

中国精酿啤酒研究发展与策略

秦明, 张智文

河北工程大学 河北邯郸

【摘要】当前, 精酿啤酒产业在我国发展较快, 有较好的市场空间以及发展潜力。本文通过对精酿啤酒自身特点进行分析, 从而对其进行消费定位; 并以现阶段的发展情况为出发点, 总结分析精酿啤酒产业现阶段存在的问题, 最终提出相关的意见建议, 从而可以更好的促进我国精酿啤酒产业的健康发展。

【关键词】重大问题; 研究什么内容; 重要意义

Chinese craft beer research development and strategies

Ming Qin, Zhiwen Zhang

Hebei University of Engineering Handan, Hebei

【Abstract】At present, the craft beer industry develops rapidly in our country, which has a good market space and potential for development. This paper analyzes the characteristics of craft beer, so as to make consumption positioning; Based on the present development situation, the paper summarizes and analyzes the existing problems of the craft beer industry, and finally puts forward some suggestions, which can better promote the healthy development of our craft beer industry.

【Keywords】Major issues; What content to study; Significance

1 精酿啤酒的特点

精酿啤酒最早起源于 20 世纪 70 年代的美国。而精酿啤酒真正地引入我国, 是在 20 世纪的 90 年代, 但受限于当时的大众口味, 精酿啤酒一时不能被广大群众所接受, 刚开始并未受到广泛关注。随着整个社会的发展, 人们开始慢慢地了解接受精酿啤酒, 精酿啤酒厂也在部分城市建厂。直到 2008 年左右, 精酿啤酒厂才几乎遍布中国所有的主要城市。

与传统的工业啤酒相比, 精酿啤酒的成分精细, 口味多样。由于新鲜度和优越的风味, 精酿啤酒已成为高端啤酒市场的主要代表。精酿啤酒在生产加工过程中, 对麦芽以及啤酒花等原材料的选择是优中选优, 发酵时的环境湿度、温度要求则比传统的工业啤酒更加苛刻, 这也就在一定程度上说明了其对自身的质量要求更高。另外, 在精酿过程中, 精酿啤酒是不添加任何添加剂的, 这一步也是保证了啤酒最终的质量。最后经过复杂严格的酿造, 精酿啤酒的口感十分浓郁、风味特色更加显著。图 1 是精酿啤酒与传统工业瓶啤酒的具体对比。

2 我国精酿啤酒的发展现状

2.1 精酿啤酒虽发展迅速, 但市场占有率依然较低

近几年, 随着人们对精酿啤酒的了解逐渐加深, 人们对精酿啤酒的需求与日俱增。数据显示, 到 2018 年我国精酿啤酒企业已经超过 2000 家, 截至目前这一数字已经增长至 5000 多家。2019 年, 国内精酿啤酒相关企业新增了 1073 家, 2020 年则新增了 1122 家。虽受疫情影响, 但国内精酿啤酒企业数量依旧可观。下图表示的是每年的企业注册量与注销量, 我们发现, 尽管受到疫情的影响, 但每年的注册量的增长率依旧在增加, 这也是在一定程度上表明我国的精酿啤酒产业未来发展趋势看好。

但是, 尽管我国精酿啤酒产业发展迅速, 但目前我国精酿啤酒市场占整个啤酒市场的份额依旧很小。目前在我国, 精酿啤酒的份额仅占整个啤酒行业的 2.4%, 渗透率也不足 3%。而发展较早的美国, 渗透率也在 14% 左右。因此我们还与美国有较大差距。但是我国的市场发展潜力巨大, 随着社会的日益关注, 市场占有率有望突破 5%。

项目	精酿啤酒	传统工业啤酒
原料	麦芽、啤酒花、酵母和水	麦芽、啤酒花、酵母和水；添加辅料（大米等）减少麦芽用量，降低成本
口味	添加苹果等材料，多样化	标准化，单一
发酵工艺	艾尔工艺，发酵温度 10 ~ 20℃；发酵结束后不进行过滤。	拉格工艺，发酵温度 10℃ 以下；发酵结束后通常过滤
发酵时间	发酵时间长	发酵时间短
保质期	保质期短	普遍 1 ~ 2 年
生产规模	小	大

图 1 精酿啤酒与工业啤酒的对比表

2.2 精酿啤酒厂数量增加较快，但产量和销售量有限

目前，我国精酿啤酒企业数量达到近 5000 家，相对于 2018 年的近 2000 家，数量翻一番还多。而美国酿酒商协会的调查显示，2021 年美国精酿啤酒厂已达到 9000 多家，并且占整体市场份额的 13.1%。对比美国，我国的精酿啤酒企业数量以及精酿啤酒销售量也与美国相比还存在差距。一方面是由于消费者对精酿啤酒的认知较少，市场并未打开，另一个非常重要的原因就是，我国缺乏相对应的行业标准和监管条例。

在当前的国内消费市场，消费者对于精酿啤酒的认知程度还不算太高，啤酒行业对于精酿啤酒的定义标准相对于美国来说，还不够严谨。这也就在一定程度上造成我国精酿啤酒市场产品混杂，质量相对不统一，这也就影响了我国精酿啤酒整体的产出。但近年来国家对于酿酒行业的标准逐步规范化，这样在一定程度上促进了我国精酿啤酒行业的健康发展。

2.3 我国精酿啤酒市场发展潜力大，发展空间足

未来，随着社会消费群体对精酿啤酒的认知水平

提高，我国精酿啤酒体量将会应该新的发展。有数据显示，2018 年我国的精酿啤酒市场规模为 204.96 亿元，2020 年增长到 330.87 亿元，预计 2023 年我国精酿啤酒市场规模将达到 751.8 亿元。市场规模是消费量的另一种表现形式。在未来的几年我国精酿啤酒消费量将持续升高，增长率也是逐年上升。

一方面，我们的人口结构正在更替，90 后、00 后一代更加标榜个性，崇尚潮流。精酿啤酒的其中一个特点就是个性潮流化，这也就满足了新一代消费群体的需求，同时也为传统的啤酒市场注入了新的血液。另一方面，当前中国啤酒销量见顶回落，借鉴美国历史，判断新型高端啤酒将会持续增长。我们从现在的消费水平来看，中国人均啤酒消费量低于国际平均水平，因此高端精酿啤酒仍有广阔的空间。

3 我国精酿啤酒产业存在的问题

3.1 原料保存与生产工艺不完善

在精酿啤酒的生产过程中，对于生产工艺有着极高的质量要求。为了保证精酿啤酒的食品安全，必须要控制好精酿啤酒在生产过程中的操作与工艺问题。在保存麦芽时，由于温度控制问题，很容易出现潮湿和霉变的现象。并且与工业啤酒不同，精酿啤酒不存

在后续灭菌的过程,这也意味着在加工酿造过程中,需要面对如何确保无菌生产的问题。

3.2 消费者的认可度低

随着精酿啤酒在我国的不断发展,精酿啤酒虽然吸引了众多消费者,但仍存在认可度不高的问题。主要表现为一线城市的认可度不断提高,而西部城市或者发展较为落后的城市整体认知与接受程度普遍偏低。

3.3 缺乏专业性人才

精酿啤酒在生产过程中,不仅需要高质量的技术工艺和安全的生产环境,更加需要专业性的人才。只有好的酿酒师,才可以酿出好酒。而目前由于我国对于精酿啤酒的引入时间不长,行业中缺乏具有高技术的专业人才。

3.4 缺乏规范的法律法规与监管要求

精酿啤酒与工业啤酒虽然都是啤酒,但是在本质上仍存在一定的差异,意味着工业啤酒的法律与监管要求不能完全适用于精酿啤酒。并且,在前期由于我国精酿啤酒企业无法申请生产许可证,导致精酿啤酒企业较少。

4 我国精酿啤酒产业的发展对策

4.1 优化质量与工艺问题

产品质量与工艺对于精酿啤酒企业至关重要,是决定企业发展的核心竞争力,需要企业在生产过程中严格把控原材料质量与生产工艺,不断发现不足并进行优化。创造出更高品质的精酿啤酒,从而吸引更多的消费者。

4.2 提高消费者对精酿啤酒认可度

面对认可度不高的问题,可以利用微信、抖音、快手等网络平台进行宣传推广,从而提高精酿啤酒在消费者当中的认可度,进一步扩大精酿啤酒的市场占有率。另一方面,还可以通过线上渠道获得顾客的反馈,收集消费者的意见,进一步满足消费者的需求,以提高与客户之间的黏性。

4.3 大力培养专业化人才

专业化人才决定着精酿啤酒发展的关键因素,因此要加大对于专业酿酒人才的培养,从而推动啤酒行业的进一步发展。首先,应该在企业内形成良好的学习氛围,提高员工的专业能力。其次,加强对于人才的引进,提高对于高技术人才的优待政策,增强对于

人才的吸引力。最后,应当与专业院校进行合作,为专业院校提供相应支持,为学生提供实践机会,从而加强对于新一代高技术人才的培养,从而为精酿啤酒行业不断增添新鲜血液。

4.4 完善的法律法规与监管要求

虽然近年来我国对于精酿啤酒行业的法律法规监管要求不断完善,但仍存在诸多不足之处,需要国家进一步完善,从而加强对精酿啤酒行业的规范,实现行业的可持续发展。除此以外,法律的不断完善,能够对于精酿啤酒企业的生产过程起到指导和监督的意义,从而保护消费者的合法权益。

参考文献

- [1] 王蕾,薛一鸣,王杰,班允江,王巧巧,罗佳,刘佳瑶,张文清.中国精酿啤酒现状及发展[J].现代食品,2020,(14):18-20.
- [2] 吴勇毅.挑战和机遇并存精酿啤酒如何突围? [N].企业家日报,2021-10-09(004).
- [3] 王丽丽,刘世永.精酿啤酒的发展现状[J].食品工程,2019(03):63-64.
- [4] 姜素英.影响我国精酿啤酒产业发展的因素及策略研究[J].食品安全导刊,2021,(06):77-78.
- [5] 李萍.精酿啤酒发展现状及前景分析[J].中国食品工业,2022,(10):58-61.

收稿日期: 2022年8月4日

出刊日期: 2022年9月4日

引用本文: 秦明, 张智文, 中国精酿啤酒研究发展与策略[J]. 科学发展研究, 2022, 2(4): 23-25
DOI: 10.12208/j.sdr.20220107

检索信息: RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2022 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS