

枣庄提高二手车准入门槛

国四标准以下旧车禁入枣庄

C03 聚焦



机动车“黄绿标”
昨起开始核发

11月1日,枣庄市实施机动车环保检验制度在台儿庄运鸿驾校启动。目前,枣庄共有十条环保检测线,其中有4家正式运营。据枣庄市环保局工作人员介绍,对于机动车车辆的检测,将有一年的时间作为缓冲。自2013年11月1日起,环保部门和交警部门将会上路检查,如果没有环保标志,将会受到一定的处罚。

本报记者 李泳君 摄影报道

C03 聚焦

◆今日看点◆

32人进入
县级干部考察名单

C02 主打

社保跨省转移
只需轻点鼠标

C04 城事

1米6长的头发
1600元卖了

C07 滕州新闻

编辑:李婷婷 组版:冯龙

今日C01-C08版

告诉你一个真实的帝豪酒

——帝豪酒“大参观”感想

前一段时间,帝豪酒厂举办了一场声势浩大的“封藏大典”活动,引来不少人的热议和好评,近期,又举办了一场“大参观”活动,分批分次持续性参观,不少单位都组织了人员去参观。

作为一位普通消费者,本人有幸也参加了这场“帝豪大参观”活动。亲眼目睹了白酒的酿造全过程,庞大的地下窖藏和神秘的恒温水藏等,亲身感受到了一个与传说中完全不一样的帝豪酒。在这里,不妨与大家分享一下自己的参观感想。

参观很震撼,

与之前想象的很不一样

首先,没想到的是,位于枣庄市西环开发区的帝豪酒厂,竟然发展成这么大的规模,是一家占地面积很大的大型酒厂,漂亮崭新的办公大楼拔地而起,大门敞亮大方,厂内干净开阔,人来车往,充满了一派生机,与去之前想象的很不一样。

参观者来到窖池车间,眼前是规模庞大、蔚为壮观的窖池群,每个池子里都装满了酿酒的原料(用大米、高粱、玉米、小麦、大麦“五种粮食”按比例配制好的发酵物),用

塑料布盖着。蒸酒车间位于两窖池群中央,4口大蒸锅散发出热气腾腾的酒糟味,工人师傅一边堆调原料,一边均匀的向蒸锅内铺料,不时有阵阵酒香的味道飘来。从蒸锅内流出的是原浆酒,尝一尝,度数很高,一剑穿喉的感觉。这些原浆酒要放在“地下酒窖”内封藏,经过一段时间的老熟沉淀,然后科学调配,才能正式饮用。

这正是我所说的下一个参观环节——地下酒窖。来到“地下酒窖”参观时,大家顿时露出了惊讶的目光,感到不可思议。大量的宜兴紫砂大酒缸和酒窖被埋入地下4米深的地方,缸内盛满了原浆酒,窖口用水密封好,打开之后,浓郁的原酒香味便飘散开来。大家从未见过如此神秘壮观的“地下酒窖”,纷纷好奇地询问其中的奥秘。

紧挨着“地下酒窖”车间的是“恒温水藏”储酒工程。据说,这也是帝豪的“全国首创”。紫砂酒缸被藏在水池底下,水利万物,至善至柔,恒温水藏,去杂成醇。

最让人叹为观止的是,帝豪酒厂刚刚竣工的号称“目前山东最大规模的地下窖藏中心”,这是一个气势壮观的“地下窖藏”工程。当参观者走进地下4米深的庞大“地下酒窖”时,仿佛走进了一个神秘诡异的地下洞穴,在柔弱的灯光照射

下,紫砂大酒缸横竖成行,整齐排列,蔚为壮观。其中,一排排的小酒坛已经被人签名封存,放在恒温大地窖里代管收藏,让其越陈越香,并随时可以来取。

“这就是在电视上看到的那个地下窖藏中心,真没想到这么大,这么有规模!”,“帝豪确实有原酒储藏能力!”……参观者在惊叹之余,无不被身临其境的现场环境强烈感染,产生了心灵上的震撼。

随后参观的是帝豪酒厂的灌装车间,现代化的包装流水线和科研勾调中心等,一切都与本人想象的不一样,完全是一家正规的大型白酒生产企业。

对“帝豪传言”的一些感慨和看法

以上是本人所看到一个真实的帝豪酒厂,与人们在社会上议论的“工厂不冒烟,厂内没窖池,都是酒精勾兑的”很不一样,简直是大相径庭。目前,社会上有人说帝豪酒“勾兑酒”的传言很多,什么“一年到头不见酒厂购买粮食”,什么“一年到头没见过酒糟,闻过酒糟味”,什么“帝豪酒喝了上头”等等。我不知道,这些言论都是从哪儿来的?言论传播者到过酒厂吗?

喝过帝豪酒吗?

其实,还是中国的老理儿说的好:“谣言止于真相”。帝豪酒厂敢于让各界消费者前来参观,说明了一切。在当前白酒竞争越来越激烈的大环境下,对于地产品牌来说,能坚持纯粮酿造的不多,敢叫消费者来酒厂参观的也不多。试问,如果没有真材实料,没有硬件设施,没有一定规模和实力,拿什么坚持纯粮酿造?又拿什么给消费者看呢?今天的消费者是这么好忽悠的吗?还有人,“帝豪大参观”是在“作秀”,做做样子给人看。其实,帝豪能天天作秀吗?能做一辈子秀吗?做成一辈子了还叫“作秀”吗?

如果说,当今社会真的是一个“大秀场”,那么,“作秀”是需要实力和资本的,只要能“秀”到消费者心理去,“秀”的让老百姓不反感,而又得到实惠,就不是“作秀”,而是“优秀”。其实,纵观当今中国白酒产业,地产酒拼的既是人脉关系,更是人

品和实力。“没有金刚钻,不揽瓷器活”,一家立志做大做强的地产企业,是不敢轻易得罪和欺骗“低头不见抬头见”的当地消费者的,反而是谨小慎微,如履薄冰。

反过来讲,我们的当地消费者,也需要有一定的是非观念和地产情结,尽量呵护和理解地产品牌,不要轻易负面传播和诋毁一个地产品牌。在你没有亲自看到一个“真实的帝豪酒”之前,不要轻易的认为“外地的月亮比本地圆”。如果说,提出“爱枣庄,爱家乡,爱帝豪”可能有些突兀,但是,我们也不妨拷问:枣庄能有多少知名企业,多少知名品牌?又能有几个“中国驰名商标”呢?刚刚获得“中国驰名商标”的“帝豪”,难道不是给我们枣庄经济增添了一道光彩、传递了一些“正能量”吗?

(一位普通消费者)

