐、市场无序等现象。2010年进口酒分会的成立,对红酒行业发展起到规范作用。

开始恋上葡萄酒

玛利堡酒庄总经理席琳珂



理想照进现实,传统注入时尚,形而上牵手形而下,相得益彰。一款款“美丽的肉体+高贵的灵魂”的葡萄佳酿,为了迎合合口舌之欢和心灵感叹,在浪漫国度里热情生长。恋上葡萄酒就是从这一刻开始的,葡萄酒的酿造者渐渐从传统的捍卫者转变成享乐主义者,致力于酿造出让饮用者口感愉悦的葡萄酒,在给人愉悦健康的同时,显示出产地风土,葡萄品种,酿造工艺,专业资质,酿酒哲学等赋予葡萄酒的鲜明个性,这就是葡萄酒的灵魂。

知名酒园的名品风范

波尔多酒行运营总监 张捷



波尔多酒行秉承专业专一,深入到世界各地搜寻最具品质和物有所值的名酿,把最优秀的进口葡萄酒带到你我身边。为引进更多新世界的佳酿,公司更与美国、澳洲、智利、南非、加拿大等国的酒园合作,提供更多特色,更多价值,更多口感的葡萄酒。波尔多酒行,不仅仅是一个酒行,不仅仅是代理销售葡萄酒,更重要和更长远的是我们在推广和普及葡萄酒的文化。倡导健康、时尚、品位、优雅、浪漫的尊贵品质生活,领略世界各地不同国家知名酒园的名品风范。

价格不等于价值

河南龙藏江湖酒业有限公司总经理伍建军



价格并非是衡量质量的唯一标准,物美价廉的葡萄酒比比皆是。真正牵动葡萄酒质量神经的还是原材料,即酿酒葡萄本身。品质好的葡萄酒,不是“造”出来的,而是“种”出来的。这意味着,除工艺之外,阳光、土壤、空气、水任何一个环节都间接影响到葡萄酒质量。伍建军说:“虽然喜好有异,但不少消费者热爱葡萄酒,正是因为它浓缩了甜、酸、涩、香多种味道,却精而不杂,微妙而调和地均衡存在。”

品味葡萄酒的优雅

朗萨酒庄总经理 肖婵



似乎葡萄酒这种生命,天生就和女人更有缘些。尤其,在这样的夜晚,一些葡萄酒在口中的感觉是柔软和光滑的,而有些葡萄酒的感觉是坚硬的、烈性的、或粗造的,就像我们认识的各种各样的男人和女人:优雅的。肖婵认为:“我觉得通过我的店,可以让葡萄酒为更多人所知,因为葡萄酒其实是一种文化,我想通过我的店传播一种文化,传播一种理念,一种高品质的生活方式和健康的生活态度。”

品味红酒是一项系统工程

郑州圣菲商贸有限公司总经理 刘彦兴



酒可以配任何菜,但对法国人而言,酒是搭配人生的。葡萄酒文化是法国乃至世界传统文化的一部分。比如说,葡萄酒也会成长、生病和去世。葡萄酒在酒瓶中仍然在熟化,如同人生一样,会成长、成熟、变老、直至死亡。再比如说,品味红酒的方式,一摇、二闻、三品、四饮。刘彦兴认为:“品味红酒是一项系统的工程,了解文化、方式,只是初级的方式,最重要就是去不断的尝试,才能真正的做到品味红酒。”

由郑州晚报主办,河南酒业协会、中原新闻网、河南酒网、中国葡萄酒杂志协办的“2010·中原首届葡萄酒行业评选”自上周启动以来,受到了业内人士、专家以及各大酒庄的关注,对于本期“红酒与品位”的话题,众商家有话要说。同时,“中原十大葡萄酒酒庄”、“中原十大葡萄酒品牌”、“中原十大葡萄酒行业风云人物”等评选活动正在进行时。有推荐红酒的商家可致电67655031、13598828585。