



中原饮食 谁最“美”?

“2011美味中原饮食最佳品牌评选”今日揭晓答案

一周消息

食品组优等生
金龙鱼
鲁花
花花牛
娃哈哈
伊利
好利来
蒙牛

本报第一消费历时两个月的“2011美味中原饮食最佳品牌评选”自开展以来,进行得如火如荼,受到了众多食品企业热力追捧和积极参与。

本次评选通过层层淘汰和筛选,在初期接受消费者的投票,每周榜单都会有新变化,充分体现了大家对食品行业的关注度。

在通过长达两周的专家评审阶段后,最终评选结果在今日揭晓。本次评选分为食品组和酒品组,可以说这个结果代表着大多数消费者的

的选择。

与此同时本次评选也受到了各大食品行业的关注。许多企业的负责人表示,本次评选活动,不仅是中原食品消费的风向标,也是品牌企业自身优势与竞争实力的体现。这是一个很贴近生活的平台,通过这个平台,既让消费者认识了食品的重要性,又给广大消费者一个认识产品,明白消费的途径,通过树立良好的典范和标杆,对河南经济的发展,社会的进步大有益处。

晚报记者 万佳

娃哈哈元旦社区送惊喜

日前,娃哈哈迎新春“兔飞龙进 开箱纳福 娃哈哈亿元奖品送好运”活动正在火热进行中。新春佳节即将来临,娃哈哈公司在市内各大超市、部分社区举办便民送温暖优惠促销活动,凡整箱购买娃哈哈产品即可得到刮刮卡一张,有机会赢取千足金腾龙金条与转运珠。

据娃哈哈活动负责人介绍,本次活动设置奖项有,金龙奖,奖励价值4999元千足金腾龙金条一条;福运奖,奖励价值500元千足金转运珠一个;聪慧奖,奖励智慧超人一箱;幸福奖,奖励1.5L营养快线1瓶。

此外,娃哈哈还开展了进社区送温暖元旦便民活动。2012年1月1日至1月2日,娃哈哈将走进21世纪社区、铁道花园小区、郑飞家属院等居民区将便利和温暖送到家门口,为业主们带去双重惊喜。惊喜第一重:新年好运不停,各种好礼等你拿,现场购买娃哈哈饮料还可参加幸运转盘游戏或直接赠送礼品活动。惊喜第二重:绿色环保,从你我做起。活动当天,凭10个娃哈哈饮料空瓶(纯净水、爽歪歪除外)或1个娃哈哈饮料箱皮,即可现场兑换娃哈哈饮料1瓶,每人限兑2瓶。

万佳

金龙鱼 考试评语

金龙鱼以不断创新及始终领先的技术,提供更高品质、更多产品及价格选择的,并随处可见的粮油食品。为那些追求健康生活品质的消费者带来不同凡响的健康、营养、美味的饮食体验,并使人们分享家庭的快乐、温暖和关爱。进而打造国际品质的优秀粮油食品品牌。



娃哈哈 考试评语



杭州娃哈哈集团有限公司创建于1987年,为中国最大全球第五的食品饮料生产企业。24年来,娃哈哈始终坚持以创新为企业发展的不竭动力,不断提升企业技术实力,在瞬息万变的竞争中牢牢掌握市场主动权,娃哈哈开发出的产品不仅引导了消费潮流,丰富了人民的生活,也推动了中国饮料工业健康快速发展。

鲁花 考试评语

山东鲁花集团有限公司,是中国目前最大的花生油专业生产企业,农业产业化国家重点龙头企业,鲁花凭借技术创新与严格的质量管理,跻身食用油销售三甲之列。1992年鲁花独创5S纯物理压榨工艺,鲁花浓香花生油研制成功,1999年获得“绿色食品”证书,2004年鲁花品牌被授予中国驰名商标,2005年获得“中国食品工业百强企业证书”,2007年鲁花“剥壳压榨”新工艺获得山东省科技进步一等奖。自2009年以来,鲁花连续三年被中国标准化研究院顾客满意度测评中心测评出食用油行业满意度最高品牌。



伊利 考试评语



内蒙古伊利实业集团股份有限公司是全国乳品行业龙头企业之一,是北京2008年奥运会唯一一家乳制品赞助商,也是中国有史以来第一个赞助奥运会的中國食品品牌。伊利集团下设液态奶、冷饮、奶粉、酸奶和原奶五大事业部,生产的具有清真特色的1000多个品种通过了国家绿色食品发展中心的绿色食品认证。伊利超高温灭菌奶连续八年产销量居全国第一,伊利奶粉、奶茶粉产销量2005年跃居全国第一位。

花花牛 考试评语

河南花花牛乳业有限公司是以生产酸奶为主的液体奶生产企业,先后获得“河南省十佳品牌”、“河南名牌”、“河南省重点保护产品”、“郑州市放心乳制品生产企业”等殊荣。采用五统一(统一配种、统一防疫、统一饲料、统一饲养、统一挤奶)的管理模式,具有国际领先水平的现代化生产车间,引进的均为国际一流的生产设备,完全实现纯鲜牛奶加工过程中无菌化操作,保证了产品具有新鲜、卫生、安全、营养、高技术含量的优良品质。



好利来 考试评语



好利来创建于1992年,经过多年努力,好利来企业现已发展成为生产经营蛋糕、面包、西点、中点、咖啡饮料、月饼、汤圆、粽子等产品为主,拥有分布于全国80多个大中型城市的近千家直营连锁店,北京、天津、沈阳三座国内一流的大型现代化食品工业园,上万名高素质员工的国内烘焙行业领军企业。

巴氏鲜奶 是我国奶业的一个发展方向

牛奶作为现代人营养摄取的重要来源之一,日渐成为国人饮食结构中的主要膳食,特别是具有新鲜、营养价值高等特点的鲜牛奶,理应更受人们的重视。鲜牛奶素有“奶中之王”的美称。目前,鲜牛奶的处理方法是采用一种叫做巴氏的工艺,即用72℃~85℃的温度,在规定的时间内对牛奶进行消毒杀菌,在生产后到消费前整个过程,温度都要控制在4℃左右,保质期不超过一周。巴氏杀菌工艺温和,更重要的是,巴氏杀菌处理的牛奶能最大程度破坏原奶营养。据悉,巴氏鲜奶在国外的市场占有率高达95%。为此,相关专家表示,巴氏鲜奶也是我国奶业的一个发展方向。

万佳

高档白酒企业无法同时做好高端和中端白酒?

五粮液打破“中档魔咒”

永福酱酒弥补其高端酱香型白酒空缺

对于众多白酒企业来说,即将过去的2011年,是挑战与机遇并存的一年。它们既要面对复杂的国内、国际经济形势带来的消费需求的变化,还要应对国内市场快速分化和竞争加剧、“酒驾入刑”等诸多挑战与压力,部分二线白酒企业通过蚕食五粮液、茅台酒提价后留下的价格空当,在次高端市场上突飞猛进,发展势头凶猛。

高端白酒主要依靠品牌拉力,而中高端白酒则对渠道推力要求更高,两种产品是完全不同的商业模式,因此以高档白酒为主的企业如要想同时做好高端白酒和中端白酒,从商业模式上就难以兼容。这被业内人士称为高端白酒企业的“中档魔咒”。高端白酒企业能不能突破缺少强势中档产品的“中档魔咒”?

晚报记者 万佳 白贺

“白酒大王”完善产品布局

在中国白酒业发展史上,五粮液凭借买断经营的品牌扩张策略和五粮液品牌强大的号召力,吸引了大量零散资本闪电式加盟,很快就在全国范围内确立了“中国白酒大王”的品牌地位。

五粮液始终全面奉行“进行多品牌延伸,占领各个细分市场”的战略。目前,五粮液旗下共有60个系列,以满足不同层次、不同需要的消费群,使得品牌得到延展和提升。

此外,在重点发展五粮液的同时,五粮液还兼顾发展五粮春、六和液、五粮醇等重点子品牌。日臻完美的质量和巨大的品牌影响力使得五粮液经常出现供不应求的局面。

除此之外,五粮液还进一步完善产品布局,

打造新的利润增长点。作为中国酒业大王,缺少酱香型白酒产品始终是五粮液的一大遗憾。

可喜的是,在2010年10月8日这一遗憾得以弥补,五粮液积蓄10年力量而推出的高端酱香型白酒“永福酱酒”正式向世人揭开了神秘面纱。

永福酱酒弥补五粮液高端酱香型白酒空缺

作为中国浓香型白酒第一品牌,五粮液股份公司对于酱香型白酒产地及其酿造工艺的研究,也一直在潜心进行着。

五粮液早在多年前就率先组织数百名酿酒专家,开始酱酒研发和探索的步伐,经过无数次刻苦攻关后,五粮液酱酒项目终于2000年正式

投入生产。

10年研究及实践已有目共睹,而事实也终于证明,宜宾是能够酿造出高品质酱香型白酒的。

五粮液“永福酱酒”的横空出世,更是一扫有关宜宾是否适宜酿造酱酒的疑虑,再次让业界聚焦宜宾酒都以及五粮液“永福酱酒”项目团队。

宜宾所属川南,地处“中国白酒金三角”地带。在宜宾特有的气候条件下,五粮液股份公司经过几代酿酒大师、数百位酿酒专家积累的精湛酿酒技艺,突破其他酱酒生产传统使用“平板曲”的一贯做法,采用“包包曲”块,从而使得在整个大曲发酵过程中,环境微生物种类

得以优选,最后形成以耐高温产香的微生物体系,确保了永福酱酒的香味更加醇和、饱满、醇厚、怡畅。

永福酱酒口感典雅,入口柔和,度数高而不烈,回味酱香持久。中国白酒专家组一致给出了“微黄透明、酱香典雅、幽雅细腻、绵润醇厚、丰满怡畅、回味悠长、空杯留香持久,具有本品固有风格”的高度评价。

永福酱酒的面世,是五粮液股份公司奉献给广大消费者最真诚的礼物,其独一无二的工艺,风格独特的口感,以及“健康”的宝贵理念,无不体现了五粮液的人文关怀。我们有理由相信永福酱酒定能得到消费者的厚爱,掀起一轮“酱酒旋风”。