

断货的不只是茅台 还有国窖1573



“昨天晚上刚接到要举办酒宴的通知,就连夜去敲酒水专卖店的门。一连跑了好几家,才买齐了两箱多的53度飞天茅台,最后连人家放在展示柜上的几瓶也买下了。”一位在企业工作的陈姓经理说:“马上就要过节了嘛,单位总要办一些客户答谢会。之前都会提前团购,这次真是太匆忙了。所幸最后数量还是买齐了,不过现在的飞天酒价格真是高,差两块钱就1000元了!”每年的中秋和国庆期间,都是茅台酒供货最紧俏的时候,今年同样也不例外。可谓“一瓶难求”。不过,今年的中秋酒类市场上出现断货的还有国窖1573。

我们已经断货了,没有多余的酒了!



漫画 见习美编 张冰洁

市场上难觅国窖酒 下一批要涨价

记者在南京几大商超和烟酒专卖店走访时发现,很多地方都已经买不到53度飞天茅台了,并且也很难见到国窖1573的身影。新街口沃尔玛店的销售人员说:“茅台断货很正常,有些店都断货几个月了。并且最近国窖1573也出现断货。茅台什么时候再有货很难说,但是国窖1573近两天就会有货。货源肯定是没有问题的,但听说下一批过来时价格就要涨到800多块钱了!”而断货前它的价格不到700元。

国窖酒也断货,这个现象既出人意料,但似乎又不。前不久,就在茅台酒不断看涨,五粮液也稍有“小涨”,一些二线品牌如水井坊也传言要在价格上有所跟进的时候,泸州老窖集团公开宣布其高端产品系列国窖1573启动提价,成为首家正面确认涨价消息的白酒企业。它公开宣布精装国窖1573每瓶出厂价上涨100元,普通装每瓶上涨90元。

泸州老窖将其涨价的原因归结为原材料上涨及市场供需的落差加大。不过这种说法并不能得到广泛的认同。“泸州老窖

此次提高国窖1573的价格是为了不至于使自己的品牌差茅台和五粮液太远。”南京绿色雨花酒业有限公司营销总监公丕常说。在高端白酒市场,占据较大市场份额的高度茅台和五粮液一直被视作一线品牌。在价格上,茅台、五粮液与二线品牌国窖酒、古井贡酒等也保持着一定差距。特别是去年下半年五粮液提价后,国窖酒与其价差每瓶最高达到百元。

“而最早的时候,国窖酒的价格是超过茅台和五粮液的。如果把茅台和五粮液称作高端酒的话,那么那时候的国窖酒就可算是超高端白酒。经过后来的几番提价,茅台和五粮液的价格和影响力渐渐超过了国窖酒。此番茅台和五粮液又连续提价,国窖酒如果再无行动的话,只会被前二者越甩越远。”公丕常说。

许是为涨价而“控货” 但市场不容乐观

今年以茅台为首的高端白酒选择在7月中旬逐步提价,直到今天,茅台酒的价格上涨还没有止步的迹象。目前在有货的专柜,53

度飞天茅台的价格很统一——998元,一反之前定价混乱的局势。而二线品牌水井坊的价格也于8月底完成了提价,据其经销商反映,提价并没有对其销售市场造成波动。这是因为水井坊之前的“天下第一坊”“时尚”等品牌营销和定位以及不错的口感,让其拥有了一部分固定的消费群体。不过,商超中,部分消费者则并不买账,大呼:“以后连酒都喝不起了!”

国窖1573此番涨价后,其市场也不容乐观。它既没有茅台的影响力,又没有水井坊前期的品牌升级,据荣氏商贸孔珊玲总经理以及其他经销商的反映,国窖1573在南京市场的销售情况并不是很好。因此,此番涨价对其来说是存在风险的。“如果不是它的固定消费群体,很可能就会选择其他品牌。但是从长期来看,这又是一项不得不做的工作。近期各大商超出现断货,这也可以被认为是国窖酒为了尽量减小因提价而造成的市场冲击力,在学茅台控货。”业内人士分析,“不过此番控货加提价,对于一些国窖酒的忠实客户来说,无疑是一种莫大的精神支持。”

见习记者 董颖

历时六年艰辛编撰 全省努力成就巨著 《中国江苏名菜大典》 将于本月首发

据悉,历时六年,举全省烹饪餐饮界之力共同编撰的《中国江苏名菜大典》将于本月下旬正式出版,并在南京举行隆重的首发式。这部大典,由韩培信同志担任编委会主任,顾浩同志任副主任,陆军同志任副主任兼主编,江苏凤凰出版集团科技出版社出版。省政府有关部门对大典的编撰、出版非常重视和关心,给予了大力支持。

江苏菜系是中国四大菜系(鲁、粤、川、苏)之一,江苏菜系由淮扬、金陵、苏锡、徐海等四个地方风味菜系共同组成。江苏菜追求本味、清新平和、风格雅丽、性质俱美的特征,形成数千年,历来是餐桌上的美味佳肴,更是现今健康营养的具体象征。《中国江苏名菜大典》,收录江苏菜系菜点1047道、宴席100种,可谓再现历史承载、折射优雅食俗,实证菜品华彩。《大典》同时收录江苏名店、名厨、饮食文化的轶闻掌故、楹联诗词、烹饪典籍等,是一部集烹饪技艺之大成的江苏饮食

文化全书。

六年前,大典编撰工作开始,韩培信同志就提出了“坚持打江苏牌,打和牌”的宗旨。在大典编撰过程中,承担编撰工作的江苏省烹饪协会团结全省烹饪餐饮行业同仁,始终坚持这个宗旨,对江苏菜系,广征博引、精心梳理、严格把关、审慎探史、反复修改、严禁定稿,力求将大典编撰过程,演绎成为宣传江苏菜系的过程,成为弘扬江苏菜系的过程,为“烹饪大省、美食天堂”的江苏呈现一部实用传播、引证经典、存史收藏的精品典籍。

《中国江苏名菜大典》分上、中、下三本,合一册,近900页,全彩印刷,装帧精美,是宣传江苏饮食文化、弘扬江苏菜系的宏伟典籍。《中国江苏名菜大典》是迄今为止全国出版的美食类书籍中最为权威、最为实用、最为全面、最为精美的一部巨著,是江苏饮食文化发展史上的一块里程碑,它将为中华饮食文化增添光彩。(茗梓)

免费燕麦早餐送到写字楼

近日,每当早晨上班走进写字楼,吴小姐都会收到一位扮作澳洲大袋鼠的“卡通人”给她送上的免费健康燕麦早餐“能量包”,原来这是澳洲西麦燕麦组织的“我为中国添能量”全国活动。

由于富含蛋白质、可溶性膳食纤维和其他营养成分,燕麦是受到营养学家公认的优质“早餐主粮”,活动中西麦派送的燕麦早餐“能量包”中不仅有方便的燕麦食品,还细心地准备了一次性纸杯和不同口味的调味

包。西麦公司市场部经理贺翔云告诉记者,西麦将在南京市建设23个“能量站”,其中有13个设在写字楼,另有10个设在社区,除现场派送外,还组织“健康早餐送上门”的体验活动,甚至还设有抽奖环节,每一位参加活动的市民都有可能有机会赢取“澳大利亚阳光能量行”的旅行,获奖者将有机会赴澳大利亚,亲身参观西麦的燕麦农场,体验营养燕麦生长的优质环境。(沙辰)



大红袍的那些事

1972年,美国总统尼克松访华,毛主席把4两大红袍作为珍贵礼物送给尼克松。尼克松对泱泱大国之小气不免心生疑窦。此时,周总理上前解释道:“总统先生,主席把‘半壁江山’都送给您了!”他指着精美茶罐子说:“武夷大红袍是中国历代皇家贡品,一年总产量只有八两,主席送您四两,正好是‘半壁江山’呀!”尼克松总统一听,会心地笑开了。

那么,被周恩来总理称之为“半壁江山”的大红袍究竟是一种什么样的茶叶呢?又为何如此珍贵呢?

大红袍产于福建武夷山,是武夷岩茶的代表。冲泡此茶时,杯中过三香:“盖杯香、水中香、挂杯香”。喝完之后,口中有三变:“齿颊留香、唇舌生津、润泽回喉”。当地人戏称之为乞丐的外表、皇帝的身价、菩萨的心肠。

“乞丐的外表”。大红袍外表粗枝大叶,通体乌色,朴实无华,其实,武夷岩茶是胜在内质。南怀瑾先生曾说,喝茶喝到中国的大红袍,算是喝到了顶尖。喝了武夷山的岩茶,其他的茶好像没有了味道。大红袍滋味浓而醇厚,香气馥郁持久。传说清朝的大臣上朝面圣之前,必喝一盏武夷岩茶,这样在面对天子时才能口气清新,齿颊留香。试想若是刘庸、纪晓岚这些重臣在面对乾隆皇帝时,满口烟味臭气,那可是要贻笑大方了。

“皇帝的身价”。武夷山产茶历史悠久,早在唐代就成为贡品。武夷山深处崖壁上仅存的六棵大红袍茶树,至今已有360多年的树龄了。2007年10月,一个特殊的收

藏仪式在国家博物馆举行。这次被收藏的藏品,就是产自福建武夷山的茶叶——大红袍。将茶叶作为藏品,这对于专事收藏具有重大历史文化价值藏品的国家博物馆可是破天荒的头一遭,这不仅是因为母树大红袍不再采摘,更是因为它为代表的乌龙茶,在中国乃至是世界茶叶史上都有着极其深远的影响,实是无价之宝。

“菩萨的心肠”。武夷山天心禅寺不但是大红袍的祖庭,也是制茶技术的先驱。佛教寺院具有高超的茶叶制作技术,其饮茶之道更是十分讲究。寺院内设有“茶堂”,专供禅僧品茶、招待客人,施茶僧在寺门前负责施惠茶水,以上等茶供佛,以中等茶待客,以下等茶自奉。茶为众生解毒,解渴,静心养性,最终让众生觉悟成佛。茶遇水舍身,而成茶饮,供养世人,是布施;茶香四溢,犹如戒定真香,是持戒;忍受采摘揉捻,高温烘焙,开水冲泡,是忍辱;和敬清寂,茶如一味,是禅定;行方便法,静心导和,是智慧。“茶”是人在草木间,是我们回归自然、回归天性的一种渴求。崔波



“老崔说茶”

2010雪花啤酒第二届中国古建筑摄影大赛 江苏区第一阶段入围作品已出炉



《世外桃源》管光金



《围龙屋》刘凯德

“温故而知新”2010雪花啤酒第二届中国古建筑摄影大赛自2010年8月1日在全国范围同步开赛以来,迄今为止,江苏地区已收到150余幅参赛作品。近日,江苏赛区第一阶段入围作品的评选工作已经

完成,共有18幅作品入围,6人获得幸运奖。自今日起,本报将选登部分入围作品以供众人欣赏。该比赛由华润雪花啤酒(中国)有限公司与清华大学建筑学院共同主办。

本次摄影大赛作品征集从今年8月1日开始,至10月31日结束,于11月中旬完成最终评选。大赛的拍摄对象为“中国乡土民居”,除面向全国范围的摄影爱好者征集稿件外,大赛主办方还按照中国民居的分布特点在四川、浙江、福建、山西、安徽、江苏六个省份重点组织外拍活动,让参赛者亲身体验中国民居的魅力及民风民俗的文化乐趣。

本届大赛共为参赛者提供了光影类、纪实类、创意类、人文类、印象类5个拍摄角度,一共设置了15个奖项,共计241个获奖名额,其中最高奖项——特等奖奖金为5万元人民币。有兴趣的朋友可抓紧最后的投稿时间,赶快参与进来!

江苏区8月度第一期入围名单

作品名	姓名	联系方式
《山村暮色》	晁侠	133****2679
《世外桃源》	管光金	189****6011
《茶馆》	楼建镇	133****1891
《古村落》	韩春生	137****8917
《丹巴的乡土民居》	周小林	138****3724
《碉楼》	赵敬	138****2821
《原住民》	吴慧敏	137****2482
《寨底下》	吴崇浩	135****6296
《围龙屋》	刘凯德	135****3911
《霞坑晚韵》	谢涛	139****7843
《徽居》	范国厚	138****7259
《牌坊群》	胡福生	130****5797
《和谐家园》	廖雄	138****0110
《藏家生活》	王奕	135****1876
《甲居藏寨》	王奕	135****1876
《古宅雪韵》	周明星	131****5260
《古宅新绿》	王建平	131****2598

江苏区8月度第一期幸运抽奖获奖名单

方剑伟	133****0222	刘建华	138****8625
何刚	138****7981	郑梦寻	137****9882
陈鲁生	136****6198	王轶	139****6320

一、参赛办法

1. 凡属原创摄影并能反映中国传统乡土民居文化以及现状的作品均可参赛。
2. 投稿方式:分网上投稿和传统照片邮寄两种方式,详情请登录中国古建筑网 www.archfans.com 查询投稿信息。

二、奖项设置

全部奖项设置金额超过20万元人民币:
特等奖 1名 奖金 ¥50000元/人
一等奖 5名 奖金 ¥15000元/人
二等奖 10名 奖金 ¥8000元/人
三等奖 15名 奖金 ¥3000元/人
网络人气奖 30名 奖金 ¥500元/人
参与奖 180名 每人获赠奖品《中国民居五书》1套

三、比赛时间

1. 投稿时间:2010年8月1日—2010年10月31日
2. 评选时间:2010年11月10日—11月20日
3. 咨询热线:010-59626810(周一至周五10:00—17:00);原稿征集指定邮箱:1549716549@qq.com;官方答疑指定邮箱:crb@archfans.com