

精酿啤酒 从高端化迈向大众化

张瑜宸

不知道大家有没有注意到,除了超市、饭店、小酒馆,精酿啤酒开始越来越多地出现在夜摊、路边,并成为消费者的新“桌宠”。所以,当精酿啤酒开始无处不在时,会改变现有的啤酒行业格局吗?在回答这个问题之前,我们先来看一组数据。

6月初,美团发布了 2023 年酒吧指南。数据显示,今年以来,“精酿酒馆”相关搜索量同比去年上涨 320%;在京东超市“618”开门红 28 小时,精酿啤酒消费热情也迎来爆发,成交额同比增长 160%。尽管目前中国精酿啤酒市场销量占比并不高,但是经过长周期的发展,中金公司预计,2025 年精酿啤酒市场规模(销售口径)将达到 1342 亿元,占整体啤酒市场规模的 17.2%。

显然,精酿啤酒的消费潜力还有待释放。毕竟“野蛮生长”的背后,是更加多元的消费需求与丰富的场景体验在赋能。

对此,中国酒业协会秘书长兼啤酒分会理事长何勇曾分析指出,消费升级带来消费结构转型,促动啤酒市场结构和产品结构加速转变,啤酒消费正在从价格到品质、从大众化到个性化、从社交分享到个人享受、从豪饮到自酌等多个层面发生根本转变。

但不容忽视的是,因为精酿啤酒没有相关法律法规及国家标准做约束,发展至今,虽然品类已迈入高速发展的上升通道,但品质仍是参差不齐,行业乱象丛生。

“如果只是精酿两个字,它可以下沉到每个村。但是啤酒工业要完成从淡啤酒工艺向精酿啤酒工艺转变,这个需要漫长的时间来完成。”北京圣雄品牌策划有限公司总经理邹文武在接受记者采访时指出,目前所谓的精酿,严格意义上就是字面上的精酿,远没有达到真正国外精酿的水平。并且国内淡啤酒工艺已经完成了长期的市场教育,虽然精酿啤酒在不断发展 and 涌现,但不会彻底改变中国啤酒市场。

“国产啤酒工业是奠定在淡啤酒工艺基础上的,要想改变整个产品线,国产啤酒工业必须完成全面的颠覆,这个基本上短期内很难完成;另一方面,口味的认同教育也需要时间,已经形成的口味和口感,是很难在战略上完成颠覆的。再说,啤酒工业的变革,不是一些小企业或者精酿馆就能完成的,如果没有领军企业参与,也很难真正实现。”邹文武如是说。

结婚周年纪念

盖增鑫先生与刘冬梅女士于公历 2023 年 07 月 29 日结婚 2 周年。特此公告。

敬告亲友,亦作留念。愿白头永偕,桂兰馨。

2023 年 07 月 29 日

结婚启事

杜举鹏先生与吴关慧女士于公历 2023 年 08 月 06 日正式结为夫妻。

特此登报。

敬告亲友,亦作留念。

2023 年 07 月 29 日

结婚启事

段纪元先生与程睦心女士于公历 2023 年 5 月 16 日正式结为夫妻,百年好合。

特此登报。

敬告亲友,亦作留念。

2023 年 7 月 29 日

践行名酒战略 赋能高品质生活

2023 首届“大唐秘造杯”高尔夫邀请赛收杆

■ 馨文

2023 首届“大唐秘造杯”高尔夫邀请赛日前在东莞观澜湖利百特球场收杆。大唐酒业常务副总裁余新敬、大唐酒业品牌酒事业部总经理赵杉、大唐酒业市场部总经理陈波等领导共同出席本届赛事。

以匠心坚守接轨高端圈层 大唐秘造赋能高品质生活

比赛当天,多家媒体记者抵达现场进行拍摄、采访,全程参与此次赛事的新闻报道。大唐酒业常务副总裁余新敬接受媒体采访时表示:“大唐酒业一直倡导与健康同行的高品质生活理念,我们以蓄人、蓄心的精神和精细化酿造的工艺,为高端圈层、高级品位的成功人士酿造高品质酱酒。同时,我们也积极传播健康理念,倡议更多的人适量饮酒、科学饮酒。主办“大唐秘造杯”高尔夫邀请赛,正是大唐酒业践行这种理念的一次全新实践,也是

深度融合高品质酱酒与高品质生活的创新性举措。我们希望以高尔夫球运动为载体,链接高端圈层,共同定义高品质生活方式。”

“大唐秘造一直坚定不移地践行名酒战略,精细化酿造实力赋予大唐秘造名酒的品质底气,品牌化运营实力夯实大唐秘造名酒的市场底气。”余新敬副总裁在谈到大唐秘造品牌发展战略时还强调了三个聚焦:一是聚焦核心大单品,锚定千元赛道重拳出击;二是聚焦核心圈层,达成品牌影响力的精准传播;三是聚焦核心客户行为改变,最大限度提高市场响应机制”。

在随后进行的激烈比赛中,一道道优美的弧线在天空中划出融合了自然风景和竞技之美的绚丽画面,传递着高尔夫球运动的优雅与自信。120 位参赛的精英球友和著名企业家全程专注,潇洒挥杆,在如诗如画的绿茵球场上,在白日艳阳的沐浴中,收获了诸多赛场荣誉和竞技乐趣。

作为高品质生活的象征,高尔夫球运动将体育锻炼融入绝佳的自然环境当中,兼具时尚优雅和竞技之美。此项运动对专注、技

术、毅力和战略等要素的要求极高。出色的高尔夫球运动员唯有日复一日地坚持练习枯燥的挥杆动作才能创造出令人惊叹的成绩。

大唐秘造作为高品质酱酒的代表,集中国酱酒核心产区茅台镇的各种自然资源禀赋于一身。从优质原粮的自种自供,到制曲秘方的独创独享,再到烤酒、品评勾调、储酒的精细化执行,每一个环节都是茅台人千年传承,大唐人匠心坚守的智慧结晶,每一滴酒都是从大自然当中提炼而来的精华。

以匠人之心雕琢品质生活之美是高尔夫球运动的真谛,这与大唐秘造匠心坚守,赋能高品质生活的价值理念不谋而合。打一杆好球,是竞技之美的愉悦体验,品一杯秘造,是岁月之美的蓄心馈赠!

高端品质令人久久回味 秘造金顶收获如潮好评

当天举办的颁奖晚宴现场,从古典雅致的场地布景,到尊贵专享的唐风着装,再到清音雅

韵的唐风走秀,每一处细节都体现着大唐秘造品牌对高品质生活的极致追求。而亮相颁奖晚宴现场的是大唐酒业旗下的核心大单品——大唐秘造·金顶。该款产品循天时、遵古法,在国家级酿酒大师曹大明和国家一级品酒师罗吉洪的亲自把控下,甄选高品质原粮,独创制曲秘方,严格执行酱酒的精细化酿造工艺。

大唐秘造·金顶酒体丰满,酱香、陈曲香突出,幽雅怡人、回味悠长,空杯留香达 56 小时以上。晚宴现场,120 位著名企业家与精英球友身处山林晚风间,细细品鉴大唐秘造·金顶,于推杯换盏间,从“色”到“香”,再到“味”,切实地感受着大唐秘造·金顶的高端品质,并纷纷点赞。他们表示:“大唐秘造的品牌理念和品牌文化令人印象深刻,秘造金顶也是让人喝过一次就久久回味,后续将持续关注大唐秘造。”

2023 首届“大唐秘造杯”高尔夫邀请赛虽已完美收杆,但系列赛事已然拉开序幕。大唐秘造致力于让更多人感受到高品质酱酒与高品质生活相交融的独特魅力,领略到追求极致品质,不断破圈升级的大唐精神。

解密文化档案 探源中华文明

国窖 1573 与《博物馆之城》第二季携手

■ 吕俊岐

探源中华文明,由国窖 1573 独家冠名的北京卫视文博探秘类文化互动真人秀《博物馆之城》第二季持续热播中。国窖 1573 与《博物馆之城》第二季携手,剖析中华文明的起源历程与发展脉络,解密中华文化源远流长的基因密码,开启了一场跨越时空的中华文明溯源之旅。

本季《博物馆之城》由国家文物局、中国文物学会指导,北京广播电视台和北京市文物局联合出品,节目从中华文明的“连续性、创新性、统一性、包容性、和平性”五大特性展开,以考古为发端,以“溯源文明”为核心,探源导师、中国文物学会会长单霁翔将带领探源团和北京卫视一同开启探源之旅,中国社会科学院学部委员、历史学部主任、中国考古学会理事长、曾任中华文明探源工程首席专家的王巍也将作为探源导师鼎力加盟,每期节目还将有广受观众喜爱的飞行嘉宾加入探源团,共同踏上探源旅程。

从中华简牍破译“秦汉密码” 以植物考古探源中国农耕文明

“如果不从源远流长的历史连续性来认



识中国,就不可能理解古代中国,也不可能理解现代中国,更不可能理解未来中国。”在首期节目中,探源团从有着近百年历史的湖南博物院出发,并通过湖南益阳兔子山遗址、湖南省文物考古研究院逐步解密了简牍保存过程,显微镜式展现“活”文物、“活”历史。通过聆听考古专家讲解简牍上文字的故事,探源团了解了战国到西晋时期跨越 500 多年的历史,这也印证简牍文明体现了中华文字明显的演进过程,更是证明中华文明的源远流长、博大精深的载体之一,启迪了大众对于文化传承和创新的思考。

破译简牍“密码”之后,节目又将“探源”聚焦中国农耕文明。探源导师单霁翔带领队

员来到了位于北京通州区的汉代路县故城遗址集结,开启了农业探源旅程。这一站,探源团从日常生活中最普通的五谷开始,走进鲜为人知的植物考古工作现场,亲身体验植物考古的浮选工作,在显微镜下挑选东汉古人的粮食作物。

在中国农业博物馆,探源团从 2000 余年前的直辕犁、耒耜,到 1200 余年前的曲辕犁,再到“实践八号”育种卫星返回舱,感受了跨越千年的“中国智造”孕育和延续着璀璨的中华文明。探源团从土地、种子出发,体验古人的耕作方式,感受从种植到收获的过程。从种子的浮选到显微镜下的识别筛选,从耒耜播种再到水田插秧体验,探源团在汗水和劳作中深刻理解到“粮食来之不易”的道理,也从文物的“前世今生”中,感受了农耕文化在历史中的变迁与传承。

探源中华酒文化 国窖 1573 携手《博物馆之城》

从中华简牍到农耕文化,《博物馆之城》第二季通过沉浸式考古让更多人了解了中华文明发展的历史脉络。近日,节目组又走进酒城泸州,开启了一场中华酒文化探源之旅。单霁翔、

王巍带队探源团走进泸州老窖博物馆,深入了解泸州酒史,聆听 1915 年中国白酒首次走出国门并斩获国际金奖背后的故事,近距离感受泸州老窖名酒发展历程,并探访 1573 国宝窖池群,感受中华酒文化的独特魅力。

事实上,飘香千年的中国白酒文化也是五千年中华文明孕育的文化瑰宝,是世界认知中国的最佳媒介之一。国窖 1573 作为《博物馆之城》第二季独家冠名品牌,是中国白酒鉴赏标准级酒品,由 1573 国宝窖池群和泸州老窖酒传统酿制技艺“活态双国宝”酿造,极具中国历史文化底蕴。

作为我国现存建造早、持续使用时间长、原址原貌保存完整的古窖池群落,1573 国宝窖池群是与都江堰并存于世的“活文物”,持续酿造 450 年,至今仍在为人们的生活提供价值,是珍贵的“活窖池”。699 年的泸州老窖酒传统酿制技艺不断代传承 24 代,是名副其实的“活技艺”。“活态双国宝”代代传承至今,在泸州老窖国窖人的匠心守护下历久弥新。国窖 1573 的深厚文化底蕴和“让世界品味中国”的使命与《博物馆之城》第二季探源中华文明、讲好中国故事的主旨高度契合。共同推动更多文物的“前世今生”为大众所熟知,让“活文物”的光芒照亮更多人。

让党建在生产一线生根发芽

■ 曾明亮

近年来,伊力特实业股份有限公司酿酒三厂党支部用好活用“党建+”模式,坚持党支部工作与生产经营工作相融互促,深挖资源优势,激活发展潜力,通过支部带动、群团参与、部门联动,实现党建工作由“被动”向“主动”,“输血”向“造血”,“单打独斗”向“融合发展”的转变,走出了支部就是一座堡垒,一名党员就是一面旗帜的新路子。

“杨书记,下午的主题党日活动和普法会议,酿酒车间的张胜利要请假,他上中班,又是行车间工,一步也走不开。”“杨书记,今天制曲中心正在给入库曲定等级,几位党员和职工代表也不能来会场参加了!”作为一个生产经营单位,酿酒三厂党支部包括来自酿

酒三厂与制曲中心不同岗位,奋斗在生产一线的 250 余名干部职工。而“二班倒”的工作时间,让生产一线的岗位不能离人,很多党员、职工群众也因为客观原因无法集中参加组织活动,这样的工学矛盾,基本每周的党员集中学习会议上都会出现,如何提高党员和职工群众参加组织活动的出勤率?

“既然他们没空参加,那我们就把学习内容送到车间里去,与党员职工并肩作战,支部活动一个都不能少!”面对一线党员不能及时参加组织活动的情况,酿酒三厂支委班子几经讨论,决定以长期开展“普法进车间”的形式,把组织学习落到生产线上,让“党建生产经营一盘棋”的理念在一线生根发芽。

自 2022 年下半年开始,支部书记杨奎与支委成员走进生产一线,利用生产一线班组

党员干部、职工群众晨会、中午休息等时间一起学习,让大家在车间里觅初心,课堂里学知识,解决车间一线岗位的党员、职工群众因工作原因无法参与组织活动的难点,达到工学两不误、学用相促进的良好效果。

就这样,党支部把第一议题制度、普法小课堂、党员集中学习等组织生活内容一步一步搬进了各个车间班组,搬到了生产一线,由会议室里的“排排坐”变成了车间里的“围着坐”。

“原来党员也能讲述属于自己的故事?职工群众也可以?真期待以后的党内学习、活动都能够这样长期开展!”在酿酒车间、党员学习室,一场场属于他们的“私人订制”党课轮番上阵。

2022 年,支部以“支部一品牌一特色”创建活动为契机,积极打造了以“向创新要安全、向创新要效益、向创新要质量”为理念的“红色

先锋·匠心筑梦”党建品牌。在创新品牌驱动下,支部带领群团积极开展“示范岗”、师徒徒、节能减排、技改等工作,单位出酒率明显提升,各等级酒产质量同步提升,白酒整体纠偏目标实现。同时,粮食出酒率、等级酒品率产质量逐年提升,粮食出酒率同比增长 10.2%,一级酒品率同比增长 98.1%,二级酒品率同比增长 14.9%。另外,支委班子成员带领技术人员改造升级基础设施,助力酿酒生产提质增效。对全厂 8 个班组进行窖泥更换、窖池改造等技改提升工程,促进了酿酒班组产、质量提升。其中,酿酒 14 班、酿酒 16 班,一级品率提高 16.17%、15.72%,粮食出酒率提高 2.26%、1.19%。党建品牌的开展及应用,大幅提高了生产能力,员工收入稳步增加,降低了劳动强度,提升了工作效率,为企业安全生产注入强大动力。

癸卯年

公益广告

低碳节能 绿色出行

让都市生活多一些绿色,多一些畅通,多一些健康,因为建设绿色森林城市是我们共同的愿望……