

入夏以来,天气渐热,晚上华灯初上之时,市民们喜欢邀上三五好友,到街头夜市吃小吃,喝啤酒,吹着凉爽的夏风,谈天说地,可谓夏天一大乐事。

近日,漫步郑州街头你会发现,充满着别样风情的夜市广场,今年齐刷刷地都改头换面了,纷纷冠上了啤酒品牌的名号。不仅如此,不同特色的文化主题还为啤酒夜市增加了亮点,吸引市民前来休闲消暑。

郑州晚报记者 万佳

## 音乐主题夜市现身郑州 夜市文化升级 差异竞争获双赢 啤酒美食 畅饮一夏



不同特色的文化主题为啤酒夜市增加了亮点

### 消暑休闲 市民呼吁夜市升级

一个城市的夜面孔是什么颜色,往往取决于城市的开放和文明程度。经济越发达,夜生活就越丰富。

而对于市民来讲,夏季逛夜市吃美食已经成为了必要的日常休闲,但现在市内不少夜市还处在地摊模式上,环境脏乱,卫生条件让人不敢恭维。市民王先生夏季喜欢和朋友喝啤酒,经常在西郊几个老夜市吃饭,有时就会莫名其妙吃坏肚子,王先生说:“知道夜市有的摊点不干净,但对于诱人的烧烤,清爽的啤酒,弃之又不舍。希望能多一些大规模成规范的夜市,让人吃得放心。”

在今年2月的市政协十二届五次会议上,政协委员们提出了打造夜市经济的建议,把“夜市”做成品牌。据了解,标志性夜市经济已经呼吁了多年,但郑州至今数量还很少,有的仅仅是地摊。而像台湾、香港、澳门和北京、西安、丽江等地方,旅游和夜市经济同样发达。建议政府有关部门规划打造“常态下的特色夜市经济区”。

### 啤酒音乐相伴 夜市主题提升文化色彩

近几年开始,除了冠名夜市,一些啤酒品牌开始利用包揽的形式,独战一个或多个夜市渠道,取得了不错的业绩。今年,这种现象更是有过之而无不及。记者调查发现,几乎所有的夜市都被啤酒品牌用“冠名”的形式给垄断了,金星、雪花、青岛啤酒,市内涌现了不少这种大型啤酒夜市,而随着这种夜市的增多,不少品牌还推出了一些特色文化活动,以吸引市民的脚步。

### 当啤酒傍上夜市 差异竞争获双赢

对啤酒企业来说,夜市消费市场很大,主要表现在,夜市的顾客大部分是青年人,而青年人精力充沛,是啤酒的消费主力;晚上时间充足,劳累了一天的人们都想在夜晚得到彻底放松。因此,夜市已经成为啤酒企业不可忽视的一个销售渠道。对此,河南省酒业

协会会长熊玉亮说:“啤酒与夜市结合,有利于促进品牌传播,便于培养忠实消费者,前景很好。”

而据了解,本届音乐节是雪花啤酒公司倾力打造的2013年大型品牌活动之一,旨在助推郑州夜市文化及形象升级,为广市民及啤

酒爱好者打造一个全新的夜市啤酒消费环境及消费文化。活动倡导积极、进取、时尚的生活理念,以经典震撼的摇滚音乐为亮点,通过多种互动体验、雪花啤酒感恩回馈活动的精心设计为广大市民带来2013年别样的消暑狂欢之夜。

前来参加音乐节开幕式的市民李先生说:“听着音乐,喝着啤酒,这种夜市很新颖,我们很喜欢。”

手段很难对付啤酒大鳄的竞争,资本和品牌不占优势,啤酒企业真的应该思考,多样化、差异化、系统化营销不得不提上日程。”

因此,像类似啤酒音乐节这种新颖的形式,与同类单一冠名夜市的品牌相比,对于市民会更有吸引力。

## 冷饮市场今年热得有点“迟” 部分品牌价格上涨,涨幅15%左右

今年气温有些调皮,在升与降间不断徘徊。受天气反复影响,冷饮市场也有些反常。虽然各种品牌的冷饮已开始大量上市,但消费者们的消费热情明显不高,冷饮市场今年“热”得有点迟。另外,部分冷饮价格出现了上调,上调幅度在15%左右,喜欢吃冷饮的市民们,今年吃冷饮可得掏钱了。

郑州晚报记者 熊维维

### 行情 冷饮“热销”还得等

“受天气反复影响,冷饮市场也有些反常。按照以往经验,4月底5月初就陆续有不少客人来批冷饮了,但今年到现在都没什么客人,生意很不好。”文化路一家超市负责人告诉记者。

“其实正月里就卖过冷饮了,三四月热过十几天,那时也卖过不少。”另一家冷饮批发店的齐老板说道,现在冷饮厂家在冬季就开始有

少量供货,这会儿冷饮的销量小幅度逐步上升,不过热销还需等待。

在几家大型超市里,记者看到冷柜区中冷饮被摆在最靠里的位置,并且只占到整个冷柜1/4的面积。“天气还不是太热,买冷饮的人不多。”销售人员告诉记者,“等天气真正热起来,现在冰柜里的速冻面食就要给冷饮让路了。”

### 价格 普通产品价格涨15%

齐老板介绍,现在天气不怎么稳定,奶油口味的冰激凌比较受欢迎,等六七月份天气酷热起来,水果口味的就成为主力了。

不少本地代理商表示,今年冷饮不仅提前上市,而且不少品牌都推出了高端产品,所以从整体价格来看,有所拉升。“但普通品种的冷饮价格的确有所上涨,涨幅在15%左右。”某冷

饮代理商负责人告诉记者,今年价格上涨的原因并不在原料方面,“主要是劳动力的成本有所增加。”

在走访中发现,上市的各种雪糕、冰激凌大多在1元以上,越来越多的品种站上了两元大关。1元以下的产品已经非常罕见,一支1元的冷饮比重估计只有1/8。

### 专家提醒 这些人冷饮尽量少吃

天气越来越热,冷饮的消费量也越来越多。有专家建议,从食品安全角度考虑,冷饮中的食品添加剂一般都是在国家允许范围内的,

但日常饮食中,添加剂的摄入还是越少越好。此外,冷饮中的热量很高,对于肥胖、三高人群并不适合,想要身材苗条的女生也是如此。

## 孩子不吃饭,令多少父母头疼 试试娃哈哈锌爽歪歪

小孩子喜爱吃零食,但零食吃多了孩子就容易不爱吃饭。因此,家长如何选购零食很有讲究。像山楂饼、梅子肉等零食,酸酸甜甜的,小孩子都很喜欢,少吃一点不但不会饱,还会增加孩子的食欲。另外,娃哈哈公司的锌爽歪歪乳品不仅可以补充孩子日常所需的水分和营养物质,其中特别添加的葡萄糖酸锌,也有助于小孩开胃。

娃哈哈锌爽歪歪采用不含抗生素的优质新西兰奶粉为原料,丹麦进口的优质益生菌菌种发酵,同时复配烟酰胺、葡萄糖酸锌、牛磺酸等营养素,经调配、杀菌等现代饮料生产工艺制成的酸奶饮品。产品中的葡萄糖酸锌是人体必需的微量元素之一,参与90多种酶

的合成,与200多种酶的活性及核酸、氨基酸、蛋白质合成有关,锌对脑的正常发育及维持神经正常功能具有重要作用,锌是神经生长因子的组成成分,可促进胚胎神经嵴和神经细胞的分化,锌缺乏可使脑细胞分化过程减慢并出现分化异常。

很多家长担心孩子偏食的主要原因都是怕孩子出现健康问题。作为家长,要做的是,保证孩子能获取他所需要的所有营养,可以给孩子吃含多维生素、矿物质的补充品。但也要提醒父母的是,一定要给孩子吃适合他年龄的补充品,不要因为心急而补充过量。

熊维维

### 萧记连续第八年举办庆六一儿童免费吃烩面活动

作为一家企业,特别是民营企业,作一些有益于社会的公益活动很正常,但很少有系统的长期坚持。但是萧记就不一样,今年是他们连续第八年举办庆六一少年儿童免费吃烩面活动。根据萧记面业有限公司办公室统计,2006年第一年举办该活动,郑州市13个萧记直营店共计免费送出烩面不足2000碗,2011年免费送出了近一万碗。去

年,尽管事前没有刻意进行媒体宣传报道,还送出了12000多碗。

董事长肖存兴说,洋快餐、洋玩具和西方生活方式无时无刻在侵蚀着我们的孩子们,我们各个行业都要努力去和西方争夺我们孩子的心,让他们今后不管做什么,走多远都不要忘记家乡和家乡的美食。

张艺赢

### “露露杯”幸福家庭温情故事征集活动在京开启

由全国心系系列活动组委会主办、爱心企业河北承德露露股份有限公司协办的“健康路幸福家中国梦”幸福家庭温情故事征集活动于5月23日在京全面开启。这次“健康路幸福家中国梦”幸福家庭温情故事征集活动在北京朝阳区率先启动,将使更多的家庭在活动中受益。活动将以“幸福家庭温情故事”征集为

主线,在北京、天津、郑州、太原等10个城市通过妇联、工会、教育系统发放100万张故事征集卡、50万册主题宣传册,广泛征集家庭温情故事,深入推广“健康路幸福家中国梦”的主题内涵。活动开启仪式之后,主办单位领导与爱心企业河北承德露露股份有限公司一同前往五好文明家庭和劳动模范家庭进行慰问。

张艺赢