

# “禁止自带酒水”将成历史?

专家分析:随着中等收入家庭的不断壮大,自带酒水消费或成主流

本报记者 喻雯

近年来,酒店“谢绝自带酒水”的行规一直备受关注。在日前举办的某酒类论坛上,与会专家表示,未来中等收入家庭消费将带动白酒第三次发展高潮,与此同时,“禁止自带酒水”的行规或将成为历史。对此,记者调查发现,尽管目前部分酒店仍在坚持这一行规,但不少酒店也已不再拒绝自带酒水。



省城仍有部分酒店“谢绝自带酒水”。本报记者 王媛 摄

## “谢绝自带酒水”有的坚持有的取缔

9日,记者走访了省城多家酒店,在大部分酒店都没有看到“谢绝自带酒水”的牌子。二环东路上的山东新梅园酒店、倪氏海泰大酒店、蓝海大酒店等多家餐饮单位的工作人员都明确表示,消费者可以自带酒水,没有限制,不会多收取服务费或是开瓶费等费用。山东新梅园酒店餐饮部高女士称,他们主要是接一些会议宴会和婚宴,“这些宴会一般都在10至30桌之间,如果谢绝自带酒水,大多数顾客

是承受不了的,毕竟酒店的酒水价格相对较高。”高女士称,现在饭店之间竞争都很激烈,为了留住老客户、拉拢回头客,他们还是会尽最大能力迎合客户的意愿。

不过,记者也注意到,部分餐饮单位依然在执行“谢绝自带酒水”的行规,有的虽不明确禁止,但也会通过加收服务费或限制最低菜金消费等手段变相限制消费者自带酒水。

### 酒店精打细算

#### 自带酒水不影响赚钱

取消“谢绝自带酒水”的

行规后,餐饮单位的经营利润会不会受到大的影响?山东颐正大厦餐饮部总监表示,取消“谢绝自带酒水”前后,酒店的经营收入没有受到影响,酒水的利润在整体经营收入中所占比例并不大,4月份,酒店的酒水利润仅占经营收入的19.41%,5月份,酒水利润仅占了17%。所以没有必要在酒水上做出硬性要求。附近的江苏大酒店营销经理王亚楠分析,酒水的利润在经营收入中所占比例在17%—20%之间,他们本身是一家特色餐饮,平时还是依靠菜品来吸引回头客,不会计较酒水是否自带。

倪氏海泰大酒店大堂副理刘女士称,随着高中档酒店越来越多,竞争也越来越激烈,尤其是星级酒店的商务接待和旅游接待消费相比之前,都有所下滑。基于此,不少星级酒店都不会再对酒水自带做限制。

### 专家分析:

#### 自带酒水或成“主流”

在正在举行的糖酒会上,有酒类专家表示:“禁止自带酒水”的行规或将成为历史。盛初营销咨询有限公司总经理柴俊分析,白酒的发展经历了三个阶段,上世纪90年代初,白酒主要是以家庭消费为主,价格集中在100元以下。1998年以后,白酒出现了“两头大”的现象,一头仍然是100元以下的家庭消费,另一头就是以政府官员、公司宴会等消费为主的客户,白酒消费都在500元以上。随着中等收入家庭的增多,他们将引领白酒第三阶段发展的高潮。在未来发展的20年中,中等收入家庭对白酒的消费将逐渐成为主流,同时,由于中等收入家庭的增多,这部分人喜欢自带酒水消费。“在今后发展中,哪些酒店能够允许顾客自带酒水,就能抓住主流人群。”柴俊称。



糖酒会开幕当天,一些参展样酒已销售一空。

本报记者 赵伟 摄

## 这个参展商真精明

### 一边卖红酒一边卖家具

本报10月10日讯(记者 邢振宇 马云云) 糖酒会今天开幕,各大参展商纷纷低价甩货。10日,记者在红酒馆一个展位看到,参展商不仅在甩卖红酒,还在打折甩卖展位家具,打算空手回家,这一下就可节省数千运费。

“红酒五折、火烧木家具八折”。10日下午,在温莎堡酒业展区,记者看到,展位内的每一个家具上都贴上了标价,酒推车2000元、塔柜32500元、吧台16150元……众商家都在甩卖红酒,唯独此处甩卖精美的家具,吸引了不少参观者驻足观看。

上午刚开幕下午就把展位家具都卖了?青岛温莎堡酒业市场部部长郭燕向记者解释说:“我们特装展位主要想营造一种酒窖的风格,所以从青岛把这些家具运了过来,仅运费就花费了2600多元,为了节省运费,我们便想到了甩卖,空手回家。”

附近参展商看到如此“别出心裁”的想法,纷纷感叹同行的精明。有人表示,展位因有火烧木家具显得非常高贵,提升了红酒的品味,甩卖以后不仅节省了运费,对这个品牌家具也是一种形象宣传,可谓一举多得。

## 自己推销的酒 自己也要买上两瓶

本报10月10日讯(记者 赵伟) 随着糖酒会进入倒计时,部分参展商开始大力甩货,众多市民到糖酒会上淘便宜酒,就连前来充当礼仪小姐的大学生们也在离开时疯狂了一把。

10日上午,记者在济南国际会展中心绍兴师爷酒展区看到,展区工作人员在前台推销各种酒,前来购买的市民也是络绎不绝。一位工作人员介绍,从中午开始,展区的师爷酒一经开始甩货,就吸引了很多市民前来购买,现在已经销售了80%,估计很短时间就全部能售完。

除了前来买酒的市民,还有十多名礼仪打扮的大学生们也加入了购买队伍中。来自山东外事翻译学院的张培培说,她们学校一共来了20名大学生,这六天都在为绍兴师爷酒推销,今天是最后一天,刚刚结算完工资。“既然参加了一次糖酒会,不能不带点东西回去啊。”张培培就想买几瓶酒带回家。“这几天一直推销师爷酒,有了感情,就挑了6瓶便宜的酒带回家送给亲戚。”在张培培带动下,和她同来的其他学生也纷纷拿出工资为家人买酒,20名大学生每人至少买了2瓶。

## 不拍展馆和美女 专拍各种酒瓶子

设计人员糖酒会上找灵感

本报10月10日讯(记者 赵伟) 为了从众多商家展示的酒文化中找到灵感,一市民来到糖酒会找灵感,一口气拍了100多张照片。

在济南国际会展中心,记者注意到一名女士一直拿着相机拍个不停,她的目光不是对准风情各异的展馆,也不是漂亮的礼仪小姐,而是各参展商展出的奇

形怪状的酒瓶子。记者询问得知,这名女士名叫赵艺,来自北京一家科技公司,专门负责推出各种酒品。“你看,这些品牌的酒设计非常奇特,特别是外包装和酒瓶的设计,风情各异,简直就是一件件艺术品。”赵艺说,她此次来糖酒会就是为了寻找创意,目前,她已经拍了100多张酒瓶照片了。



糖酒会现场,参观者如潮涌一般。据统计,本届糖酒会专业参观者超过10万。

本报记者 周青先 摄

## “总舵手”何继红评价糖酒会

# 济南糖酒会突破“双十万”

本报10月10日讯(记者 邢振宇 马云云) 10日,在糖酒会新闻发布会上,全国糖酒会办公室主任何继红对本届糖酒会给予高度评价,表示本届糖酒会在展馆面积、专业参观者两方面实现“双十万”的突破。何继红认为,2005年全国糖酒会首次落户济南,成交额创历史新高。今年糖酒会再会济南,通过5年不间断的学习和经验积累,本届糖酒会在接待能力、服务水平、组织体系等方面都做得非常

出色。“作为糖酒会操办人,我非常满意,看着国际馆外籍客商脸上的笑容以及签订的合同,证明糖酒会的目的已经达到了。”何继红说。

“今年糖酒会启动了两个场馆,给组织和办会带来一些难题,我们接待工作人员数量比往年翻倍,每一个场馆都要有同样数量的人员做好服务,压力很大。”何继红说,济南市政府在接待、服务等方面做了大量工作,并在两个场馆之间开通了班车,参展商持证即可免

费乘车,参展商对此都很满意。

本届糖酒会成绩如何?何继红表示,本届糖酒会实现了两个“十万”的突破,即展馆面积突破10万平方米,专业参观人数超过10万人,“目前成交情况还没有统计出来,但超过百亿一点没问题。”

“糖酒会何时能再次落户济南?”这是济南社会各界普遍关心的问题,很多人甚至希望糖酒会能永久落户泉城。对此,何继红表示,糖酒会在哪

儿举办主要看主办方的态度以及每个城市举办糖酒会的愿望。“我非常喜欢山东,尤其喜欢济南,山东人好客,热情,很实在。”何继红补充说。

何继红表示,济南硬件建设基本满足了糖酒会的需要,不过随着会展规模的不断扩大,对展馆需求不断增加,未来发展硬件建设应该还是第一位的。在加大硬件建设的同时,也要加大软件建设,最好应该有一个真正能够指导济南会展业发展的专业机构。