

# 恢复堂食，酒类销售渐火

□记者 张五阳 文/图

本报讯 昨日是我市恢复堂食的第七天，无论是街头饭馆，还是餐饮酒店，仿佛老百姓都铆足了劲儿地“野性消费”。随着餐饮行业的火爆，记者了解到，作为朋友小聚和职场、生意场的必备之物——酒类，其销售情况也随着恢复堂食逐渐火爆起来。

## 疫情防控前后，酒类消费冰火两重天

8月26日是我市恢复堂食的第二天。当晚9点，在市区园林路与凌云路附近的一家酒吧内坐满了聚会的年轻人。

“终于恢复堂食了，快憋坏了，马上要到外地上学了，赶紧出来跟朋友们聚聚。”今年刚考上重庆某大学的小陈一脸笑容。他告诉记者，眼瞅着快开学了，但由于疫情原因无法和朋友们一起聚会，得知恢复堂食的消息后，他第一时间联系了朋友出来聚会。看着朋友们，小陈十分高兴：“今天非常开心，晚上不醉不归！”

离小陈不远的另外一桌上已经放满了啤酒，今年28岁的小李告诉记者，今天约了4个好朋友出来聚聚，庆祝恢复堂食，联络一下感情。“视频喝酒没意思，还是出来聚有氛围。”小李说。

据该酒吧老板王先生介绍，接到恢复堂食通知后，第一时间就安排了人手打扫卫生、准备食材、更换酒水等。当晚大多是年轻人聚会，仅酒水类消费就突破两千多元，销售最多的是洋酒与啤酒。

王先生说：“防控期间，经营非常困难。酒吧不如饭店，属于场景性消费场所，从



恢复堂食后市区一家餐饮店里坐满了人

今晚情况来看，目前酒水类消费还是很火爆的，后面一些酒吧里也都坐满了顾客。从以往经验判断，火爆时间可以持续至10月中旬。”

8月28日晚7时，记者沿市区园林路西向东走访时发现，沿街大多数饭店里都坐满了顾客。在一家面馆内，今年37岁的魏先生与朋友张先生两人正在对饮一瓶白酒。魏先生说，花50元买瓶酒，一边喝，一边同朋友唠唠家常、聊聊工作，比闷家里强多了。

园林路上的多家烟酒店老板也表示，随着饭店消费火爆，最近白酒、啤酒消费情况明显好转，虽然整体经营情况仍有些困难，但还是对下半年报以希望。

## 酒商咬牙坚持，备战中秋节市场

8月30日上午，市区诚朴路与东风路交叉口附近一白酒专卖店的老板李先生刚从厂家进了100箱白酒。他告诉记者，马上中秋节了，不备货不行。又要打款又要交

房租，还有水电费、人工费，随着白酒销售旺季的到来，再难也要坚持一下。

李先生说，今年生意不太好，白酒一个劲儿涨价，房租、水电费、人工费也都在涨。上半年是白酒淡季，怕压资金不敢多进货，还没反应过来，疫情防控又加上汛情，上半年几乎荒废了。随着堂食恢复，顾客订酒电话也多了起来，之前的囤货短短几天就已经出光了，他就又给厂家打款，再备些货，迎战中秋节市场。

市区园林路一家烟酒店老板彭先生告诉记者，别看他的店小，存货不多，但压力一样不小。好在最近买白酒的顾客很多，好的时候，一天能出个10箱。彭先生认为，白酒销售和餐饮行业密不可分，餐饮行业可以带动酒类行业整体销售。

记者通过走访得知，随着恢复堂食，白酒整体销售迎来了一波反弹。另外，随着传统节日和白酒旺季的到来，咬牙坚持的白酒经销商以及烟酒店老板也备足了

货，准备冲刺第三、四季度。

## 整体酒类形势向好，两个月内有望恢复

“本来上半年就属于酒类淡季，加上今年突发因素较多，又是疫情又是汛情。但以目前情况来看，酒类销售整体形势还是会随之好转的，第一是下半年白酒类旺季的到来；第二是各种节日的到来，如中秋节、婚庆季、春节等；第三是酒厂会推出各种政策。两个月左右时间，酒类销售有望恢复到之前的水平。”市酒业协会副秘书长刘岳辉认为，今年上半年，因一些突发因素，整体酒类销售受到了一定影响。但是，随着下半年传统酒类旺季的到来，知名品牌酒类企业率先恢复并带动整体的酒类消费，通过活动以及优惠政策调控，给经销商信心，冲刺第三、四季度销量。

刘岳辉说，希望我市酒类经销商以及酒类商家尽快调整状态，积极迎接旺季到来。

## 精酿啤酒与普通啤酒有何区别？

### 1.原料不同

精酿啤酒一般只使用麦芽、啤酒花、酵母和水进行酿造，没有任何人工添加剂。其麦芽含量更多，啤酒花更多，所酿造出来的麦芽汁浓度更高。

普通啤酒为了节约成本，会将部分麦芽用大米、玉米、淀粉等取代，所以酿造出来的啤酒麦芽汁浓度非常低，口感自然比不上精酿啤酒的浓郁。

### 2.发酵工艺不同

精酿啤酒采用艾尔工艺酿造，发酵的过程把控十分严格，其室温需要严格控制在10摄氏度至20摄氏度。发酵完成以后无需进行过滤和杀菌。

普通啤酒的酿造工艺和精酿啤酒恰好相反，采用的是拉格工艺酿造。酵母发酵温度一般控制在10摄氏度以下，发酵完成以后需要进行过滤和杀菌，这样做是为了增加啤酒的保存时间。

### 3.发酵时间不同

精酿啤酒最少发酵两个月。而普通啤酒都是批量生产，发酵的时间一般都在一周左右。

### 4.度数不同

精酿啤酒因其酿造工艺与原料的不同，酒精度比普通啤酒高，且丰富的二氧化碳使得人体吸收得更快，因此喝精酿啤酒醉得更快。

(张五阳 整理)



资料图片



## 酒类“外卖”，方兴未艾

□记者 张五阳

本报讯 8月29日，市民小张通过App订购了两箱啤酒，短短20分钟时间，啤酒就送到了小张手里。这让小张惊叹不已：“现在配送员可以直接送酒到家，真是连酒都可以‘外卖’了。”近日，记者通过走访得知，这种新的购酒、售酒模式已经在我市悄然流行，仅需通过小程序，简单几步即可下单，然后免费送酒到家。

选餐、下单、配送到手，餐饮企业这套外卖流程已经被大多数人所认知。对于大多数人而言，购买酒类商品，还是传统的进店挑选、货款两讫、拿货走

人。然而自今年8月开始，我市几家酒类销售平台纷纷推出了自己的小程序，不仅可以在短时间内免费送酒上门，且配送时间到凌晨1点。这类服务一经推出，就受到市民特别是年轻人的追捧。

以某商家购酒平台为例，记者进入小程序后看到，平台上的酒类已经被分好类别，洋酒、白酒、啤酒、红酒样样都不少，且价位相比较之下，有些产品略低于市场价。在主页面上还有减免优惠券和秒杀活动。在产品页面上，对于该款酒的产地、介绍、酒精度、如何饮用等，连图带文介绍得非常详细。而记者所做的仅仅是输入电话、

地址，下单等待送酒即可。

一家经营购酒平台的老板王先生介绍，他的平台主要以价格和配送服务赢得青睐。不同于餐饮企业的外卖，平台要收费、配送要收费，最终这些附加费用还是消费者买单。但是自有的购酒平台不一样，配送是自家店员，平台上销售的都是价格亲民的口粮酒，主打的是服务与性价比，且全市开有多家实体店，有什么问题顾客也可以直接去店里。

“这是传统销售模式与新销售模式结合的一次尝试。不同于传统销售模式，这种新模式更偏向于消费者。”市酒业协会常务副会长李亚伟认为，出

现的新销售模式不同于天猫、京东之类的传统电商，需要等待2至3天，市民才能通过快递拿到货品。本地平台是我市在疫情之下，商家自救的一种体现，是传统销售模式的延伸，因为这种模式一般要有实体店。现在传统酒类销售有两种情况：消费者有认识的烟酒店，直接打电话订购指定的酒水品牌，要求配送至指定地点，但这种情况由于出货量小，关系不是特别好一般是不配送的；进店听烟酒店老板推荐购买。新销售模式其实打破了这个情况，消费者直接以图文了解酒的所有信息之后再决定购买，决定权在消费者手中，加上免

费送货上门等服务，以此来吸引消费者。

李亚伟介绍，目前这种模式还有几个弊端：一、白酒类偏少，这是因为大多白酒厂家依旧是以传统渠道为主，造成了平台上多数是开发酒或者比较冷门的白酒品牌。二、真假酒难以辨别。三、高端产品不太多，因为主要面向的还是年轻人，也就注定了目前高端产品销售困难。四、限制了部分人群，因下单必须使用智能机，就排除了一部分的消费者。总体来看，我市出现的酒类“外卖”，短期内只能是实体店的延续，但这种模式在未来可能会成为发展的方向。