

## 休闲·综合

曾经横行的“纸螃蟹”：  
别再犹豫了，快到百姓的碗里来

□记者 吴彬 实习生 杨笛

秋季正是吃螃蟹的好季节，今年，曾经一度“疯狂”的“纸螃蟹”不再趾高气扬，转而亲近起普通老百姓的餐桌。

市场需求缩减  
“纸螃蟹”艰难前行

“纸螃蟹”指消费者先期购买的大闸蟹提货券，待蟹上市后凭券兑换大闸蟹。前几年，“纸螃蟹”风行一时，洛阳市场上每年都有新的“纸螃蟹”主营店开业，然而今年行业形势不容乐观。

在洛龙区一家“纸螃蟹”主营店，操着苏州口音的顾老板说，今年9月以来，蟹券几乎没有卖出去，这是他始料未及的。大闸蟹最怕热，今年苏州天气炎热，大闸蟹减产，进价水涨船高，经营成本压力增加。往年蟹券消费主要靠单位团购，“现在到店里买蟹的主要是居住在附近的市民。百姓消费通常每次买6只到8只螃蟹，总体销售情况很不乐观”。问到明年的打算，顾老板苦笑不语。

据业内人士称，去年洛阳市区的“纸螃蟹”主营店有十几家，今年至少减少了一半，不少店主都是因为市场发生变化而放弃了今年“纸螃蟹”的经营。



## 利用网络、快递开发潜在客户

洛阳晚报记者在采访中发现，不少经营“纸螃蟹”的商家都在试着将大闸蟹送上普通老百姓的餐桌，如推出买蟹赠吃蟹工具和调料或根据购买量进行阶梯式打折活动、参与餐饮团购活动等。我市一些经营状况较好的商家则从最初就针对百姓消费推出了一些新举措。

洛阳蟹都汇大闸蟹全国连锁机构经理杨清华说，以前他们主要经营“纸螃蟹”，其中单位团购占了较大份额，很少能照顾到散客。今年，他们针对百姓消费主推380元和600元的蟹券，且灵活经营，只要蟹券未消费完，就不限次数和时间；推出“若无蟹黄或蟹膏，即使

煮熟也包换”的服务承诺；免费送货上门，货到付款、提供刷卡服务等。

同时，他们大力开发郊县潜在客户，与顺丰速递合作，确保新鲜的大闸蟹能在第一时间送到顾客家中。另外，他们拓宽经营渠道，充分利用网络进行宣传，市民只要在百度上搜索“洛阳蟹都汇”，就能找到他们，打一个电话，很快就能吃到新鲜的大闸蟹。这一系列措施赢得了大量的普通消费者，即使今年市场遇冷，他们的营业额与往年相比也没有下降。

另一名经营者说，目前许多同行都在尝试通过各种办法向老百姓推销大闸蟹，至于效果如何，还要看市场反应。

## 看戏品酒中大奖

□记者 吴彬

22日晚在新区歌剧院，2013“董酒·懂戏·懂天下”梨园春名家擂主中原巡演精彩上演。台上，豫剧名家大腕儿不断掀起高潮；台下，被抽中座位号、得到董酒奖品的幸运观众喜笑颜开。

当晚，新区歌剧院座无虚席，不少观众是一家三代人同来看大戏。除了李树建、虎美玲等中国戏剧梅花奖获得者外，杨莉、谢宪笙、李春景等《梨园春》明星擂主的演出令戏迷大呼过瘾。此外，小品《回门》情节精彩，令人忍俊不禁；5岁的李宗书和12岁的连小爽的表演大方可爱，不愧是《梨园春》少儿明星擂主；二人转表演让观众见识了演员转动11斤重大手绢的过硬功底……

每当台上的精彩告一段落，台下又高潮迭起。在现场的抽奖环节中，舞台上的电子屏幕滚动显示每名观众的座位号，随机被抽中的座位号即是幸运号码，坐在座位上的幸运观众即可根据奖项的不同分别获得价值1199元国密董酒2瓶、价值668元国密董酒2瓶、价值258元红色经典2瓶、价值158元新贵董酒2瓶以及精美礼品等。每到这时，观众都手持戏票，睁大眼睛，期待自己的座位号出现在屏幕上，希望能抱回奖品，收获开心。

当一曲《手捧董酒敬亲人》响起时，多名礼仪小姐端着托盘来到观众中间，将美酒赠给观众品尝，顿时满场酒香弥漫。

数千箱杜康酒发往加拿大、新加坡，受到当地华人欢迎  
漂洋过海 酒解乡愁

市商检局对杜康酒进行抽检 晓杜摄

□本刊记者 杨飞

谁说河南白酒只能耕种河南的“一亩三分地”？谁说河南白酒走不出家门，走不出国门？记者从洛阳杜康控股有限公司获悉，该公司生产销售的一批杜康酒日前分别发往加拿大、新加坡，让众多海外华人也能如愿以偿地喝上中华传统美酒。

9月6日，以绵柔杜康、老杜康为主的数千箱杜康酒，在洛阳杜康控股汝阳生产基地顺利通过洛阳市商检局商检之后，陆续发往加拿大和新加

坡。这已经不是杜康酒今年第一次大规模出口海外市场，上半年该公司还曾向英、美、西非及澳门、台湾等地区大批量供货，并保持良好的合作关系。

事实上，印有“洛阳杜康控股有限公司”字样的杜康酒涉足海外市场，是从2012年开始的。在短短一年多的时间里，以酒祖杜康、绵柔杜康和老杜康为主的杜康出口产品，以其醇厚、绵甜的口感和厚重、悠久的历史，受到海外华人的追捧。其中，仅去年同批发往美国市场的绵柔杜康、酒源和酒祖杜康12个区的货款就有267万元，被

纽约的《综合新闻》杂志誉为“最能寄托华人乡情的中国酒”。

如果要说起杜康出口的历史，最早可以追溯到上个世纪八九十年代。当时，一度远销日本、美国等数十个国家和地区，仅伊川杜康的年出口额就达到365万美元。

杜康缘何能取得如此骄人业绩？

“主要是杜康拥有无与伦比的品牌基因。”杜康控股总经理苗国军解释说，尤其杜康代表的根源文化，与海外华人寻根拜祖、思乡念家的情结不谋而合，使得他们更加认同杜康、热爱杜康。

据记者了解，正是基于上述独特的品牌基因，因此，从去年开始，杜康就率先中国酒业启动白酒文化全球行活动，向海外推介中国白酒文化以及中华传统文化等，目前已经先后在新加坡、韩国等举办，未来将陆续挺进泰国等市场，并拓展更多的海外市场。

“放眼河南白酒行业，唯有杜康是没有疆域限制的品牌，也是最有希望更快走向全国甚至走向全球的豫酒‘金花’”。河南省酒业协会人士分析说。

酒水广告统筹  
杨飞 15978623881赞助郑州史上最大篮球联赛  
宋河出手  
焉能不“最”

□杨黎明

9月20日，“郑州市第二届房地产行业职工篮球运动会暨2013社区篮球联赛”第三场比赛在天明路卡丁城篮球场举行，该比赛由郑州市房地产行业工会联合会、郑州市住房保障和房地产系统工会委员会共同主办，于9月7日启动，为期三个月，是郑州史上最大篮球联赛。

据悉，本次联赛共历时3个月，分为社区组、中年组、企业组三个类别，共有68支球队参与，是郑州市历年来规格最高、影响最大、参与人数最多的一次社区篮球运动活动。开幕式活动结束后，社区篮球联赛举行了首场比赛。

社区篮球联赛作为一场社会公益活动，它为生活在一起的居民们提供了一个增进相互了解、强健体魄的平台，这也与宋河一直所主张和倡导的健康饮酒方式不谋而合。豫酒第一品牌宋河成为本次活动的唯一指定用酒和奖品赞助商。