

进口啤酒旺季促销硝烟四起

□ 徐明明

立夏已过，炎热的夏季即将到来，啤酒消费旺季也悄然来临，“满30减5元”、“买立送”、“限时抢购”……随着啤酒消费旺季的到来，一场大规模的啤酒价格战拉开序幕。

笔者近日走访商场发现，与往年不同的是，一直“居高临下”的外资啤酒竟然放低身段，主动促销降价，通过对中端市场发起猛攻，显露出在今夏抢占更多国内市场的野心。这一现象表明，此前在中端领域兼具市场和渠道优势的国内啤酒企业正面临着前所未有的危机。

销售旺季拉开价格战

笔者走访泉城几家进口超市发现，除了以往每年各啤酒企业采用的口味创新等方式外，今年啤酒促销更“实在”，甚至连外资啤酒企业，也首度开始大幅降价。

“现在厂商大搞促销，除受啤酒厂商开发的各类新品等因素影响，还有一个原因就是想抢占先机，现在把货铺下去，销售旺季就不愁卖了。”



了。”多年从事啤酒销售的王先生说。人工、运输等费用增加后，许多消费者都觉得今年啤酒价格会涨，从目前情况看，今年啤酒企业促销已比往年提前，因而今夏啤酒价格和去年相差无几，个别品种可能比去年还低。对于消费者而言，促销战意味着能得到更多实惠。

“与往年比，今年啤酒促销战起码提前了一个多月，往年一般从6月份开始，今年才进入5月，这些啤酒品牌就已经实施啤酒促销计划了，并且促销力度也比往年大，尤其在一些啤酒的高

端产品上，折扣力度与之前八折九折相比，今年的折扣会一低再低。”一位超市酒水区负责人张经理表示。

洋品牌插足中端市场

一些致力于打造中高端产品的国外啤酒也纷纷插足促销降价的“战场”，它们挤压了具有价格优势的国产啤酒的市场空间，成为国产啤酒的最大对手。例如，柏龙、凯撒等国外品牌已经在

部分市场出现了降价的促销活动。

笔者在泉城一家高档超市发现，威斯麦、博金、喜玛仕等国外品牌还推出了低价位的瓶装啤酒。其中，原价18元/瓶的柏龙低醇小麦啤酒，现价14元，原价11元/瓶的瓦伦丁黑啤，现价9元，原价15元/瓶的威斯麦啤酒，现价只需9元。“之前在卖场大多是国内品牌参与促销活动，现在进口、中外合资啤酒品牌也开始按捺不住了。”超市酒水负责人表示。

国产啤酒“压力山大”

一些进口啤酒在国内纷纷推出低端产品，开始走平民化路线和高端路线并行的道路，这一举动让很多国产啤酒品牌倍感“压力山大”。

“虽然高端啤酒是啤酒行业未来发展趋势，但是中低端啤酒是现在啤酒行业的消费重点，不排除这些低端的进口啤酒抢占市场份额的可能性。”山东省啤酒工业协会的一位负责人表示，外资啤酒进入中国市场的阻力在于市场和渠道，其优势主要在于品牌影响力、产品品质和管理水平三个方面。因而，对于外资啤酒向中端市场倾斜的问题，国产啤酒需要做的是向高端构建的产品结构调整，未来啤酒行业的趋势就是双方对攻市场。

互联网理财失守5% 银行发售高收益理财产品

银行反攻 市民理财忙“搬家”

□ 王婧

自从余额宝和理财通等互联网理财产品相继推出后，在省城工作的王小姐便会把每月工资转到互联网的理财账户上，每月也会根据收益率高低在各种理财产品中腾挪资金。但近日王小姐发现互联网理财的收益率不断下降，而银行理财产品的收益率却相对较高，“现在银行推出的很多高收益的短期保本理财产品很诱人，我决定将部分资金赎回购买银行的理财产品。”

事实上，这样的例子在近期并不少见。银行理财产品的平均预期收益率从春节后开始持续下滑，与春节前遍地都是6%以上的理财产品相比，近期预期收益率达6%以上的产品明

显减少。据银率网数据库统计，4月30日在售的非结构性人民币理财产品共343款，其中预期收益率超6%的银行理财产品仅36款，在售理财产品的平均预期收益率为5.43%。

最新数据显示，截至5月5日，天弘“余额宝”年化收益率5.02%；微信理财通“财富宝”年化收益率4.91%；京东“小金库”年化收益率5.30%；百度百赚年化收益率5.36%。除了收益降低，不少产品在赎回、转账和消费等方面也没有以前方便了，“许多产品都设置了当日赎回的限额，有的还设定了赎回时间，如果急用钱就很不方便了。”投资者李先生说。

相比而言，近期银行发售的“五一”专属理财产品的平均预期收益率相对较高，14款

“五一”专属理财产品的平均预期收益率达5.68%，其中4款产品的预期收益率超6%。中国工商银行理财经理谢志伟告诉笔者：“刚过去的‘五一’已成为银行推出理财产品的好时机，可以将不少市民的资金重新拉回银行，谁都想看着自己的收益天天涨而不是天天降，这也算是为年中的揽储大战提前做准备。”

与此同时，中行、工行、兴业银行、平安银行等近期都推出了自己的类“宝宝”理财产品，与互联网公司纷纷延长到账时间相反，银行则利用自己资金雄厚的优势，纷纷推出当天赎回当天到账的服务，投资门槛也迅速降低至最低一分钱。中信银行还推出了申购赎回全自动理财产品，账户里的钱可以自动转成理财产品，需要用时又可以转到账户消费，而预

期收益率能达到活期存款的十几倍。

笔者在一家银行看到，理财经理会主动向购买者介绍相关产品的收益和风险。“这是我们银行自己发行的理财产品，不是代售的第三方理财产品，它的风险等级较低，但它在产品类型上写着非保本浮动收益型，最差的情况是本金亏损到零。”理财经理告诉笔者：“若不主动提示风险，不是专业人士的话，很难想到本金可能亏损到零。”

“如果收益率都差不多的话，还是会选择银行推出的理财产品，感觉银行更有保障。许多互联网产品在信息的揭示上还是很不够的，到期写不清楚，具体怎么操作也不清楚。”许多投资者和专家均表示，互联网理财在风险提示和透明度上都需要改进。

传统文化辅导

渐成课外培训新亮点



□ 姜庆志

随着家长对孩子课外辅导的重视，课外辅导班也呈现出遍地开花之势。据统计，济南市场大大小小的教育学校将近五百家，多数以文化课和艺术课辅导为主。近期，笔者走访中获悉，传统文化课程逐渐成为了当下课外培训市场的新亮点。

根据教育部网站4月1日公布的《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》，今后中国将把中华优秀传统文化教育系统融入课程和教材体系，增加中华优秀传统文化内容在中考、高考升学考试中的比重。据了解，指导纲要明确要求分学段有序推进中华优秀传统文化教育，分别针对小学阶段、初中阶段、高中阶段和大学阶段提出了具体的教学目标。要求在中小学德育、语文、历史、艺术、体育等课程标准修订中，增加中华优秀传统文化内容比重。

“‘传统文化’是指文明演化而汇集成的一种反映民族特质和风貌的民族文化，是民族历史上各种思想文化、观念形成的总体表征。是祖先代代传承下来的经典，几千年来从未超越的最智慧、最优秀、最有价值的财富。”启儒学校冯怡宣校长说，“济南有主打传统文化牌的亲子机构，有零零散散的传统文化培训班，可就是缺乏统一、正规的传统文化夏令营。”

市民刘女士有一个12岁的儿子，在学校曾参加过一次穿汉服诵经的活动，此后儿子便对中国传统文化产生了兴趣。“我和丈夫对传统文化知之甚少，讲的多半是一些民间习俗。今年暑假，儿子说想要体验传统文化的夏令营，可咨询一圈后发现济南没有这样的活动。我觉得很有必要增加一些关于‘传统文化’教育的课程。让孩子了解更多中国传统的文化。”刘女士说。

采访中，冯校长告诉笔者，学生在学习中得到的不仅仅是分数，更重要的是文化素养的修炼，目前大多数家长往往重视的是分数，忽视了孩子们应该具有的传统文化。“传统文化”课的开办一定程度上使学生能够了解更多的中国传统文化，在不久的将来，传统文化教育将会让更多的人从中受益。

涵思泉



第十届中国艺术节 指定饮用水

首届济南泉水节开幕式 指定饮用水

世界好水看济南

泉城好水涵思泉



自喷天然弱碱性泉水

天然弱碱 泉水



济南涵思泉水业有限公司 地址：济南市工业北路开源北首路西（鸿腾实业院内）订水电话：0531-5888888