

即墨老酒:与国同梦 古酿新香

千年老酒再启新程 焕新老字号品牌价值

热烈祝贺山东即墨黄酒厂建厂75周年



2006年12月19日,即墨老酒被国家商务部认定为“中华老字号”。



即墨老酒推出“鸿运当头”和“紫气东来”产品。

山海即墨,千年商都,鳌山湾潮涌古今,墨水河滋养两岸。在这里,有一种焦香,穿越时空“醉”上心头。

一方水土,成就一方美酒。被誉为“黄酒北宗”的即墨老酒拥有深厚的文化底蕴,更是宝贵的城市财富。始建于1949年的山东即墨黄酒厂已经走过七十五载春秋。

七十五载与国同梦,在坚守“古遗六法”传统酿造工艺的基础上,即墨老酒不断深耕研发创新,向内求索,不断推动产品矩阵化、系列化,打造“陈年老酒,四季飘香”的新消费格局;向外探究,坚持文化赋能,以互联网思维创新消费场景,焕新品牌价值,让千年古酿飘出新酒香,更是成为重要的城市名片。

匠心坚守

承载着深厚的历史发展脉络,即墨老酒传统的酿造技艺已有四千余年的历史,亦随着1949年即墨县黄酒厂的建立翻开了新的一页。酒厂在严格按照“古遗六法”传统酿造工艺要求的同时,逐步总结出“守六法、把五关”的工艺精髓。

“守六法”即:黍米必齐,曲蘖必时,水泉必香,陶器必良,湛炽必洁,火剂必得;“把五关”即:焙糜、加曲、发酵、压榨、陈储。品质的好坏在毫厘之间。要守好法、把好关,必须反复实践,深入钻研,做到炉火纯青。



即墨老酒花开富贵三十年陈酿。

古法酿造工序繁杂,需要时间的沉淀、匠心的打磨、品质的坚守,方得一杯佳酿。时至今日,即墨老酒依旧保持着制酒时独有的焙糜法,焙糜要让大黄米在加热过程中焦而不糊,需要边煮边铲边搅,时刻观察糜的浓稠和色泽变化,因此没有任何机器设备可以替代,只能人工操作。藉此形成了即墨老酒红褐透明、微苦焦香、后味深长、盈盅不溢的独特风格。

因对酿造工艺的坚守与把关,即墨老酒历千载传承不失传统味道,于2006年被国家商务部评为首批“中华老字号”,2013年,即墨老酒传统酿造工艺被列入“山东省级非物质文化遗产”名录。

坚守古法并不等于因循守旧,即墨老酒将传承与创新融为一体,瞄准市场需求,持续加大创新投入。企业现拥有1个省级企业技术中心、1个省级工业设计中心。同时,与中国海洋大学、四川大学、青岛大学等高校开展产学研合作。时代在变,但酒香依旧。

创新传承

“千年滋味的新诠释,青梅的酸甜,焦咖的深邃,佐以黍米酒的醇厚和气泡的灵动,每一口都是古老与现代的交融。”在品尝过即墨老酒新品“嗨酷泡”气泡黄酒后,有一位消费者写下了上面的评论。

好产品是品牌与消费者交互的载体,老字号要想讲好新时代的故事,必须要有能够俘获年轻消费者的好产品。气泡黄酒打破了消费者对北方黄酒的“刻板印象”,满足微醺和健康的消费需求,拓展了黄酒的消费场景。

气泡酒的诞生,是即墨老酒推动产品创新的一个缩影。从自加热即墨老酒、青梅酒、低聚糖即墨老酒到胶原蛋白老酒,打开即墨老酒的产品清单,早已经从原来产品单一的焦香老酒发展成为系列化、矩阵的家族产品。

同时,即墨老酒还积极拥抱新消

费,尝试跨界合作,推出了老酒酒心巧克力、老酒蛋糕、老酒奶茶等有特色的创意美食。千年老酒与时尚碰撞融合的一扇扇窗口,充分展示了即墨老酒深厚的文化内涵,让更多年轻人爱上老字号。即墨老酒所独具的深厚历史文化底蕴以及低度健康的天然属性正在被消费者广为认知。

焕新蝶变

好产品会说话,在不断打造产品矩阵、推动品牌年轻的同时,即墨老酒还不断创新表达方式,融入数字化的发展浪潮,在抖音、小红书等社交媒体上,用年轻人喜闻乐见的方式去传播老酒文化,讲好新时代的故事。

除致力于制酒研发外,山东即墨黄酒厂还以打造即墨老酒工业文化旅游为目标,建设了集旅游参观、工艺展示、现场体验、研学、购物于一体的即墨老酒博物馆,通过工业旅游的方式,延伸黄酒产业链。

为了拥抱场景消费和体验经济,即墨老酒还建设了即墨老酒古城体验店和即墨老酒城市体验店,将店面作为传播黄酒文化、增强与消费者互动的重要场景,通过文化引导的方式,满足不同消费群体对于即墨老酒的了解、体验、购买需求。

老字号的新表达,让即墨老酒走出一条的独特路线,深度串联即墨老酒的文化消费体验和工业旅游产业链,焕新即墨老酒的品牌价值。2023年10月,中国酒类流通协会发布第15届中国酒类品牌价值研究报告,即墨老酒品牌价值达到54.52亿元。

七十五载与国同梦,千年老酒再启新程。在传承中创新,在坚守中发展,即墨老酒演绎了老字号正青春的精彩乐章,以实际行动擦亮“黄酒北宗”的金字招牌。

本版撰稿 观海新闻/青岛早报记者 康晓欢 图片由即墨老酒提供