

2019年十一黄金周菏泽消费市场数据出炉

60家重点监测企业揽金2亿多元

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 崔如坤 通讯员 孟庆乾

8日,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者从菏泽市商务局获悉,今年国庆黄金周期间,菏泽市消费市场呈现平稳增长态势,各类消费品市场供需平衡,主要商品销售秩序井然,商品价格相对平稳较为实惠。

60家重点监测零售企业黄金周揽金2亿多元

10月1日至7日,菏泽市重点监测的60家零售企业节日期间实现销售额21192.4万元,按同口径比较,同比增长2.17%;14家餐饮企业实现营业收入1023.6万元,同比增长2.14%。重点监测的商品中,粮油食品类商品销售4324.6万元,同比增长2.14%;饮料烟酒类商品销售3452.2万元,同比增长2.31%;服装类商品销售2312.3万元,同比增长4.97%;金银珠宝类商品销售1306.6万元,同比增长2.45%;家用电器类商品销售1857.4万元,同比增长1.7%;其他类商品实现销售额7939.3万元,同比增长1.41%。节日期间全市各种商品供应充足,没有出现异常现象。

各大商家精彩促销消费市场运行稳定

黄金周期间,全市各大超市、商场、商品市场大力营造喜庆热烈、文明有序的节日氛围,开展了形式多样、丰富多彩的促销活动。各大超市普遍采取了海报宣传、让利销售、现场演示等促销手段。各家居建材市场抓住秋季家庭装修高潮,纷纷开展打折、买送、抽奖等促销活动,优惠额之高、优惠面之广近年少有。节日期间绝大多数商场、超市、连锁店、餐饮企业,均不同程度的延长了营业时间,方便了居民消费。在各类促销活动带动下,金银珠宝、家用电器、通讯器材、秋冬服饰、家居建材等商品全面热销,消费结构升级趋势明显,销售业绩稳步增长。

消费结构升级市场热点更新

休闲化、时尚化、高档化和多样化依然是节日居民消费的主要特征。服装、金银珠宝、数码信息产品等商品销售呈现较快增长态势。粮油、副食品、土特产品、民俗商品等销售红火。节假日期间,探亲访友聚会明显增多,带动食品销售增长。各种名烟名酒、营养滋补品、节日礼品、休闲食品、地方土特产尤其好销。

餐饮行业火爆网络消费增加

各旅游景点游客增加,商旅互动明显。各大饭店抢抓市场,纷纷推出了价位不同、各有特色的正餐、小吃,方便游客消费,拉动了餐饮消费兴旺。面对市场形势的变化,各大餐饮酒店积极向中低档转型,适应大众消费,也更注重服务与品质。推行线上销售等模式,十分受青睐。各大商场内也综合了餐饮文化,购物之余可休闲饮食,使餐饮企业更有生命力、更有发展潜力。

国庆假期,菏泽市道路客运发送旅客68.6万余人次

本报菏泽10月8日讯(记者 周千清) 10月8日,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者从市交通运输局了解到,国庆7天小长假期间,菏泽市交通秩序良好,道路交通基本通畅,全市道路客运累计投放运力15756辆次,共完成旅客发送量68.6301万人次。

据悉,为确保国庆黄金周旅客运输工作安全有序,菏泽市交通运输局提前安排部署,组织安排对全市各重点客运站场区、主要公路、高速公路出入口进行了集中检查和巡查。在客流发送高峰期,运管部门及各运输企业、各有关单位做好各项检查督导工作,随时关注客流动态,同时,加派一线工作人员,加强现场秩序维护,加开客运班车,在人流较为集中的地方安排专人疏导,维持交通秩序,密切配合,使客流高峰

平稳、有序渡过。黄金周期间,全市交通秩序良好,各种运输方式组织有序,旅客运输及时,道路基本通畅。

据统计,10月1日至7日,菏泽市道路客运累计投放运力15756辆次,其中包车1082辆次,定制客运车辆85辆次,开行33120个班次,其中加班266个班次,共完成旅客发送量68.6301万人次,较去年同比下降约20%。

城区公交方面,9月30日到10月7日,菏泽城区公交完成总发送量108.49万人次,同比增长22%。其中,单天最高是10月7日,完成发送量16.03万人次。

国庆期间,城际公交公司根据客流出行实际,适时增加机动运力,合理调整班次。共发送班次11193班,完成乘客发送量32.04万人次,日最高发送量为4.92万人次。

传承工匠精神,助力鲁酒振兴发展

2019花冠集团第十八届中华储酒文化节隆重召开

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 李德领

金秋十月,举国欢庆,以“为祖国干杯”为主题的2019花冠集团第十八届中华储酒文化节正式拉开了帷幕,10月7日,星光璀璨,大师云集,来自社会各界的嘉宾、媒体记者近万人齐聚花冠集团,共同见证中国白酒界这一盛事,感受花冠人的创业历程和奋斗精神。

星光璀璨 精彩纷呈 多项活动助力文化节

据悉,第十八届中华储酒文化节期间举办了各类活动。10月5日,花冠鲁雅香以10001瓶鲁雅香瓶储年份酒排列出最长的中国酒列队,成功打破世界吉尼斯纪录,为第十八届中华储酒文化节的开幕打响第一枪。

随后举办为新中国庆生升旗仪式;金贵酱酒战略发布会暨瓶储私藏酱酒首发仪式;瓶储年份酒灌装启动公证仪式;国花庄品牌全球发布会;国花酒庄澳洲红酒馆开馆仪式;冠群芳·柔酒大师一柔动齐鲁大师之道暨中国大师精神高峰论坛;首届杰作粉丝汇;新名酒之约等活动。这些重磅活动的举行,不仅展示出花冠各销售公司的实力,也体现



出花冠产品全国化道路的引领,犹如深水炸弹,必将在业界引起不小的震动。

储酒节的晚会现场精彩纷呈,著名歌唱家蒋大为演唱的《牡丹之歌》《我和我的祖国》,著名青年歌唱家刘和刚演唱的《麒麟》《梦的花冠》,将晚会现场气氛推到了高潮。花冠集团的新宣传片《大美花冠》,让观众了解到全新的花冠集团。巨野宣传片《大美巨野》,更是让观众看到了巨野这一方沃土正在齐鲁大地上快速崛起。

薪火传承十八载 打造行业“第一节”

酒是陈的香,是数千年来中国人对白酒的基本认知。为了酿造一瓶极致佳酿,自2002

年起至今,花冠集团开江北储酒文化先河,把“储酒工艺品质文化”、“九九重阳节庆文化”和“感恩许愿文化”合三为一,举办盛大的中华储酒文化节。

十八年来,参加储酒仪式的各界名流、嘉宾、消费者等累计超过五十万人次;十八年来,中华储酒文化节累计储存高品质酒近5万吨,为鲁雅香新品类积累了宝贵的原酒资源;十八年来,中华储酒文化节传承酿酒传统,弘扬储酒文化,成功塑造了新名酒最重要的价值与品质表达方式之一。麒麟之乡菏泽巨野,因为花冠集团十八年的坚守,又新添了“中华储酒文化之乡”新名片。这是花冠人用智慧和汗水铸就的最宝贵品牌IP资源,是花冠集团最耀眼的光环。



历经18载的坚守,中华储酒文化节无论从节日性、文化性、规模化都堪称中国白酒发展史上最伟大的储酒盛事。中华储酒文化节引领了中华储酒文化先河,不仅是花冠集团最闪亮的金字招牌,更弥补了中华白酒文化在储酒节日上的空缺,推动了全国白酒储酒热潮,在中国白酒发展史上描绘了浓墨重彩的一笔。

栉风沐雨六十载 奋斗成就新价值

花冠自1958年建厂至今,从最初的一个县级酒厂,发展成为集白酒主业板块,葡萄酒产业板块,金融投资产业板块和以房地产、印刷为主的其他产业板块四大事业发展格局于

一体的大型企业集团,一跃成为鲁酒领军企业,主动担当起振兴鲁酒重任。

回眸花冠61年的发展史,花冠人迈出了凝聚着拼搏与进取的“三大步”,即以产品品质塑造花冠品牌、以品类创新提升花冠品牌价值、通过“新名酒工程”战略实现花冠品牌高价值,实现了花冠品牌的高价值。

目前,花冠集团现有员工3600余人,其中,中国白酒大师1名,国家级白酒评委8名,国家级果酒评委4名和省级白酒评委16名,专业技术人员216人,技术和科研实力雄厚;白酒主板块建有酿酒发酵池1.3万个,年产优质粮食酒2万吨,储酒能力达13万吨,10条现代化罐装生产线,是山东最大的优质粮食酒生产和储存基地。