

# “为安全买单” 成十大消费趋势之首

面对一件商品,给你一个什么样的承诺,你就会毫不犹豫地买下它?近些年,频繁出现的食品安全和质量安全事件让消费者的购买神经变得异常警惕和敏感。尚扬媒介与CIC联合发布的《2013年中国消费趋势前瞻》报告显示,“为安全买单”已成为2013年十大消费趋势之首。



安全消费现已成为消费者日常生活中不可缺少的一部分,消费者开始愿意为了寻求一份安全感而花费更多,例如他们对保险持续升温的热情。与此同时,社会化媒体的发展也加速了消费者安全意识的觉醒以及拉近了消费者与真相的距离,消费者通过这个平台关注并讨论各种安全问题。

由复旦大学研究生创建的“掷出窗外”网可以查询近几年全国各地有毒有害食品记录。该网站的访问量从2011年下半年的26万次激升到2012年上半年的596万次。

有机食品、进口食品开始成为不少人寻求安全的“避风港”。有数据显示,全球有机食品消费量目前正以每年20%—30%的速度递增,欧美、日本等地的有机食品销售量在所有食品中的比例为30%,而我国近年来有机食品的消费市场也迅速增长。2011年底,国家认监委公布数据:国内有机食品的消费量达800亿人民币。

有消费者认为,有机食品“贵”在放心,若真是严格按照有机生产标准生产出来的食品,不

仅营养更高,而且品质也更高。从市场购买情况看,有机食品的消费人群正在发生变化,由以前的高收入人群逐渐扩大到注重保健的老年人、关注孩子成长的父母以及追求原生态和注重低碳环保的“乐活族”。

这与《2013年中国消费趋势前瞻》的报告结果正相吻合,排在十大消费趋势排行榜第八位的是“银发也疯狂”,即调查发现“如今的中国老年人不再像过去‘老一辈’一样守着钱不花,他们对自己的后半生有新的计划和态度,他们愿意花更多的钱来追求享乐和高品质的养老生活”。

购买进口食品,尤其是进口婴幼儿配方奶粉,同样是消费者对食品安全高度紧张的表现。一项来自益索普(IPSOS)的调研统计显示,多于60%的人倾向于购买进口品牌,而一旦发生质量、安全危机事件,70%的人表示不会再购买该品牌。

大多数消费者坚持认为,由于国外针对“食品安全”这一块出台的法律法规更为严格,乃至苛刻,并且对市场产品的检测也较为严格,因而进口食品的安全系数更高。

“即便食品出了问题,随后的召回措施还是会给消费者一个交代的。”坚持给宝宝使用进口奶粉的胡姐这样说道。

不过,她也坦言,现在有越来越多的“假洋鬼子”出现,让消费者很难辨别真假,而且有些国外企业在产品出了问题之后,在赔偿、安抚环节,将国内外消费者区别对待,这让国内消费者很无奈。

如何让消费者买得放心、吃得放心,也正成为不少正规食品企业急需思考的问题。为此,白酒类推出终端真伪查询机、有机食品推出认证系统、奶粉类推出二维追溯条码等,都是在为“放心食品”体系的构建做努力。

目前,白酒安全追溯体系已经开始试点,部分奶企推出根据批号反查生产线之类的线上服务,有的企业开始尝试从情感贴近的角度拍摄产品宣传广告——“我是一名质检员,同时我也是一位父亲”……“民以食为天”,消费者的“安全”需求已消费趋势中的第一信条,公开和分享食品安全信息就应当随之成为全社会的第一要务。

现代快报记者 笪颖

## 千年古都 金陵神韵

——华润雪花《古都南京》新书发布暨赠书活动在南京举办

12月10日,雪花·中国古建筑系列之《古都五书》新书发布暨赠书活动在南京大学举行,本次讲座邀请了清华大学建筑学院贾郡教授,《古都南京》作者段智钧博士对这套书的内容进行了深入解读。

从2009年开始,已连续举办了四届的“雪花·中国古建筑摄影大赛”不仅收获了来自中国各省市古建筑的影像实录,更实现了公众在古建筑保护方面知识上的提升。作为发起方的华润雪花啤酒(中国)有限公司,在过去四年与清华大学建筑学院的“普及与传承——中国古建筑系列活动”的合作中,已投入了1000多万元全力支持中国古建筑的学术研究,相继出版了《北京古建筑五书》《中国民居五书》《中国古代建筑装饰五书》三套丛书。这次的《古都南京》一套五本,其中一本的《古都南京》,通过整理浩瀚的历史文献资料,勾勒



出了2500多年来南京古城建设的轮廓。

在活动的赠书仪式环节,华润雪花啤酒江苏区域公司负责人介绍道:“雪花啤酒一直视古建筑为中国历史兴衰的见证和传统文化的载体。在过去的四年中一直通过摄影大赛、讲座、赠书、展览等形式推广古建筑知识。接下来,除了向社会各界广泛赠书外,还将联合江苏各大媒体和古建筑爱好者,在全省范围内推广普及古建筑知识,为大众了解和欣赏古建筑提供一个方便参与的平台。” 实习生 许薇

## 星巴克遭网友吐槽

日前,星巴克在国内12个城市提价,涉及5个基本款咖啡,价格上涨2元。南京星巴克暂时没有加入涨价行列。据了解,本次价格上涨的地区为天津、大连、重庆、成都、西安等12个城市。涉及的5个基本款咖啡为拿铁、香草拿铁、卡布奇诺、摩卡和焦糖玛奇朵。

这已是星巴克年内第二次提价。第一次提价行为发生在1月份,当时星巴克方面给出的提价理由是“营业成本增加”。对于本次提价,有网友吐槽称星巴克“当咖啡是石油”。

有业内人士分析,星巴克涨价的底气来自于行业竞争不充分。此次提价的时间点正处于国际咖啡豆原料行情下行的阶段。据国际咖啡组织的预测,全球Arabica咖啡豆的产量在2012~2013年度将增加9.3%,其期货价今年已下滑了33%;而另外一种主产地在亚洲、非洲的Robusta咖啡豆自9月底以来在伦敦的交易价也累计下跌12%。星巴克全球首个咖啡种植基地云南的咖啡交易行情同样如此:今年咖啡豆的价格下跌了1/3。

现代快报记者 笪颖

## 健康饮酒,品味高端

# 在水井坊形象店聆听600年美酒“传奇”

在江苏,以南京为例,曾流行过鲁酒、川酒、徽酒等各地方性代表酒品牌。南京饮酒人选择的“多变”,恰恰反映了他们对天下美酒追求的孜孜不倦。随着生活水平的提高、健康意识的觉醒、饮酒理念的升级,近几年,南京乃至整个江苏地区饮酒人的消费选择又出现了新的变化——所选酒品,首先必须是品质过硬的好酒,且能喝得健康;其次该酒品无论从口感,还是外观,都要与现代化社会时尚、高端的追求相匹配;再次,酒品入喉,要能让人在历史与现代的情感穿越中,寻到经典、尊贵与高尚。由此,经百般筛选,来自四川成都的“水井坊”当仁不让地开始成为江苏高端白酒市场的一面旗帜……

据市场销售数据显示,目前江苏白酒市场的消费档次较前两年呈“高端化”发展趋势。尤其是在苏南地区,一些较为重要的宴请场合,现多选用价位在500元/瓶以上的白酒。并且,消费者在选择白酒时,越来越看重品牌的影响力、发展潜力以及酒品的口感与精神体验。水井坊,虽于2000年才横空出世,但由于其酒坊遗址是我国目前首个经过科学发掘的古代白酒酿造作坊遗址,上溯明代,下至今,连续五六百年未断生产,故又被称为“中国白酒第一坊”,在问世后,很快就得到了全社会的广泛认可。近两年,其在江苏市场的表现也是以逐年倍增的速度,被高端人群视为典藏。

水井坊酒是成都白酒文化的集大成者,汲取了古蜀酿酒的精神。“水井坊”这一品牌的命名,来源于1998年全兴集团对位于成都市水井街的酿酒车间实施环保改造时发现的一座大型古代酒坊——“水井坊”。经考古验证,这座古代酒坊历经600余年来从未间断过生产,堪称“中国白酒第一坊”。

“水井坊”当属“国宝”(全国重点文物保护单位)中鲜活的文物。由中国白酒酿造的特性使然,千年老窖万年糟,历经600余年风雨仍

在持续使用的水井坊老窖池中,孕育着其独特的“水井坊一号菌”,这赋予了今日水井坊酒最具有成都平原代表的浓雅浓香酒韵。再配以契合市场消费新需求的“高尚”定位,与曾获得国际莫比金奖的时尚包装,水井坊问世后,成功成为高档白酒消费市场的引领者和推动中国酒文化发展的先行者,塑造了白酒品牌神话。

伴随着江苏区域白酒消费需求的提升,水井坊在江苏市场渐受推崇。不少酒水经销商也开始尝试着探索与水井坊更深层次的合作。有经销商表示:“提起‘水井坊’这个品牌,不用多说,消费者都知道它是川酒的代表之一,也都知道它品质好,是高端酒。现在大家的消费能力普遍提高了,都愿意喝更好的酒!”

从2010年开始,“水井坊形象店”如雨后春笋般出现于江苏各主要城市。统一的门头设计、齐全的一系列酒品展示、细致周到的服务,让消费者对于水井坊有了更全面的接触与认识,同时也有了更便捷、更放心的酒品选购场所。数据显示,截至目前,水井坊形象店在整个江苏,共有40余家,并主要集中在苏南片区。

为何从2010年就开始形象店的终端建设工作,到了2012年末,



本稿图片皆拍摄自水井坊·张家港富盛贸易有限公司形象店 地址:张家港市凤凰镇金谷路11号



在江苏才发展至40余家?水井坊江苏区域负责人金总表示,水井坊形象店的建设主要是为了更直接地为市场服务,在踏实的服务中,用实际行动再次树立水井坊高端形象与良好口碑。“我们对每一家形象店的开设,都有严格的审查与考核,绝非为了让‘水井坊’这三个字布满大街小巷,宁缺毋滥嘛!”金总说。

高端时尚又带着浓郁历史厚重感,是水井坊形象店的共同特点。走进任一家水井坊形象店,水井坊“井台”“典藏”“风雅颂”“梅兰竹菊”“天号陈”等系列产品,必

显著地立于展架之上。除此之外,根据店面的规模,水井坊旗下其他系列酒也会有所展示。与通常看到的品牌专卖店、直营店不同的是,水井坊形象店允许合作商销售其他白酒品牌的系列酒品。对此金总解释道:“这正是水井坊形象店的特别之处。我们采取更包容的态度,愿意整个市场取得共赢。”

在采访中,金总反复强调,开设水井坊形象店是四川水井坊总部的统一渠道部署战略,对每一家形象店的开设,水井坊方面既持审慎的态度,又会给予坚决的支持。“包括形象店门头的设计与装修、

店内销售人员的服务、定期品鉴会的召开等,水井坊方面都会给出大力度的政策支持。我们坚持水井坊形象店服务的长期性、优质化!”金总说。

### 水井坊形象店合作咨询

水井坊、天号陈江苏总代理:  
南京元丰商贸有限公司  
联系电话:025-84517999  
13382779309  
联系人:梅小姐