

超高端啤酒 前景不被看好

夜场中,一瓶300多毫升的啤酒卖30—50元,我们就已经觉得价格偏高了。一瓶720毫升的啤酒售价398元,消费者又是怎样的感受呢?现在,不仅是白酒业在拼了命地拔高酒品档次,众啤酒企业也在激烈的竞争中寻找更高、更好的突破。甚至有业内人士曾表示,高端酒品研发是啤酒企业的最后一次机会。但高端及超高端啤酒的前景如何最终还是市场说了算。



陈酿1844价格堪比红酒

几个月前,在蓝带1844和南方航空公司结成战略合作伙伴仪式上,不少消费者第一次见到了用橡木桶陈酿的啤酒,不仅其陈酿方法让人开了眼界,而且它的价格也很惊人——720毫升售价398元。众所周知,一瓶红酒的容量通常为750毫升,一般日常餐酒的价格在两三百元的居多。而一瓶啤酒的价格就直逼四百元,足可与洋酒及中档以上红酒相媲美。

据蓝带1844中国区首席执行官周明介绍,由于原料的稀缺性和独特性,加上其特殊的工艺,致使陈酿1844的价格从298元涨至398元,“即使如此,高端消费群的接受度还是很高。”

啤酒的提价或许成为不可逆转的趋势。一说是由于成本上涨的原因,今年3月份,进口大麦价格同比上涨43.5%;一说是由于之前5年啤酒业终端竞争使得

各企业身心疲惫,亟待提升产品结构。近些年来,以雪花、青岛等品牌为首的啤酒企业都在进行多元化的高端尝试,譬如雪花的纯生啤酒、清5,青岛的奥古特等等。但是诸如蓝带陈酿1844如此高端的酒品,还真非一般人所能见着。

据悉,蓝带陈酿1844早已在2009年推出,一直在高端商超和高端会所销售,“我们想在行业树立一个标杆,这个仅是蓝带超高端系列的基础产品,接下来我们会推出更高端的产品,3升装产品价格要在2000元以上。”周明说。

如此高价,前景如何?

周明透露,类似的超高端啤酒产品在国外并不鲜见,据称有12年陈酿的啤酒,1升左右,价格高达1000多美元!或许是因为“价高=面子”这一信条在中国百试不爽,一位熟悉蓝带1844的人士表示:“刚开始,蓝带1844的价

格是298元,上市推广的情况并不理想,一些高端场所还嫌这个价格不高。后来蓝带1844提到398元,销路就打开了。”

尽管如此,如此超高端的发展思路并不太适宜目前的大众啤酒品牌,而且部分业内人士也对超高端啤酒的发展并不乐观。“商务谈判、高端会所,很少有人会拿啤酒来招待。”苏赛特公关总监杨青春认为,啤酒始终是普通的日常消费品,其内涵也比较简单,超高端的前景并不理想。

但是高端啤酒酒品,以及专供高端会所、夜场的啤酒产品是众品牌啤酒的高利润获取渠道所在。譬如江苏华润雪花公司专供会所和夜场渠道的高端品牌主要有世好、纯生、勇闯天涯、清5、冰酷等,基本都为小瓶包装,330ml左右,麦芽度从5—11°不等,酒精度则普遍偏低,不会超过4%,价格因地方及场所不同而异,一般在20—40元之间。

快报记者 管颖

雪花·中国古建筑系列 《装饰五书》江苏发布

9月18日下午,《中国古代建筑装饰五书》新书发布及江苏赠书仪式在扬州市迎宾馆举行。华润雪花啤酒向江苏省内新闻媒体、公共图书馆、行业机构、大专院校等赠书,共计500余套。华润雪花啤酒江苏区域特别邀请《装饰五书》的作者——清华大学建筑学院教授楼庆西先生,为扬州市民奉献了一场“古建筑装饰之美”的精彩讲座。

《中国古代建筑装饰五书》是《中国古代建筑知识普及与传承系列丛书》的第三年成果,此丛书由华润雪花啤酒(中国)有限公司与清华大学建筑学院共同策划编写。据悉,华润雪花啤酒(中国)有限公司与清华大学该项合作共计五年,合作金额为1000多万元,是该领域历史上最大规模的资助,双方的共识是以中国古建筑为切入点,为宣扬与普及优秀的民族

传统文化做一点贡献。

今年出版的《中国古代建筑装饰五书》内容包括《千门之美》《户牖之艺》《雕梁画栋》《砖雕石刻》以及《装饰之道》。该套丛书由清华大学建筑学院老教授楼庆西先生亲自编撰,丛书内容包含了作者近十年调查与收集的建筑材料,书中图片多为楼教授亲自到全国调研拍摄、描绘,构图严谨细腻,又不乏趣味。

在讲座中,楼庆西先生承认,现代建筑已走向垂直,而古建筑的保护确实和现实生活之间存在着矛盾。中国古建筑保护已到了极为迫切的抢救性阶段。“去年出版‘民居五书’后,雪花还就此举办了一个‘民居摄影大赛’,参赛作品有6万多件,《大众摄影》杂志社社长就跟我谈,这是非常少有的参赛人数如此之众的摄影比赛。”楼教授说。快报记者 管颖

啤酒“保冻机”研发成功

据《广州日报》报道,最近研发成功的啤酒“保冻机”能让啤酒保持在24华氏度(约合零下4℃)而不结冰。家用版的“保冻机”外形与迷你冰箱差不多,运用达到医用级别的高精度温控技术,可使啤酒内的酒精及瓶内高压共同起到防冻剂的作用。

保冻而不结冰,让啤酒拥有冰爽口感的同时保持最佳风味。这款产品的型号有大有小,家用版可放24瓶啤酒,最大的商用版可容纳



720瓶啤酒。不过,“保冻机”虽深受啤酒爱好者的欢迎,但其价格却不菲,小号的零售价达549美元,商用版的则要899美元至2400美元不等。快报记者 管颖

“温故而知新” 2011雪花啤酒第三届中国古建筑摄影大赛启动

今年8月1日,“温故而知新”2011雪花啤酒第三届中国古建筑摄影大赛面向全国开赛。从8月1日开始至今年10月底,无论是专业摄影师还是爱好摄影的普通大众,都可登录雪花古建筑官网www.archfans.com,参与本次摄影大赛。“温故而知新”摄影大赛组委会将在11月份评选出最终大奖,并于12月举行颁奖典礼。

雪花啤酒“温故而知新”中国古建筑摄影大赛,已经成功举办了两届,累计有十万多幅作品参赛,超过十二万人关注参与了历届大赛。与其他摄影类比赛不同的是,雪花啤酒“温故而知新”古建筑摄影大赛是为所有喜好古建筑摄影、关心民族文化的继承与发展的人们提供一个学习交流、文化传承的舞台。

华润雪花选取摄影主题的初衷,是基于华润雪花啤酒(中

国)有限公司与清华大学建筑学院共同出版的《中国古代建筑知识普及与传承系列丛书》。与前两届摄影大赛不同,本届雪花啤酒“温故而知新”摄影大赛主题将以系列丛书第三年成果——《中国古代建筑装饰五书》中提及的内容为起点,扩大至带有历史信息和地方特色的宫廷、宗教、陵墓、游乐、居住等古建筑场所,凡体现建筑物物质与精神,具有丰富人文内涵的古代建筑作品均可参赛。

本次大赛最高奖项金额1万元人民币,除年度一、二、三等奖项外,本次大赛还为参赛者提供了“装饰之道”古建筑特别奖、网络人气奖以及每月参与奖抽取,共计380个获奖名额,大赛的全部奖项奖金超过30万元人民币。本届大赛评委分别由清华大学建筑学院教授、专业摄影家组成,从建筑学和摄影学两个角度共同评定,大赛所有奖项均由公证处现场公证。具体的参赛事宜呈现于中国古建筑官方网站www.archfans.com,组委会咨询热线:010-59626810。

从大赛启动开始,华润雪花将定期邀请著名专业摄影师和五书作者在雪花古建筑官网上举办古建筑拍摄技巧讨论,提升广大爱好者的摄影水平。与此同时,华润雪花还将在北京、重庆、上海、长沙、广东、广州、成都、扬州八个省份城市重点组织外拍活动,让参赛者在理解《装饰五书》文化内容的同时,走进中国古建筑,亲身体验古建筑的魅力及妙趣。



江苏外拍活动

扬州外拍

2011雪花啤酒“温故而知新”第三届中国古建筑摄影大赛于9月18日上午在扬州个园举行了外拍活动开镜仪式,《人民日报》《新华日报》《扬州晚报》等省内、外近20家媒体摄影记者和广大市民摄影爱好者30余人参加了此次活动,线路为老城区东关街—运河—1912—卢氏老宅—何园—汪氏小苑,摄影



名家用镜头捕捉扬州古建筑的独特风韵,走近中国古建筑,零距离体验古建筑的魅力。

南京外拍

10月,华润雪花啤酒江苏区域将在南京举行外拍活动,用镜头探究六朝古都的古建筑装饰之美,用影像传递对生活的感悟,欢迎广大摄影爱好者前来参与,具体请见本报后续报道。

链接

《中国古代建筑装饰五书》

《中国古代建筑装饰五书》是《中国古代建筑知识普及与传承系列丛书》的第三年成果,此丛书由华润雪花啤酒(中国)有限公司与清华大学建筑学院共同策划编写。

今年出版的《中国古代建筑装饰五书》内容包括《千门之美》、《户牖之艺》、《雕梁画栋》、《砖雕石刻》以及《装饰之道》。

该套丛书由清华大学建筑学院老教授楼庆西先生亲自编撰,丛书内容包含了作者近十年调查与收集

的建筑资料,对建筑装饰的叙述不仅形式多样,还具有丰富的人文内涵,书中图片多为老教授亲自到全国调研拍摄、描绘,构图严谨细腻不乏趣味。

该套丛书以装饰所在部位为出发点,结合装饰所用材料和技法,多角度、多层次地反映了中国古代建筑装饰文化的主流与特点,希望读者能够从中认识到中国建筑文化的基本面貌、了解中华民族的精神所系,这也是编者最大的愿望。

