

淮海经济区首届糖酒食品交易会举办

■ 唐慧轩

日前,为期三天的淮海经济区首届糖酒食品交易会暨徐州酒水食品年货消费节活动圆满落幕。活动现场人气火爆,在酒水、食品各展位前,人流络绎不绝,这场超值、超嗨的年货盛宴,为繁荣徐州新春消费市场注入了新动能。

本次活动是淮海经济区酒水、食品类行业首次举办的大型交易会,也是商品交易、品牌展示的理想场所,将成为淮海经济区酒水、食品行业“风向标”。

直击现场 人气满满场面火爆

本次糖酒食品交易会以“美酒美食荟淮海新消费”为主题,由江苏省酒类行业协会、徐州市市场监督管理局、徐州市商务局指导,徐州报业传媒集团主办,徐州报业传媒有限公司、徐州美术馆和徐州市酒水行业协会联合承办,苏州高新区(徐州)商旅发展有限公司协办。

“新春就要到了,活动办得正是时候,现场氛围也很好。”程女士和老伴早早地来到现场,满载而归,一路逛吃很是满足。“孩子快结婚了,得知艺术馆举办糖酒会,就赶快过来了解下。”市民林女士在国缘系列酒前咨询销售人员。经过精心挑选,林女士锁定国缘红K3。

“高勾标样(黑标)酒香浓郁、入口绵柔,是难得的好酒,趁着这次糖酒会优惠力度大,我要多买几瓶。”市民刘先生说。口子窖展位迎来了不少前来体验和购买的市民,据销售人员介绍,口子窖以兼香系列产品为主打,在徐州市场有很广大的受众群体。

“口感醇厚,余味绵长,不愧为八大名酒之一。”梁先生是白酒爱好者,在品尝了古井贡酒年份原浆古20后,不禁感叹。

方女士正在“五粮印象”五湖液展位前咨询团购价格,“公司每年都为员工发放年货,这次参加糖酒会了解到五湖液酒,无论是从包装,还是酒质,都非常出色。”现场下单还享受额外的优惠政策。

川酒中具有代表性的浓香型古伯侯闪亮登场,并带来文创酒“汉”系列的首秀,古伯侯品牌创始人、古伯侯酒业总经理杜正霖说:“此次参展,就想以‘汉风’文创酒为主打产品,宣传白酒文化和汉文化。”

此外,洋河大曲、董酒、国窖1573、五粮液等大众热销品牌悉数亮相。

“特别感谢主办方举办这场活动,为我们进军徐州市场开了个好头。我们公司以制曲出名,这次特别带来了我们的明星品——水泊梁山酒。”会场上,徐坊大曲的相关负责人正和市民讲解制曲酿酒的工艺和技术,引来市民围观。

寻味徐州 共享美好“食光”

香也怕巷子深”,为了让更多的食品小作坊“走出去”,徐州市市场监督管理局以本届糖酒会的举办为契机,为小作坊提供多样性的展销平台,让“家乡味道”飘得更远。

“我们这两天饮料销售情况最好,而且每天都有很多人来咨询加盟的事情。现在意向合作的客户已经五六人了。”宗邻达将迷你小超市搬到展会现场,烤肠、关东煮和自制的三明治等食品香飘四溢,令人垂涎欲滴。

“哇,这里有托子,我妈妈最爱吃这个了!”作为非遗食品,托子制作考究,风味独特,是徐州地区百姓爱吃的一道传统民间菜肴。在樊响托子展位前,不少市民品尝后赞不绝口。

“大姨大叔你们尝尝,这是我制作的烘焙。”褚楚带着自创品牌——维斯商,来到现场。作为云龙区新一代年轻创业者,她特地为展会准备了20余种特色烘焙,现场无蔗糖牛轧饼干、六宝枣糕销售一空。

谈酒论道

助力白酒行业高质量发展

糖酒会期间,以“酒香徐来 谈道淮海”为主题的中国名酒与区域发展论坛在徐州开元名都大酒店举行。

论坛上,行业专家、企业家等众多嘉宾围绕酒水行业政策、未来趋势、文化打造、品牌建设等多方面开展了深入探讨,为淮海经济区酒水行业的发展提供了有益思路。同时,各品牌酒水厂商、经销商展示了各自在产品研发、营销模式上的创新成果。

亮点纷呈 活动内容丰富多彩

活动现场翰墨飘香,精美的红色卡片一张张铺开。丰县书法家协会名誉主席李伟志、徐州市书法家协会副主席陈晖、徐州市书画院研究员刘孝龙、徐州市书法家协会副主席王国宇5位书法大师挥毫泼墨。隶、楷、行等多种书体各显神韵,笔起笔落之间,一个个“福”字完美呈现,写出了大家对新年美好生活向往。

由金徽酒业提供的精品高端白酒和精美酒具受到大家的热捧。参展企业也别出心裁,用创意“小心思”,在展会上“留人气”。悠美的展馆前,两位身材高挑的模特小姐姐身着民族服饰,不停邀请逛展市民品鉴美酒。吃喝玩乐缺一不可,徐州乐园带着新春灯展来到现场,钜惠来袭引得市民咨询订票。淮海经济区首届糖酒食品交易会的举办,展现出徐州独特的城市魅力和商贸繁荣的火热场景。

黄鹤楼酒业复兴征程开启

■ 刘震东

2024年,是黄鹤楼酒首次荣膺“中国名酒”称号的40周年。新年伊始,黄鹤楼酒业便重磅推出新品“黄鹤楼酒·楼16”,以一种全新的姿态开启了新一轮名酒复兴征程。

完善产品梯次 楼20楼16比翼齐飞

元旦期间,本是每年白酒市场的销售旺季,但由于受经济大环境的影响,今年酒水市场整体消费不振,有业内权威人士直言:“白酒行业正处于有史以来最为严峻复杂的发展时点。”然而,在湖北市场,伴随着一则“家有喜乐事,酒饮黄鹤楼。南派清香,名酒品质,新春将至,开启新年‘红’运。红红火火,更上层楼!”的微信短视频,黄鹤楼酒业最新推出的一款“黄鹤楼酒·楼16”却迅速“破圈”而出,迅速抢占新春市场。

新品“黄鹤楼酒·楼16”包装采用红金配色,吉祥喜庆,定位300-400元价位段,聚焦中高端宴席场景,与聚焦次高端商务场景的黄鹤楼酒·楼20形成市场互补,进一步丰富了南派大清香系列产品线,并为马上就要来到的春节市场增添欢庆色彩。

据介绍,黄鹤楼酒·楼16秉承黄鹤楼酒业“质量为天”的理念,坚守“粮食、工艺、时间、风格”4个朋友,遵循黄鹤楼酒两获“中国名酒”的传统“1234酿造技艺”:一次投粮,二轮发酵,三曲共融,四香共享,口感醇厚,回味爽净,凸显“更清更净更柔香”的黄鹤楼酒南派大清香的典型风味特点。

在行业内卷日趋严重的今天,黄鹤楼酒业为什么有底气重磅推出南派大清香楼系列的黄鹤楼酒·楼16新品?业内专家分析认为,这得益于黄鹤楼酒·楼20上市一年多来,市场认可度与占有率达到大幅提高。

“黄鹤楼酒·楼20新品发布,是黄鹤楼酒业的一件大事,也是未来对中国白酒版块产生重要影响的一件大事。”2022年7月30日,黄鹤楼酒·楼20新品上市之初,中国食品工业协会副会长兼秘书长马勇就对其寄予厚望,并亲自为之题写酒名。

一年多来,黄鹤楼酒业选择以湖北为中心,在安徽、河南、山东、广东、湖南、内蒙古等多地举办黄鹤楼酒·楼20上市发布会,以宣讲会、品鉴会来拉近与目标客户距离。此外,黄



鹤楼酒·楼20强势登陆央视核心频道CCTV-13,同时在武汉、黄冈、咸宁、随州等地举行了群星演唱会,借助线上线下多渠道提升品牌影响力。

如今,承载着历史荣光,彰显了南派大清香的名酒活力与独特魅力的黄鹤楼酒·楼20不负众望,开始呈现出高速增长态势。2023年,黄鹤楼酒·楼20在黄鹤楼酒业产品销售中的占比提高迅猛,已经成为肩负黄鹤楼“名酒复兴”重任的扛鼎之作。

业内有关专家分析认为,在荣膺“中国名酒”称号40周年之际,黄鹤楼酒业重磅推出战略新品“黄鹤楼酒·楼16”有其深意。“黄鹤楼酒·楼16”的成功上市,必将与“黄鹤楼酒·楼20”携手成掎角之势,为黄鹤楼名酒复兴征程再添利器。

夯实名酒基础 三大厂区联袂出击

去年11月9日,黄鹤楼大清香酒2023秋季开酿大典成功举办,这是近二十年来黄鹤楼酒业首次举办秋酿大典,标志着黄鹤楼酒业进入了跨越腾飞的新起点。

随州的黄鹤楼酒智能酿造园占地826亩,项目一期二期工程目前已完工,其中,一栋占地160多亩的1号酿造车间为26连跨,共计建设了7000多个窖池,是目前华中地区最大

的单体智能化酿酒车间。

在这个智能化酿酒车间里,选粮、润粮、蒸粮、上甑、发酵、蒸馏等原来需要人工完成的工作,现在全部由机器人来完成,完全实现了生产过程智能化管控,使原酒产量和质量得到持续提升,真正做到了“让数字产生酒香”。这是黄鹤楼酒业迈向自动化、信息化、数字化发展的一大步,也是黄鹤楼酒业实现跨越腾飞的技术保障和重要支撑。

目前,随州黄鹤楼酒智能酿造园与武汉黄鹤楼酒3A级文化博览园、咸宁黄鹤楼酒4A级森林美酒小镇已成三足鼎立之势,并将形成基酒产能突破3.7万吨、灌装能力5万吨的产能,这些优质产能与储能,是黄鹤楼酒业未来决胜市场、长期发展的根基所在,也是黄鹤楼酒业重塑清香名酒价值、为消费者提供更多好酒的最大底气所在。

2023年,黄鹤楼酒荣膺“我喜爱的湖北品牌”金奖、“中国酒业青云奖”年度明星产品、第七次斩获中国酒业协会“青酌奖酒类新品”称号、获评省级放心消费创建单位、荣获2023精品武汉礼物第1名等多个重磅奖项,这都是对黄鹤楼酒高品质的认可。

复兴名酒荣光 南派清香舍我其谁

黄鹤楼酒的前身是当年“张之洞献酒光绪

帝”的汉汾“天成”名酒,1915年曾获巴拿马万国博览会大奖;1929年又在工商部中华国货展览会上荣获一等奖,夺取当时白酒产品的最高荣誉。

1984年,在第四届全国评酒会上,黄鹤楼酒与茅台、汾酒、五粮液、古井贡酒等同台竞技,首次荣膺“国家名酒”称号,奠定了“南楼北汾”的行业格局。

1989年,黄鹤楼酒凭借过硬的品质,再度蝉联“国家名酒”称号,位列“十七大名酒”之一。从此,黄鹤楼酒进入高光时刻,以“南楼北汾”为代表的清香白酒当时曾占据中国高端白酒约七成的市场份额。

“黄鹤楼酒不仅是武汉味道的印记,更是武汉的骄傲。”1981年就进厂从基层酿酒工干起的国家级酿酒大师、黄鹤楼酒第三代酿酒传人钱焱林回忆说:“黄鹤楼酒当时属于紧俏货,位于太平洋路的老厂区大门口,每天都有几十辆大货车在排队等待拉酒。那时候,我想买瓶酒送给亲戚,都必须要找厂长签字才可以买2瓶。”

此后,由于诸多因素,黄鹤楼酒业发展蹒跚。2016年,黄鹤楼酒业与“中国老八大名酒”古井贡酒正式开启战略合作,开创了“中国双名酒”的新格局。

近年来,黄鹤楼酒业重新焕发出勃勃生机,凭借自身强大的品牌基因、自成一派的酿造工艺、“更清更净更柔香”的南派大清香典型风格、精准的高端次高端市场定位、博大精深的荆楚文化等优势,开启了黄鹤楼酒的名酒复兴之路。

业内有关专家认为,作为黄鹤楼酒业独创的清香型风格,南派大清香是黄鹤楼酒业对中国名酒工艺、品质和品牌的高度传承与发扬。在当前名酒复兴及清香白酒板块发展态势下,黄鹤楼酒业推出的南派大清香系列产品适应了白酒行业品类多样化的大趋势,满足了中国消费者品质健康化的需求,符合现代社会品牌差异化的时代要求,必将肩负起名酒复兴的重任。

正如中国酒业协会理事长宋书玉在黄鹤楼大清香酒2023秋季开酿大典上致辞中所说:“在清香复兴、名酒高端化趋势的推动下,黄鹤楼酒业凭借自身个性化、多品类的产品布局,通过文化和历史的传承,必将迎来新一轮加速期。”

2024年,期待黄鹤楼酒业名酒复兴再谱新曲!

青岛啤酒:中国工业碳达峰“领跑者”

■ 卞川泽

作为中国工业碳达峰“领跑者”企业,青岛啤酒将持续深化绿色战略,以创新凝聚发展势能,将绿色发展理念落实到产业变革的实践中。

“把车间里的热空气回收,再转供生产的杀菌机使用,车间温度降低3-5度,好像安上了‘大空调’。”青岛啤酒五厂包装部的同事们说起这项节能小创举带来的变化,也双手点赞。如今,青岛啤酒热能中心及热泵技术项目正在青岛啤酒全国多家工厂陆续铺开,通过将生产车间30多摄氏度的热空气“提级”使用,为减少啤酒生产用热产生的碳排放提供了新途径。

像这样的节能降碳案例在青岛啤酒还有很多。

秉承“为了更美好的世界”理念,青岛啤酒加速推动啤酒制造的高端化、智能化、绿色化转型以及全价值链的可持续发展。1月14日,在中国工业经济联合会举办的“创新发展·科技赋能·示范引领·绿色转型”为主题的第二届中国工业碳达峰论坛上,青岛啤酒凭借其在绿色低碳领域的卓越实践成功入选2023中国工业碳达峰“领跑者”名单,让外界感受到了作为啤酒行业绿色低碳转型引领者的标杆榜样力。

中国工业碳达峰论坛活动是由中国工业经济联合会发起主办,国家发改委等八大政府部门参与指导,旨在选出具有引领带动作用的优秀企业和具有推广价值的先进技术,为我国工业绿色低碳转型和高质量发展打造沟通和交流平台,助力工业领域更好地开展碳达峰和高质量发展工作。本次活动共有63家企业获2023中国工业碳达峰“领跑者”殊荣。

能效提升从“小改小革”做起

在实现可持续发展的道路上,能源资源高效利用是关键一环。为践行国家绿色低碳发展战略,青岛啤酒制定了“降低能源消耗、优化用能结构、打造绿色工厂”的碳中和路径图。

“2023年,青岛啤酒二厂千升啤酒耗水量



完成燃煤锅炉全部淘汰,减少煤炭使用48万吨,减少碳排放121万吨。近三年,青岛啤酒加快可再生能源电力的覆盖,在7家工厂布局分布式光伏9兆瓦,每年产生可再生能源电力近800万MWh,降低碳排放6300多吨。截止到2023年底,分布在全国16个省市的50家青岛优秀企业和具有推广价值的先进技术,为我国工业绿色低碳转型和高质量发展打造沟通和交流平台,助力工业领域更好地开展碳达峰和高质量发展工作。本次活动共有63家企业获2023中国工业碳达峰“领跑者”殊荣。

青岛啤酒通过建设绿色工厂,推动所有工厂向用地集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化发展。目前,集团有22家工厂获得国家级绿色工厂荣誉称号,数量居啤酒行业首位。4家工厂获得了循环经济教育基地,其中,青岛啤酒二厂被评为行业内首家国家级循环经济示范基地。

创新“赋能”绿色生产

技术创新是实现发展方式绿色低碳转型的重要突破口,为实现“低碳”“零碳”提供实践方法。

青岛啤酒自觉将“生态优先、绿色发展”理念贯穿到经营活动中,贯穿于企业产品生命周期中,推动绿色研发、绿色生产、绿色物流等产业链条优化升级。

青岛啤酒自主研发的高效低耗酿造技术荣获国家科学技术进步二等奖,每年约节省蒸

汽26万吨,已在青啤所有工厂推广应用。

一直以来,青岛啤酒聚焦绿色生产,持续优化工艺技术,实施工厂热能中心、洗瓶机余热回收、刷洗水余热回收等能源回收再利用项目。如青啤二厂投资建设糖化蒸汽热能中心,回收蒸汽循环用于包装的杀菌机、糖化的线路整合等。

此外,青岛啤酒二氧化碳回收项目,将啤酒发酵过程中产生的二氧化碳,进行收集净化后再用于生产,该系统可实现年回收量13万吨二氧化碳,相当于每年种植30年树龄的冷杉树117万棵。

青岛啤酒通过全数据驱动,推进生产过程的自动化和智能化,在验酒环节开发了专门用于啤酒生产线的识别成像技术,通过多种先进的图像处理及算法准确无误地分类缺陷酒,打造了行业首家柔性制造体系及个性化云定制平台,单日可最多实现20个以上品种快速转换生产;建立可覆盖所有消费者的仓储配送体系,提高物流资源利用效率,减少货车尾气排放。以数字化赋能推动绿色制造水平进一步增强。

青岛啤酒被评选为全球首家啤酒饮料行业工业互联网“灯塔工厂”,为传统工业绿色转型提供了一个先行先试的样板。

让污水缺碳“哈”上啤酒

步入全面绿色发展的新阶段,“领跑者”企

业全面履行现代化企业的社会责任,更应突破个体行为,以更开阔的思路和眼界落实节能减排。2021年起,青岛啤酒厂的废水开始流向了青岛团岛污水处理厂,在接收单位看来,这是再好不过的“液体营养包”。青岛啤酒厂环保工艺员苗发茂介绍说,啤酒生产过程中的废水是可生化性极好的高浓度有机物,也是城市污水处理厂碳源的绝佳补充,在该模式下,啤酒工厂废水处理流程简化,废水处理成本显著降低,下游污水处理厂则减少了碳源采购费用,实现“变废为宝”双赢。

青岛啤酒在国内首创的“啤酒高浓废水与市政污水协同处理减污降碳资源化利用关键技术”,目前已推广至公司35家啤酒厂,每年可减少碳排放1.2万吨。若推广到全国啤酒行业,预计每年上下游减碳13.9万吨,相当于减少使用5.4万吨标准煤。

全产业链“绿”才是真的“护绿”

青岛啤酒积极发挥链主作用,通过采用低碳包装材料、运用低碳运输方式等,带动玻璃瓶、易拉罐、纸箱等上下游产业绿色转型升级。

在青岛啤酒厂智能化生产车间,青翠的玻璃瓶在生产线上叮叮当当、川流不息,吸引众多游客拍照打卡。“可别小瞧这些啤酒瓶,它们可跟普通玻璃瓶不同,而被称作‘轻量瓶’。”青岛啤酒厂包装车间的工人告诉记者,在满足使用要求和保证产品质量的条件下,“轻量瓶”重量更轻、用料更少。

2014年开始,公司率先在行业内实验推广轻量瓶使用,每年可降低碳排放6000余吨。推广内包装减重、再生纸提手等环保形式,每年可降低碳排放3200余吨。产品运输方面