

白酒的“酱”香越来越浓

近日,茅台集团发布公告称,“十二五”期间公司将新增2600千升茅台酒生产能力,并计划为此投资6.87亿元。中国白酒按酒精香型分酱香型、浓香型、兼香型、清香型、米香型等。其中,尤以酱香型和浓香型广为流传。但由于酱香型酒的生产周期较长,且对酒发酵的环境条件有着特殊的要求,从市场份额的占领上来讲,酱香型一直只居于一隅。整个酒市场可以说就是浓香型酒的天下。不过随着以茅台为代表的酱香型酒价的“说涨就涨”,以及人们对酱香型酒保健功效的认可,不少酒商转而开始发现“酱香”的好。

“酱香型”酒成“香饽饽”

五粮液集团进军酱香酒市场的动作非其它品牌所能比。早在2000年,该集团就已经开始启动酱香型白酒发展战略。目前其永福酱酒的年产能已达2.7万吨。为了抢先给永福酱酒占据有利的舆论氛围,今年的2月份,五粮液集团特意为该款酒举办了一场品鉴会,邀请包括茅台酒董事长季克良在内的一批中国白酒界权威共同品鉴。

所谓酱香是指酒品具有类似酱食品的香气,酱香型酒香气的组成成分极为复杂,至今未有定论。但普遍认为这类白酒的香气不浓不猛,回味悠长,倒入杯中过夜,香气仍久留不散。此类酒饮后具有不辣喉、不烧心、不上脸等特点,长期饮用还具有保健效果。

身为浓香型酒巨头的五粮液愿意耗时十年来开发酱香型酒,对于整个白酒行业来说,未尝不是酒市未来发展的一个讯号。而不少原来就以酱香型酒著称的酒商也在不断发力,如今年9月份,中国酿酒工业协会正式向四川省古蔺郎酒厂有限公司授牌,认定酱香型郎酒为中国白酒酱香型代表。上个月末,茅台酒集团也紧跟

着发布公告:公司于“十二五”期间将新增2600千升茅台酒生产能力,计划为此投资6.87亿元。其中,固定资产投资总额约为5.93亿元,铺底流动资金约为9409万元,所需资金均由公司自筹解决。

一款与茅台酒同源同源的荣和宽待酒在今年的中秋前夕也正式入驻江苏市场。该宽待酒由荣和烧坊出品,而荣和烧坊本属茅台酒厂,后独立出来,自创荣和牌。在发布会上,该酒业的董事长李敦贵说:“未来的20年,将是酱香型酒的天下!”

酱香酒未来市场份额将提升

江苏省酒类行业协会会长陈国锁分析,酒商们之所以如此看好酱香酒的发展,原因在于:一、经过时间的证明,酱香型酒确实对人体有着一定的保健作用;二、在茅台酒厂的运作下,有越来越多的人开始成为酱香型酒的拥护者。而这几个月来,茅台酒价格连涨几级,其消费群体仍然坚挺,也让很多酒商从中看到了商机。

“酱香型酒未来的市场份额肯定是不不断提升的。”陈国锁说。但是,除了

茅台、郎酒以外的酱香型品牌能否得到消费者的认可,陈国锁则认为“有难度,不过最终的结果还是要看市场”。业内人士认为,很多人之所以喝酱香酒,就是冲着茅台、郎酒去的。这部分人群的品牌忠诚度很高,如果其它品牌的酱香酒定价过高,这部分人宁愿喝茅台、郎酒;如果定价过低,他们也很难为低价格所动。“而如果茅台继续在王子酒、迎宾酒等酒品上下功夫,丰富其整个定价体系,那么其它品牌未来的挑战将更大。”陈国锁说。

从市场现状来看,浓香型白酒的品种和产量均属全国大曲酒之首,全国八大名酒中,五粮液、泸州老窖、剑南春、洋河、古井贡都是浓香型白酒中的优秀代表。不过不容否认的是,酱香酒的市场份额正在不断提升。因为不排除部分原本喜喝浓香型酒的人,在经过一段时间的口感培养后,也渐渐接受了酱香酒,也不排除部分人是出于保健的心理。不过,就市场的现实情况而言,酱香型酒的产能仅占浓香型酒产能的几分之一,短期内,前者很难撼动后者的市场主导地位。

见习记者 竺颖

豆维家主打健康用油品牌

当代医学研究表明,大脑和心血管健康问题已经成为威胁人类健康的主要疾病之一。近期,由世界500强企业邦基全新推出的豆维家慧质植物调和油,就是针对现代人的饮食特点和健康需求,以独到的营养新理念,凭借其“精营养、为全家”的独特配方和品质优势,通过一日三餐,为广大消费者提供源源不断的健康支持。

豆维家慧质植物调和油在生产过程中,特别添加了DHA海藻油。DHA被誉为“脑黄金”,是大脑营养必不可少的不饱和脂肪酸,但是人体不能自身合成,只能通过食物摄取。据相关调查显示,中国人目前人均DHA摄入量严重不足。因此,通过豆维家慧质植物调和油补充DHA,可谓既营养又便捷。另外,该调和油在配方上还特别精选了富含亚油酸、亚麻酸的植物油种。亚油酸、亚麻酸是人体必需的脂肪酸,同样不能通过人体自身合成,只能通过食物摄取。亚油酸有着“血管清道夫”的美誉,对心血管健康有着非常重要的作用;亚麻酸具有帮助人体降低血脂、血压、胆固醇的重要作用。

豆维家慧质植物调和油是邦基公司在中国市场成功推出新鲜大豆油三年之后的又一“精品力作”。邦基公司是世界领先的农业与食品公司,也是全球最大的油籽加工商和食用油销售商之一。据悉,作为产品控制过程中的重要保障部门——邦基(中国)检测中心也落户在南京,并已通过我国国家级的实验室认可。

快报记者 沙辰

统一客服热线: 4006 999 025

www.wolochina.com

新鲜原健康

沃农有机蔬菜 新鲜配送到家

从农场直接到餐桌,沃农为中国家庭提供健康的有机生活方式

- ◇新鲜:每日精选18种时令菜品,当日采摘从农场直接到家,新鲜看得见。
- ◇安全:全程不用化肥农药,0农药0激素,菜品无公害,安全有保障。
- ◇便捷:每周2次配送,限时送达,不需逛菜场,挤超市,健康与轻松掌握。

沃农有机蔬菜配送卡:季卡1690元,年卡6000元

沃农诚招区域代理商加盟合作,共创绿色事业!

咨询电话: 87759801 87759802



新年好礼,尽在沃农

2011年新年将至,沃农为满足节日礼品需求,推出沃农有机蔬菜企业联名配送卡,为员工福利、答谢客户、走访朋友、企业年会等定制与众不同的有机蔬菜生态礼品,让更多的人分享有机!

企业团购热线: 13805155579

沃农 WOLO Organic

中国有机食品宅配服务领军品牌

菜价上涨,直逼“有机”价格

有机菜商表示,暂不会跟着水涨船高

上月末,江苏CPI数据显示,9月份同比上涨了4.6%,创年内新高。其中,食品一直被指是推动CPI上涨的“领头羊”。自“豆你玩”、“蒜你狠”、韩国“泡菜危机”之后,菜价一路上涨似乎成了不可逆转的趋势。有专家表示,“农产品价格的上涨,可能会常态化。”如今在菜场上转悠,人们会发现部分菜价高至八九块钱一斤,都快赶上有机蔬菜的价格了。这倒也使得部分已经长期订购有机蔬菜的消费者不禁暗暗赞叹自己当初明智的选择:“还不如直接买有机蔬菜呢,吃得又放心!”

数据显示,9月份,江苏省八大类消费价格指数中食品类同比上涨8.9%。就9月份的数据来看,食品类对CPI的影响力达到了2.72个百分点,占59%。其中尤其是鲜菜涨得最厉害,全省鲜菜涨了11.5%,近三个月的鲜菜价格已累计上涨32.6%,鲜蛋上涨5.5%。有专家预测,11月份的物价指数还将在高位运行。

事实也的确如此,10月份江苏食品价格上涨价面继续扩大:从食用油到猪、牛、羊、禽类,从米、鲜菜、时令干果到外出餐饮价格,都“涨声一片”。其中,鲜菜价格全面呈现上涨,涨幅在0.3%—55.5%,主副食品价格上涨对江苏餐饮业的影响正在逐渐显现。

记者在走访几家大超市的时候发现,菜价真的涨了许多!一个星期前,土豆价格还在1.8元/斤,眼下已经涨到了3元/斤。四个中等个头的西红柿要6块钱左右,像西兰花、菠菜、菜心、生菜、娃娃菜等常见菜的价格基本都在5.5—6.5元/斤左右,山药更是卖到了9.5元/斤。“这还不止呢!这些菜买回去还得择去烂叶,洗干净上面的泥土,这样算下来,真正能吃的部分的单价更贵!”一位来超市买菜的大妈这样说道。

尽管中国的白菜不可能像韩国的泡菜那样卖出高价,但已有专家直言,随着我国大量人口对于农产品需求的不断递增,以及

农业生产用地的逐年减少,今后农产品价格的上涨可能会常态化。并且由于我国采取的是工业反哺农业、城市反哺农村的政策,这也使得农产品价格的稳步上涨成为增加农民收入的直接之选。

普通蔬菜价格的节节攀升不仅引发了人们“越来越吃不起菜”的感叹,同时也导致了部分订购有机蔬菜的消费者的恐慌:普通蔬菜都涨价了,那么不打农药、绝无污染的“有机”蔬菜会不会也借机抬高价格呢?对此,某有机蔬菜配送公司的负责人明确表示:“不会的!”据悉,近期该公司推出的年卡服务价格6000元,每周配送2次,每次可选总重量不少于5斤的6种蔬菜。“我们的价格一直如此,绝对不会趁机涨价。”该负责人说。

“不如直接吃有机蔬菜了!”记者的一位同事开始算起了账,“一年6000元,一周送两次,每次5斤,这样算下来,每斤的均价在12元左右,跟现在的普通菜价也差不多了。而且还不用自己花时间上街买菜。每次送过来的菜尽管卖相瘦瘦小小的,但是都是实打实的,基本不需要择什么烂叶子。更重要的是,有机菜的菜香,让人吃着就感觉特别舒服。”

“我们家还订了全年的有机鸡蛋,优惠价360元,每个月送30枚,划下来1块钱一枚,跟一般的鸡蛋价格几乎是一样的……”同事说。

见习记者 竺颖

