

天目湖 绿色啤酒正当时

七月的高温来得还是有点出人意料,在连续几个37℃的炙烤下,天目湖啤酒嘉年华成为了从天目湖畔吹来的一缕清风,让人颇感心旷神怡。作为天目湖啤酒的老粉丝,周末专程从常州驱车来天目湖避暑的王先生连喊过瘾,伴着青山绿水织就的帷幕、欣赏着菲律宾歌手的轻歌曼舞,点上一扎天目湖冰啤,天目湖啤酒嘉年华不经意间让人“绿”满心扉,神清气爽。

“2008年的江苏啤酒市场,绿意盎然!”重庆啤酒集团江苏营销中心总经理蒋炳松让记者感觉到十足的信心,这位天目湖的老帅给天目湖啤酒的品牌定位是“绿色啤酒、时代先锋”。蒋总的信心并非空穴来风,他有足够的理由来支撑他的观点:作为啤酒消费和生产的大国,国内前几年硝烟四起的啤酒大战逐步回归理性,中国的啤酒行业正意识到提升品质是企业未来生存和发展的必经之路。而作为江苏地产啤酒老大的天目湖,正从品质提升中尝到甜头,目前天目湖公司拥有二十余只绿色认证产品,自1997年以来,天目湖已连续10年单产位居江苏前茅,其中绿色啤酒销量位列全省第一,每年销量还以40%速度递增,远远高于普通啤酒的增幅。

中国绿色食品发展中心的负责人告诉记者,消费者对绿色食品的愈来愈注重,说明在供大于求的今天,消费者对产品的品质更加挑剔,对生活的品质更有追求,市场的天平将逐步向绿色、健康、活力的消费风向倾斜。

友情提醒

因版面有限,天目湖啤酒杯摄影大赛获奖读者名单不在此一一公布,我们将于7月20日前电话或email分别通知。

多一点“绿色” 就多一份健康

所谓绿色食品啤酒,是特指无污染的安全、优质、营养、健康的啤酒。绿色啤酒的生产对环境卫生、原料来源、质量标准、工艺流程、贮运过程等每一个环节,要求都非常严格。要求所有酿造用原辅料都必须符合国家绿色食品要求,生产环境不受任何污染,产品质量和工艺流程要全程控制。

天目湖绿色啤酒的研制生产可谓煞费苦心。创立于1986年的常州天目湖啤酒公司,根植于江南绿色的土地,对“绿色”自然更多了一份理解。1993年,天目湖啤酒公司为了加快形成产品核心竞争力,结合当地环境优势和水源优势,率先将“绿色酿造工艺”引入产品的酿制过程,强化“绿色、健康、自然”的概念,重点研制“绿色啤酒”,从此揭开了“绿色天目湖”的发展篇章。

在绿色产品开发上,天目湖采取了一系列的推进措施,以提高技术创新能力。公司与江南大学食品学院进行全面技术合作,开辟江南大学和江苏大学教学研发基地。加大资金投入,成立了江苏省啤酒行业首家技术服务中心,由国家资深啤酒酿造专家担纲研发绿色啤酒,开发力度可谓空前。

优质原料是酿造优质啤酒的前提。天目湖啤酒公司成立了由常务副总直接挂帅的质量监督小组,制定了严格的原辅料采供体系。严格甄选优质大麦、大米和酒花原料,所有原料必须经过国家权威部门的严格质量鉴定,符合绿色啤酒生产要求才允许采购。同时,在常州工厂,引上品活水——天目湖水为酿造用水;在镇江、盐城工厂,选用当地高等级矿泉水为酿造用水,从源头上保证了天目湖啤酒清爽甘冽的口感和良好健康的品质。

省内领先的技术研发平台和优质原辅料采供体系成为酿制天目湖绿色啤酒的东风,天目湖啤酒公司又斥巨资引进德国KHS灌装、HUPPMANN糖化等生产设备,并建立起江苏省第一条纯生啤酒生产线,使企业的技术装备水平处于国内领先水平,使得绿色啤酒生产更加得心应手。

依托强大的科技后盾和精良的技术设备,天目湖绿色啤酒的研发和生产可谓顺风顺水,每年都能推出一到两个拳头产品,四到五个热销产品。绿色啤酒也让天目湖一年上一个台阶,年年都有新的提升。

1997年,天目湖螺旋藻绿啤酒、低醇啤酒两种新品研发成功,产品问世后,凭借独特的“绿色酿造工艺”,一次性通过中国绿色食品发展中心严格认证,取得珍贵的“绿色食品”标志证书,成为人民大会堂宾馆特供用酒。天目湖啤酒由此在激烈的市场竞争中脱颖而出,开始占据市场先机,并逐渐树立起健康、时尚的品牌形象。2000年,天目湖啤酒再次有10余种产品获得绿色食品认证,企业就此迈上快车道。2004年,随着高档的天目湖纯生啤酒正式投放市场,天目湖的绿色产品等级再度升级,在生产工艺层面上做到了更加健康,受到市场的热捧。

多一点“绿色” 就多一份魅力

天目湖“绿色”魅力无处不在。在2006年,天目湖啤酒以卓越的品质和丰富的绿色文化内涵,经过德国总商会的严格甄选,代表江苏啤酒企业在昆山国际啤酒节上与众多国外品牌同台竞技。来自啤酒国度的德国专家,都对天目湖啤酒清醇的口感和独特的麦香,以及绿色环保的质量控制工艺赞不绝口。

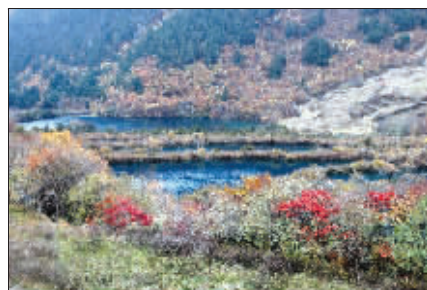
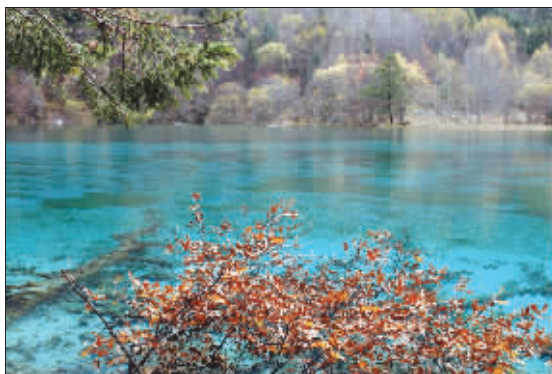
2007年,江苏餐饮协会评选优秀供应商,在做了认真调研后,专家们把江苏啤酒行业唯一优秀供应商的奖牌授予天目湖,天目湖啤酒清爽独特的口感和健康自然的特点,赢得了专家和市场的肯定。

对绿色理念的执着坚持,为天目湖啤酒的市场拓展画出大阳线,也为天目湖谋得发展的出路。2007年,天目湖啤酒的销售额创出新纪录,产销量连续六年位居江苏前茅,绿色啤酒的黄金效应可见一斑。天目湖啤酒绿色旋风劲刮,也成为江苏啤酒市场近几年的一个显著现象。东南大学出版社出版的新编本科教材《市场营销学》,将天目湖啤酒的绿色之路列为教学案例。该书主编钱增泉教授认为,“绿色、自然”作为天目湖啤酒品牌的核心价值,正产生强大的放大效应,使品牌常葆活力,真正满足消费者对食品健康、安全的内在渴望,拉动市场的快速发展。

2007年,啤酒市场风云激荡,有著名财经杂志采访蒋炳松,表示出对价格战的高度关注和江苏啤酒企业的担忧,蒋炳松表示,天目湖的出路在于品质和创新,天目湖啤酒拥有自己的核心竞争力,这就是绿色高品质,并且这一优势将在市场上得到最终体现。而事实是,天目湖公司在竞争激烈的今天,以实际行动向社会交出了一份完美的答卷。蒋炳松表示,未来的市场就是绿色的市场、健康的市场,快速消费品尤其如此。2004年,随着天目湖纯生啤酒上市,天目湖啤酒公司正式启动了品牌“绿色保鲜”工程。

蒋炳松介绍,2008年,天目湖啤酒将继续升华绿色战略,全面打造绿色品牌新形象,给予啤酒爱好者更多的自然、活力、健康的体验,满足消费者绿色消费需求。目前,天目湖绿色啤酒开始全面覆盖江苏市场,并稳步向上海、浙江、山东、安徽等地推进。天目湖啤酒已绘就年产50万干升的产能宏图,“绿色”已成为核心的企业竞争力,推动天目湖公司可持续健康发展。有理由相信,天目湖绿色啤酒将成为2008中国的绚丽一笔。

(陈非)



天目湖啤酒杯摄影大赛获奖作品选登