

法国乐朗获 MACON 名酒赛大奖

酒庄酒系列上市, 稀缺价值引发收藏热

法国乐朗 08 年份的酒庄酒系列上市后, 吸引了很多消费者前来订购。08 年份的乐朗酒庄酒系列获得过法国 MACON 名酒赛等大奖, 据乐朗销售人员反馈的信息, 此次上市的乐朗古堡酒和国王典藏干红数量少, 品质高, 价值稀缺, 除了与亲朋好友分享之外, 作为礼品和收藏也是不错的选择。

□乐乐

10年荣获 30 多项大奖 17 次荣膺权威品牌推荐

法国乐朗是一个有着 227 年历史的酒庄, 位于波尔多梅多克产区, 以酿造高品质葡萄酒著称, 始终保持其典型的梅多克风味, 仅 10 年, 就赢得了 30 多项国际大奖, 17 次荣膺权威品牌推荐, 葡萄酒“圣经”《品酒客》杂志曾多次给予三星最高荣誉, 并授予“酒体丰盈, 果香浓郁, 单宁成

熟细腻, 性格特点极为丰富”这样极高的评价。

除了获得专业性的荣誉外, 乐朗葡萄酒还深受皇室青睐, 社会名流的爱戴, 比利时国王阿尔贝二世、国际影星章子怡等都收藏了乐朗葡萄酒, 章子怡还专程到法国乐朗酒庄做客, 并和酒庄就进军合影留念。

亮相柏林、戛纳电影节 比利时 MAS 开幕礼指定用酒

一直以来乐朗品牌始终服务于高端市场, 在乐朗酒庄被华人买家争相抢购之前, 就销往美国、德国、日本等国家的高端宴会场所, 并被波尔多梅多克葡萄酒广告协会授予 Cru Bourgeois (贵族名庄), 这是法国政府认可的最高荣誉。

收购之后强大的资金投入让品牌焕发出更多的活力, 今年上半年不仅受邀参加了柏林、戛纳

电影节, 还成为比利时 MAS 博物馆开幕礼的唯一指定用酒, 在庆典上, 来自世界各地的 2000 多位贵宾品尝到了乐朗的美味, 博物馆的每一层都有专业的侍酒师为宾客服务, 比利时拉罗区的主席 Kria Pecters、副主席 Geert Bourgeois 非常喜欢乐朗葡萄酒, 不仅举杯合影, 还与酒庄主席东家聊起品尝葡萄酒的心得。



法国乐朗酒庄酒



法国乐朗获 MACON 大奖荣誉证书

链接

原瓶进口 法国传统梅多克风味

为保持消费者品尝到真正的法国原瓶葡萄酒, 乐朗酒庄采取了在法国封装、原瓶运输的方式, 最大程度保证了美酒始终如一的风味, 而且乐朗酒庄的葡萄全部选自 30 年左右的壮年葡萄藤, 不施肥不洒水, 每一颗葡萄都经过 1500 小时日照天然成熟, 酿出的葡萄酒蕴含典型的梅多克风味。此次上市的古堡酒和国王典藏干红是 2008 年份乐朗酒庄系列的两款产品, 每一款酒都附有特别证书和编号, 拥有独一无二的风采。



原瓶装进口葡萄酒 今年上半年同比增 60%

据海关最新的统计数据表示, 2011 年 1—6 月份进口瓶装葡萄酒 (2L 以下) 总量为 10.36 万升, 同比增加 60.2%; 散装葡萄酒 (2L 以上) 进口量为 6.66 万升, 虽然增幅远小于瓶装酒, 但也增长了 18.8%。今年上半年我国葡萄酒的进口量高达 17.02 万升。

法国居瓶装酒进口之首

在瓶装进口酒中, 来自法国的进口量为 4.98 万升, 同比增长 71.6%, 占进口瓶装酒总量的 48%, 进口金额为 2.93 亿美元, 同比增长 123.9%, 占进口瓶装酒总金额的 54.9%。由此看出, 国内消费者对法国葡萄酒的偏爱程度有增无减。法国企业国际发展局 (UBIFRANCE) 的最新报告也显示, 中国是亚洲市场葡萄酒消费的主力军。2011 年上半年, 法国

葡萄酒对中国出口额是日本的两倍。

市场以一线城市为主

统计数据表示, 目前进口葡萄酒消费仍以国内一线城市为主。其中, 上海是国内最大的进口葡萄酒消费地, 其进口的瓶装酒达到 3.74 万升, 同比增长 47%, 金额为 2.14 亿美元, 同比增长 81.6%, 分别占总进口量的 36.1% 和 40.1%。

同时, 随着葡萄酒经销商对葡萄酒文化的推广普及, 进口葡萄酒的消费格局也正悄然发生改变, 内陆一线城市的消费量正在快速上升, 增长幅度已超过沿海城市, 葡萄酒市场正逐步由东向西开始蔓延。1—6 月份, 成都、重庆、武汉、郑州、合肥、长沙等地的葡萄酒进口量均同比翻了一倍。

快报记者 董颖



蓝月亮首推手洗洗衣液

日前, 蓝月亮推出国内首款手洗专用洗衣液, 这是蓝月亮继深层洁净洗衣液、亮白增艳洗衣液之后, 推出的又一款行业领先产品。产品系列化进一步稳固了蓝月亮洗衣液行业销售冠军的地位, 使其市场占有率超过 40%。

据相关数据统计, 中国 90% 以上的消费者存在手洗衣物的习惯。消费者普遍认为手洗更干净, 尤其是针对衬衫的领口、袖

口等部位。而且, 真丝毛类、内衣内裤、婴儿衣物等特殊衣物, 一般只适宜手洗。然而, 洗衣粉不易溶解、难漂洗、伤手, 肥皂易变形、易交叉感染, 普通的洗衣液在使用上存在不容易取液、用量不易控制等缺点。目前市面上并没有一款真正意义上的手洗专用的产品能完全满足消费者手洗的需求。因此, 蓝月亮手洗洗衣液的推出, 无疑是洗涤行业的一次全新的尝试和突破, 它将进

一步改变传统洗衣方式以“皂、粉”为主的格局。蓝月亮手洗专用液具有洗衣轻松、高效、安全、环保的特点, 使用方便、不伤手、护衣、易漂、速溶, 代表着洗衣液未来发展的一个新趋势。自 2008 年洗衣液在洗衣剂市场占比份额仅为 4%, 而到 2010 年年底, 这一比例已经达到 14%, 蓝月亮手洗专用液的市场投放, 更将加速洗衣液取代传统洗衣粉和肥皂的进程。

快报记者 沙辰

关注孕期营养保健 ——美赞臣爱心之旅走进绩溪

9 月底, 美赞臣携手中国扶贫基金会“母婴平安 120 行动”项目, 第六度启动爱心之旅“知识扶贫”, 与医学专家、经销商、爱心人士等一起奔赴安徽绩溪, 向当地贫困母婴捐赠价值 100 万元的婴幼儿营养品, 并带去孕期、育儿的科学营养保健指导。

此前, 美赞臣在参与针对安徽绩溪的相关调查中了解到, 大约 43% 的孕妇受访者只有初中及以下文化程度, 贫困母亲知识的缺乏很可能对下一代的健康成长造成不可逆转的影响。因此, 此次爱心之旅将营养保健指导的扶助范围向前延伸到孕妇群体, 普及科学的孕期营养保健、科学喂养孩子以及应对儿童常见病的知识。今年的“爱心之旅”也保留了历年的医务培训环节, 更特别针对绩溪各级医务人员不同的知识需要, 联合中国医师协会和相关专家, 进行县、乡、村三级培训。

六年来, 美赞臣通过每年一次



的“爱心之旅”, 共捐赠了累计价值超过 500 万元人民币的婴幼儿营养品, 并为六省十地上千名医疗人员提供了专业的培训, 惠及上万名贫困母婴。美赞臣大中华区高级副总裁及美赞臣营养品(中国)有限公司总经理麦杰华先生表示: “作为美赞臣在中国连续开展时间最长、最具代表性的公益项目之一, 爱心之旅一直致力于对贫困母婴物资和知识的双重扶助。希望凝聚更多的爱心力量, 持续帮助贫困母婴, 从而实现我们的使命——为全球婴幼儿提供科学营养, 给他们带来一生最好的开始。”

快报记者 沙辰

李娜昆仑山上演巅峰之约 倡导喝好水提升生命质量

9 月 27 日, 中国高端水第一品牌昆仑山矿泉水与全亚洲首位网球大满贯冠军李娜在北京上演“巅峰之约”——李娜将以昆仑山品牌代言人的身份向中国公众全面推广“喝好水提升生活质量”的健康饮水理念。

昆仑山此次携手李娜, 为李娜提供高品质好水帮助其保持健康状态, 也通过李娜向更多消费者输出喝好水提升生命质量的健康饮水理念, 是实实在在的共赢。

这次签约李娜, 并不是昆仑山在高端水推广战略上的第一次发



力。昆仑山在 2010 年赞助广州亚运会, 紧接着在 2011 年赞助中国网球公开赛、环青海湖自行车赛等大型高端赛事, 高端好水提升生命质量的健康饮水理念正逐渐在国人中普及。

快报记者 沙辰