

龙举云兴在龙年

祥龙四五发力中原

□记者 付永奇

本报讯 “祥龙四五酒业今年怎么这么动静，四处都能见到四五户外广告，《大河报》、《周口日报》和《周口晚报》、河南电视台和周口电视台联动，经常都能见到其招商广告。”昨天上午，一位欲加盟四五酒业的白酒经销商向记者咨询四五酒业情况。

据了解，四五酒业具有63年酿酒历史，是中国第一个海外上市的白酒酿造企业，目前正在招商的是其主打拳头产品——四五老窖1949小窖原浆系列。该酒具有七大优势：始创于1949年，具有63年酿酒历史；河南中华老字号；河南省酒业协会豫酒风格研发基地；河南省名牌产品；河南省酿酒行业重点骨干企业；在新加坡证交所挂牌上市，成为河南省首家实现上市的白酒企业，也是我国首个在海外实现上市的白酒酿造企业；其背后的母公司涉及食品、酒店、房地产、投资等多种产业，资本实力强劲，公司拟投资10亿元建造生态白酒工业园项目正在启动。

刚刚被评为“2011周口酒业风云人物”的四五酒业销售公司总经理刘亚平告诉记者，四五老窖1949小窖原浆系列招商火爆的原因有四

点，一是由大师联手、打造核心品牌。公司斥重金力邀国内顶尖白酒品牌设计公司进行包装创意设计、国内最知名的白酒咨询公司进行全面协助市场策划推广、国家级酿酒大师精心调制每一款酒体，可谓集精华于一体，必然成为白酒市场一颗璀璨的明星。二是系统支持、保障经营利润。河南电视台和周口电视台联动，《大河报》与《周口日报》、《周口晚报》联动进行品牌形象宣传和推广；大型城市户外广告、城市街道道旗的密集化覆盖；大型品牌研讨会、酒品鉴会等会议营销推广；地面生动化系统推进，保障品牌传播全面落地；此外还有团购政策补贴、公关赠酒等活动支持。三是标准作业、支持市场运作。统一的四五老窖1949小窖原浆系列的店面形象设计、标准化复制模板；规范店面运营管理制度及运营推广指导；系统化公关团购模式导入，轻松撬动区域市场；规范的市场管理体系，保障品牌持续盈利；“管家式”营销辅导，为加盟商提供专业化的营销团队，进行市场跟踪辅导服务。为加盟者提供专卖店装修补贴及人员工资补贴。四是有卓越团队、专业服务市场。营销团队来自杜康控股、原四五酒业优秀员工以及外聘白酒行业精英人

才组阁四五老窖1949小窖原浆系列核心团队。凭借多年的一线白酒营销经验、丰富的实战市场操作、敏锐的市场意识，优秀的营销团队为客户提供专业、专心的“一对一”的服务，让市场迅速“火”起来！

该公司国家级白酒评委苏新生介绍，四五老窖1949小窖原浆系列采取国内少见的小窖原浆技术，远远领先于国内同级白酒酿造技术。国家顶级白酒专家、酒界泰斗沈怡方评价小窖酿造的优势：“窖池体积小、容糟量不多、糟醅接触窖泥面积大、有利于培养糟醅、提高酒的质量。”苏新生说，四五酒业致力于技术革新，现培育标准的8-9立方米的小窖池1000多个，四大核心工艺，即小曲培菌、大曲续糟、小窖发酵、香醅串蒸，保证了四五老窖1949“醇厚、甘美”的上等酒体风格。

刘亚平说，徐光书记在市委三届二次全会上要求，各级领导干部“工作期间中午一律不准饮酒；晚餐公务招待确需用酒的一律饮用本地酒”。作为周口本地大型老牌的白酒酿造企业，更要加大酒品研发力度，把一流的酿造技术、一流的产品、一流的服务呈现出来，才不负大家对“本地酒”的期望，才能成为周口白酒的代表品牌。

私人酒窖：隐藏的尊贵



国际葡萄酒挑战赛(IWC)评委主席罗伯特·约瑟夫(Robert Joseph)指出：“对一个深深爱恋葡萄酒的人来说，有一座可以藏酒的酒窖，就像喜欢收藏名画的人一样，都会乐在其中且其乐无穷。”

(新华)

“酒”事重提

参加工作近20年，我从不知酒滋味的“新兵”，到“酒精考验”的“老兵”，再到“谈酒色变”的“逃兵”。如今，“酒”事重提，我不禁心潮澎湃、感慨万千。

“酒”场相逢，马到成功。随着人民生活水平的提高和人际关系交往增多，酒成了人与人之间增进感情的重要纽带。十五六年前的一天，我到市里办事，遇到一位多年不见的朋友，他热情地留下从未涉足“酒场”的我；还有一次，我在县里参加新闻宣传表彰会，得了几千元奖金，会后，一些领导同事一个劲地“祝贺”，有的直言让“请客”，我邀大家共进午餐，同志们把酒畅谈、推杯换盏，一桌人开诚布公、相互沟通，关系十分和谐融洽，以后的工作生活中我们和谐相处，共同努力，取得一项项辉煌的荣誉。

“醉酒”驾驶，险出人命。俗话说得好，“白酒是个宝，少喝身体好”；“白酒是乙醇，谁喝多谁晕”。十多年前的一天中午，我受朋友之邀到本县某镇办事，同行朋友热情款待，席间，我们划拳行令、觥筹交错、碰杯敬酒，大有“酒逢知己千杯少”之意。菜过五味、酒过三巡，大家都喝得面红耳赤。饭后，我和朋友骑着摩托车出门办事，本来骑车技术不娴熟，加之饮酒过量、车速过快等原因，当车行至一柏油路拐弯处时，只听“嘭”的一声响，我和朋友飞车掉进一条深沟内……事后听别人说，现场的我满脸是血、昏迷多时，如果“剑走偏锋”撞到路边的一棵大杨树上，恐怕就没命了。

“喜酒”贪杯，丑态百出。常言道：“人逢喜事精神爽”，这句话确有道理，而“喜酒不醉”这句话却有失偏颇。经常在机关上班，加之农村老家

红白喜事较多，受“礼尚往来”人情消费传统观念影响，亲戚朋友结婚生子、开业庆典难免要“赴宴捧场”。印象最深的是一次朋友婚宴，同桌人借“喜酒”发挥，千方百计找借口，相互攀比、豪饮助兴，大家喜气洋洋，喝得忘乎所以。一对新人轮番倒酒致谢，未等热菜端上来，不胜酒力的我已喝得东倒西歪、迷迷糊糊，最后竟不知不觉瘫倒在地。

“酒瘾”难戒，殃及家庭。有道是：“习惯成自然，成癖改变难”。尽管明知少喝有益、多喝有害，然而，一旦入席端杯后，受劝酒人“感情深一口闷、感情浅舔一舔；宁伤身体、不伤感情；酒瓶见水平、酒风看作风”等谬论的误导，几乎每次饭局都经不住酒的“诱惑”，每次喝酒难免要脸红头晕，以至一旦“赴席”家人都恐惧、担心，或者电话响个不停。于是，在酒场上，我也开始“偷奸耍滑”，撒谎举出不能喝酒的若干理由或者干脆当“逃兵”。

其实，酒是个好东西，“无酒不成

席”也确有道理，但饮酒的规则是适量，劝酒也要因人而异。国家“酒驾入刑”的法律、地方“十条禁令”的规定

都给饮酒者敲响了警钟，只有人人养成良好的酒风，于国于家于己都将百利无一害。

(赵永昌)

“我与酒的故事”征文启事

为引导读者建立正确的酒类消费观念，本报举行“我与酒的故事”有奖征文，欢迎读者朋友将生活中遇到的有趣的酒故事、健康饮酒的心得体会、酒类消费与酒文化、与酒有关的糗事趣事等，付诸笔端，与大家分享。

1. 征文内容及体裁：

几个人亲身经历的与酒有关的事与情，无论大小，皆可提笔为文，发给我们。字数在800字以内，散文、诗歌、杂文、故事均可。

2. 征文方式：

电子文档请发送至电子邮箱：zkrb2578@126.com，来信请寄：周口日报社酒水餐饮部 付永奇收。咨询电话：8599376

3. 征文评选：

本报对来稿进行评定并择优在报纸上予以发表，凡文章见报作者及优秀作品作者均可持报社发放的奖品卡到万姓缘领取价值100元酒品一提。颁奖电话：13838638696

广告