

洋葡萄酒抢滩国内市场

瞄准巨大潜在市场

行业数据显示,2008年,进口葡萄酒仅占国内市场份额的10%。2011年,这一数据已经更新至25%,且还在扩大中。据易观国际公布的调查数据,预计到2015年,中国葡萄酒市场将达1000亿元规模,届时进口葡萄酒将占到整个市场规模的40%以上。

此外,《中国葡萄酒市场白皮书(2011~2012)》指出,2011年中国人共消费了19亿瓶葡萄酒,已经超过英国,成为全球第五大葡萄酒消费国。而在此之前,国际葡萄酒及烈酒研究组织的报告称,到2013年,中国消费者将消费12.6亿瓶葡萄酒,比2009年增长32%。

各路洋酒来势汹汹

据海关数据,去年我国自欧盟进口葡萄酒29万升,增长5.8%,占进口总量的67.6%。其中自法国进口17万升,增加11.3%,占40%。在法国进口葡萄酒增长的同时,来自智利、美国、新西兰等国的进口量也有不同程度的增长。其中从智利进口葡萄酒6.107万升,

增长40.4%,占14.3%,比重较2011年提高3.2%。从2012年我国进口葡萄酒贸易总量上看,法国依然独占鳌头,占据中国进口葡萄酒市场的半壁江山,其次是西班牙和智利。按进口葡萄酒国家贸易总量由大到小依次排序,分别是法国、西班牙、智利、澳大利亚、意大利、美国、葡萄牙、南非、阿根廷、德国。

瞄准巨大潜在市场

中国市场与媒体研究CMMS数据显示,近几年从全国区域划分情况来看,一线城市是葡萄酒消费的主力市场,饮用率呈现快速增长的势头。而在二三线城市,葡萄酒的饮用增长则相对缓慢。

业内人士分析称,这个结果说明了两个问题:一是一线城市消费者已经开始将葡萄酒纳入自己的日常生活,二三线城市的市场相对并不成熟;二是正是由于二三线的市场空白很多,才使得葡萄酒经销商有更多“可以有所作为”的空间。

业界据此预计,未来二三线城市进

口葡萄酒的消费量均将有明显上升,成为国内葡萄酒新一轮的消费增长点。

据记者了解,目前国内主要的葡萄酒市场集中在北京、上海、广州等一线城市,二三线城市的消费带有风潮性,市场并不成熟。全球葡萄酒市场研究、品牌和策略咨询集团葡萄酒智情公司调查后表示,目前中国约有2000万进口葡萄酒消费者,仅占人口的1.5%。预计随着二线城市的葡萄酒消费者增加,截至2020年,这个数字会增长至8000万人。

业界的推测并非空穴来风,据中国经济贸易促进会副会长、中国土畜进出口商会酒类分会副理事长陈柏龙介绍,专注于进口和销售国际品牌葡萄酒的商贸企业卡聂高正在继续完善国内的销售网络,将逐渐拓展到三线城市乃至周边县。卡斯特在国内最大的经销商建发酒业日前也宣布,计划在未35年内,通过连锁加盟形式在全国开设1000家专卖店。(据《国际商报》)



火腿蒸鸽子

原料:鸽子1只、火腿1块、生姜1片、葱2根。

调料:盐、料酒。

做法:1.鸽子清洗干净,擦干水分,在鸽身上均匀地抹层盐(入味);火腿切片,生姜切片,葱1根打结;

2.在鸽身上均匀地淋点料酒,将火腿片均匀地铺在鸽身上,放上姜片、葱结,移入高压锅中大火烧开转小火蒸20分钟左右(普通蒸锅约需40分钟以上),蒸好取出,抹去葱姜,再撒点葱花即可。(据天天美食)

一次性筷子染黄一杯水 提防一次性筷子被“硫黄熏”

3月17日晚,演员黄渤微博吐槽在饭店吃饭使用一次性筷子的遭遇,引发热议。

“不用一次性筷子不是环保是保命啊。”前晚,著名演员黄渤在微博上晒出一张一次性筷子照片,引发热议。

昨日,食品包装专家表示,正常的筷子因为含有木素,也会泡出略微浅色的黄,但像黄渤照片上泡的筷子极有可能是被硫黄熏蒸过量,务必提防一次性筷子被“药水泡,硫黄熏”。发黑、发黄、有斑点以及太细的一次性筷子别用。

一次性筷子染黄一杯水

前晚,演员黄渤在微博上图文并茂地发出一条信息,吐槽自己在饭店吃饭使用一次性筷子的遭遇,图片显示,一次性筷子泡在水杯中,无色透明的水竟然变成黄色,水面还泛出一层类似油渍的物质。

这条微博立刻引发热议。不到1天

时间里,已被转发超过10多万次。“不看不知道,一看吓一跳”,“以后出门吃饭得自备筷子了。”网友们纷纷评论,还要求曝光那家饭店,有的甚至呼吁国家应严禁使用一次性筷子。

昨日下午,黄渤在微博上再次回应,认为用这种一次性筷子的饭店很普遍,“我们只能做到拒用或少用一次性筷子,环保多一点,寿命长一点”。

专家称可能被硫黄熏蒸过量

昨日下午,国际食品包装协会秘书长董金狮解释称,一般来说,正规厂家生产一次性筷子用的原料是质地较好的木材或毛竹,筷子本身都含有木素,遇水会溶解一部分,水略微变浅黄比较正常,对人体不会有害,但绝不会有像这张照片这么黄的颜色,而所说刺鼻味,很有可能是硫黄的味道。他分析,这样的一次性筷子不排除是被硫黄熏制过,残留量比较大。

据其介绍,按国家规定,竹做的一次性筷子由于颜色略青,允许用食品级的硫黄熏漂白,但要求残留在筷子上的二氧化硫含量每公斤不超过600毫克,而木筷子是不允许使用硫黄熏制的。

董金狮介绍,我国每年大约生产500多亿双一次性筷子,但很多是属于小企业,目前一次性筷子的准入门槛很低,企业并不需要办理前置审批的生产许可证,而一次性筷子生产上市也没有像一次性餐盒那样纳入QS认证准入,市场比较乱。

他特别提醒,一些小作坊为降低成本,使用劣质木材,看上去较黑甚至发黄,有的甚至回收使用过的筷子再加工,用硫黄熏制,双氧水或亚硫酸钠浸泡漂白,甚至削细筷子。另外,一次性筷子也最好在半年内使用,以免发霉产生霉菌或黄曲霉素。(据《新京报》)

忽冷忽热爱感冒 春季火锅好味道

信阳消息(记者 张继疆)春季里开花十四五六,火锅敲门迎上门口。尽管春季讲究饮食清淡,少酸增甘,不适合吃得过于油腻,再加上近期我市气温忽冷忽热,不少市民因此患上感冒而食欲不振。但是记者在我市各大火锅、涮锅店内发现,这里依然是高朋满座,热闹非凡。那么,在春季里吃火锅在选择食材上有什么特殊的讲究呢?

火锅中常常放一些滋补原料,如大枣、枸杞、人参、天麻之类,还可能大量的生姜和辣椒,不妨按照自己的体质来挑选。春季容易上火者应当注意避免“滋补”效用过强的火锅底料,也不要选择鸳鸯锅中漂浮一层辣椒油的红锅。身体虚寒者则比较适合这类锅底,多放葱姜辣椒可以温暖身体。并且春季里面建议您多吃点绿色蔬菜,这样在春季来说是起到非常好的调节作用。

蔬菜含大量维生素及叶绿素,其性多偏寒凉,不仅能消除油腻,补充冬季人体维生素不足,还有清凉、解毒、祛火的作用,但蔬菜不要久煮,否则将失去大部分营养价值及清火的功效。白菜、生菜清爽可口,有清火去腻的功效;冬瓜、笋瓜和黄瓜具有减肥消脂的作用;油菜、鸡毛菜、油菜菜、茼蒿、豆腐、豆尖等都是营养价值极高的绿叶蔬菜,可以帮助人体在吃肉后保持体液的酸碱平衡,还能提供大量维生素C和维生素B2。维生素B和维生素C是一对很好的搭档,我们摄入了充足的维C,这个维C的代谢过程中是需要维生素B的支持。绿叶菜中的胡萝卜素在肉汤中脂肪的作用下,可以被人体充分吸收,对抵抗衰老十分有益。吃羊肉时要搭配凉性和甘平性的蔬菜,能起到清凉、解毒、去火的作用。凉性蔬菜一般有冬瓜、丝瓜、油菜、菠菜、白菜、金针菇、蘑菇、莲藕、茭白、笋、菜心等;而红薯、土豆、香菇等是甘平性的蔬菜。

此外,火锅食材中可选些白莲,白莲不仅富含多种营养素,也是人体调补的良药。加入的白莲最好不要抽弃莲子心,因为莲子心有清热泻火的作用。要放点生姜:生姜能调味、抗寒,火锅内要放点不去皮的生姜,因姜皮辛凉,有散火除热的作用。要点一盘红薯:我们都知道肉类食品是酸性食物,而红薯则是碱性食物,两者进入胃中就可以酸碱中和,尽量使我们的体内保持酸碱平衡。点一盘血,鸭血、猪血均可。血是一种排毒食品,易被人体吸收,对人体非常好。

一些营养的菌汤类火锅也是给大家极力推荐的,不仅符合营养的要求,对身体微量元素的补充也是十分有好处,主要还是我们要吃得尽量清淡,如果说您觉得不过瘾,可以偶尔地放肆那么一两回,但是记得吃点寒性的东西去去火。豆腐味甘性凉,具有益气和中、生津解毒的功效,可用于赤眼、消渴等症,并解硫磺、烧酒之毒。豆腐还有解酒精的作用;豆腐可消渴,是糖尿病人的良好食品。豆腐中不含蛋氨酸,所以可和豆类、肉类一起食用。

最后,吃完火锅后可喝些发酵型酸奶,酸奶既可以保护胃黏膜有一定保护作用,又可促进消化。

新起点、新跨越、新征程



鸡公山酒业2013年度营销启动大会在我市召开

近日由鸡公山酒业举办的“2013年度营销启动大会暨经销商会议”在我市信合中州饭店隆重举行,此次盛会300余名公司员工及部分经销商到场参加,现场气氛十分热烈。

为感谢2012年经销商对鸡公山酒业的支持与厚爱,加强鸡公山酒业员工与经销商之间的交流,增强团队协作、服务意识,提升公司员工的综合竞争能力,

同时答谢全体员工一年来付出的辛勤努力,鸡公山酒业在万物争春之际,隆重举办了2013年度营销启动大会暨经销商会议。

会上,鸡公山酒业董事长朱耀辉作了热情洋溢的讲话,各经销商以及鸡公山酒业工作人员也对2012年市场运营情况作出了总结,同时对2013年工作作出规划,并期望在2013年,公司产品销量大幅度提升,市场规模越来越大,鸡公山酒业营销总监李万山表示公司

的发展离不开各级经销商的努力与支持,同时也离不开公司员工的不懈努力,此次营销启动大会其主要目的,第一,对经销商、公司员工2012年的辛勤工作表示感谢,第二,通过此次会议,把握市场运营方向,与经销商进行全面沟通,以便于更好地服务于经销商、服务于市场。

随后,鸡公山酒业各股东及高层管理者为优秀经销商、优秀员工、部门进行了颁奖,奖品有轿车、购车基金、笔记本、旅游指标等,颁奖过后,部分经销商还将过去一年的市场工作经验作了分享,并表示,他之所以有今天的成就,离不开鸡公山酒业给予的平台以及大力支持。

颁奖环节过后,鸡公山酒业董事长朱耀辉对营销总监李万山进行授营销大旗,这表示新的一年销售任务目标正式下达,随后,鸡公山酒业全体营销工作人员与经销商们共同对接旗进行宣言,并宣布营销启动仪式正式开始。

会议过后,一位经销商告诉记者:“这几年,通过与鸡公山酒业的合作,确实亲身体会到了鸡公山酒业为我们经销商做了很多工作,包括产品结构选择、价格体系的把控、市场如何运作、广告的大力支持、市场人员的用心服务,鸡公山酒业为我们提供了一个良好的市场销售环境,我相信,在2013年,我们的销售量一定会出现新的跨越。”(易续震)