

◆青島啤酒博物館。

四年一度的足球狂歡季，青島啤酒創新推出1903炫彩加油罐、青島啤酒純生球迷狂歡罐兩款與足球強關聯的產品，從線上「為熱愛舉杯，28天足球狂歡季」球迷歡聚會小程序挑戰互動，到線下依託TSINGTAO1903青島啤酒吧打造覆蓋40多座城市的球迷餐廳，打造沉浸式品牌體驗，進一步助燃消費熱潮。

從「以產品為中心的質量」向「以消費者為中心的魅力感知質量」轉變，將年輕時尚的品牌文化與細分人群需求完美結合，打造高品質產品和服務，成為120歲「高齡」的青島啤酒創新打造魅力感知質量的一個生動註腳。

◆青島啤酒品牌價值19年蟬聯中國啤酒行業首位。



◆四年一度的足球狂歡季，青島啤酒創新推出1903炫彩加油罐、青島啤酒純生球迷狂歡罐。

一杯啤酒解鎖「美好生活密碼」

青啤創新魅力感知質量管理模式引領品質生活

執守匠心 演繹百年品質傳奇

保 溫集裝箱每天溫度變化在1℃以內，冷藏車運輸環境在0-10℃，車廂溫度實時監控和超標報警，生鮮啤酒一桶一碼智能追溯……「最佳口感」的背後，是啤酒從出廠到送入消費者口中，全過程的魅力感知質量管理的落地生根。

120年來，青啤對於品質一以貫之的堅守，已經滲透於啤酒從研發到生產、銷售乃至物流等每一個環節。每一瓶啤酒的背後，都經歷了超乎想像的精雕細琢。

「今年新推出的青啤『一世傳奇』，從僅萃取頭道麥汁精華、延長3倍的發酵時間，到1,400多個日夜的打磨，61輪測試釀造實驗，1000多輪品評，146次口味優化。」青啤研發中心新品研發主任邢磊說。作為內地首款突破全麥釀造拉格啤酒酒度和存儲時間極限的青島啤酒「一世傳奇」上市，是青島啤酒「質量之魂，存於匠心」的釀造文化和精益求精的工匠精神代代相傳的新成果。

早在1906年，建廠僅3年的青島啤酒就獲得慕尼黑國際博覽會金獎，之後屢獲國際國內質量評比金獎。近年來，青島啤酒連獲「歐洲啤酒之星」和「世界啤酒錦標賽」金獎，頻頻亮相於APEC、G20、金磚國家峰會、上合峰會等重要國際會議餐桌，成為其過硬品質的最佳佐證。

「由於青島啤酒質量好，1964年，原輕工業部在唐山召開的全國第五次釀酒會議上提出了『啤酒行業學青島』的口號。隨後，該部組織專家對青島啤酒工藝技術進行全面總結，彙編成《青島啤酒操作法》，向全國啤酒行業推廣，對促進中國啤酒工業的發展起到了不可估量的作用。這一次技術推廣，將中國啤酒釀造技術與國外的差距整體縮短了20年。」青島啤酒質控總監華玉著說。

多年來，青啤「苛刻」的質量管理細節，早已聞名業界。在這裏，每一瓶啤酒都要經歷1800道關鍵質量控制點的「千錘百煉」，才能終成佳釀。這種匠心堅守，被青啤人稱為「用良心釀酒」。

青島啤酒對品質細節的把控，單從對一個酒瓶的清洗，就體現得淋漓盡致。清洗乾淨的啤酒瓶最後要進入「驗瓶機」，新式的驗瓶機在每一個瓶子經過時都會即時拍攝3張照片，然後和系統中已存儲的標準瓶數據比對，任何瓶中有異物或者瓶身有缺陷的瓶子都會被「撿」出來。

青島啤酒國家級啤酒評酒委員會朱蕾說，包括刷瓶水、過濾酒液的硅藻土等所有與酒液接觸的物品都要嚴格檢測，甚至連生產車間的空氣都要「過安检」。

花比別人高幾倍的價格，使用吸氧材質瓶蓋內墊；一支酒瓶要洗30分鐘；釀酒用的大米必須是脫殼3天之內的新鮮米；生產現場釀造水每隔兩小時就得品嚐一次；輸送酒的管道用啤酒刷乾淨；刷瓶水、瓶蓋中墊片的沸水水要全過程用嘴把關；生產所用的壓縮空氣要進行細菌檢測……人們並不知道，每一道工序背後近乎嚴苛的薪火傳承。

好酒的背後是「好人」。目前，青島啤酒擁有國際一流的研發專業人才、行業一流的釀酒師團隊，囊括了全行業1/3的中國釀酒大師，蟬聯全



◆一杯啤酒解鎖「美好生活密碼」。



◆青啤推出符合新一代消費者口味的多元產品線圈粉年輕人。

國啤酒酒職業技能大賽冠軍、51位國家級啤酒評酒委員組成的專業品評團隊，以絕對優勢在行業內領先。這些優秀技能人才中，有的是剛成長起來的研究生工段長、碳管家等新一代工匠，有的則是常年扎根一線、匠心歷久彌堅的老師傅。

守正出新 解鎖啤酒消費趨勢密碼

青啤越來越會圈粉年輕人了，比如推出更符合新一代消費者口味的多元產品線，重視女性消費者的訴求，產品包裝也很時尚，酒吧等體驗場景非常酷，品質品牌、體驗場景、啤酒文化、生活方式等，消費者都能在青啤中體味到不同感受。」在位於青島市香港中路的青島TSINGTAO1903·青島旗艦店裏，00後消費者董澎深有感觸地說道。

口味是啤酒的核心，感知則是啤酒消費新需求。面對千人千面的市場需求，青島啤酒如何將基礎質量做到極致，把特色質量做到精準？特別是在高階、個性化、場景化消費升級的質量新時代，如何解鎖消費者「魅力感知質量」新需求？

守正出新，青島啤酒的底氣來自於傳承百年的品質之基，來自於源源不斷的原始創新能力，更來自於對用戶新需求的洞察。在質量管理上，青島啤酒從「以產品為中心的質量」向「以消費者為中心的魅力感知質量」轉變，推動青島啤酒質量管理邁入新時代。

「這一質量理念是百餘年來青島啤酒從衛生第一、質量第一，到高精嚴細，到基礎質量、特色質量，到魅力質量之後的又一次時代昇華。」華玉著介紹說，2017年，青島啤酒獨創了「雙疊加三解碼」的質量管理模式，向行業輸出質量管理新模式；2019年，青島啤酒在此基礎上升級為「三疊加三解碼」，重新定義好啤酒就是「基礎質量+特色質量+魅力質量」的三疊加，通過消費者需求解碼、產品解碼和工藝解碼的「三解碼」路徑，滿足和引領消費者對高品質、多元化、個性化的舌尖需求。2021年，青島啤酒質量管理再升級，提出「魅力感知質量管理模式」。通過消費者大數據分析，該模式打通了「端到端」供應鏈，企業端打造，消費端感知。青島啤酒從研發、採購、生產、物流、品牌、銷售、服務、場景營造等全環節全鏈條同步實現魅力感知質量，為消費者創造出超預期的好產品。

依託釀酒行業唯一的國家重點實驗室，青島啤酒敏銳地捕捉到潮流湧動方向，陸續推出「一世傳奇」「百年之旅」「琥珀拉格」「奧古特」「鴻運當頭」「經典1903」「桶裝原漿」「皮爾森」「青島啤酒IPA」等九大系列70多種產品，進一步引領消費者對於產品的高品質需求。

正因為堅持追求高質量，青島啤酒在中國質量領域不斷贏得各種榮譽，連續兩屆獲得中國質量獎提名獎，榮獲全國企業管理現代化創新成果一等獎。

質量管理模式的與時俱進，更反映在消費端。在青島啤酒獨有的體驗場景TSINGTAO 1903青島啤酒吧有這樣的崗位——侍酒師。「打酒時，要用1.5L酒液沖洗酒管和售酒機，5℃純淨水噴沖玻璃杯，酒杯45度角傾斜放置，手持杯底1/3處，出口口距離杯子內壁高度固定於3厘米，啤酒泡沫與杯口平齊，高度佔杯子高度的1/3……這都是為了保證啤酒入口的品質更佳。」對於工作中的質量標準，侍酒師劉德謙如數家珍。

這一串串數字，是青島啤酒對魅力感知質量極致追求的充分體現。掌握消費新趨勢密碼，青島啤酒將創新作為品質與服務、產品與場景的重要保障，這也為企業不斷躍升發展創造了條件。



◆青島啤酒時光海岸精釀啤酒花園1903精釀工場。

魅力感知質量 創造美好生活

「這裏簡直就是啤酒愛好者的天堂，環境不錯，24款風味各異的特色精釀，適合多次打卡，特別是火鍋味的藤椒酸啤，女生喜歡的西柚酸啤，突破我對啤酒的想像。」在開業不久的青島啤酒西海岸精釀啤酒花園，從北京來青島旅遊的吳先生告訴筆者。

在這裏，全球首創、規模最大、業態最全的「啤酒+」沉浸式精釀生活體驗MALL，將精釀啤酒生產、品鑒、美食、娛樂、旅遊、婚慶等多業態融為一體，讓體驗更「深一度」。這是百年青啤打破原有產業邊界、促進產業交叉融合、培育新業態新模式的一次顛覆性創新。

距離大海僅80米，8大系列24款產品新鮮零距離，度假酒店的啤酒元素如影隨形，啤酒SPA賦予全新體驗，1903麵包坊打破傳統麵包與料理的想像界限……啤酒花園讓消費者在情感共振與文化共鳴上建立起更多的連接，成為中國啤酒之都的新「會客廳」，也成為體驗青啤魅力感知質量的最佳切口。

質量如何成為美好生活的底色？最權威的答案掌握在消費者手中。如今，消費者對質量的感知，不再僅僅是購買體驗產品，還包含空間美學、氛圍營造、服務體驗等附加價值，打造場景，捕捉需求，人、貨、場積極互動的背後是審美和體驗的深度滿足。

從每年遍布全國50多城的青島啤酒節，到全國60多城的200多家青島啤酒吧；從擁有6大時尚業態的青島啤酒西海岸精釀啤酒花園，到複合型啤酒文化新場景1903青島酒館裏院店；從各式各樣的啤酒美食，到啤酒酵母麵包「膨脹醒主」……從釀造「好啤酒」到創造「美好生活」，今天的青島啤酒跳出生產者的單一角色，並以場景為突破口，率先將質量管理從控制走向感知，從交付走向互動，從產品走向服務，讓消費者視覺、聽覺、嗅覺、味覺沉浸其中。

質量管理理念和模式的每一次昇華，既烙印着時代變遷、企業發展、消費者需求變化的足跡，也凝聚着一代代青啤人對於質量的執着追求。青島啤酒以魅力感知質量管理模式助力質量強國建設，持續滿足人民群眾日益增長的美好生活需要，用一瓶好啤酒，讓消費者觸動、激動、怦然心動，也讓企業經營業績屢創歷史新高，高質量發展不斷躍上新台階。

青島啤酒品牌價值19年蟬聯中國啤酒行業首位

如今，「Z世代」逐漸成為消費主流人群，消費者對啤酒這一快銷品提出更高要求，多元化、個性化、高端化、便捷化日益明顯。品牌升級自需求端而起，消費者的需求就是品牌前行的動力。

青島啤酒是最早「走出去」的中國品牌之一。尤其是最近十年，從北美、西歐、東南亞到非洲、東歐、拉美、南太平洋等市場，青島啤酒走進了100多個國家的百姓餐桌；從亮相於APEC、G20峰會、金磚國家峰會、上合組織峰會、跨國公司領導人青島峰會等重大活動，

到北京2022年冬奧會，青島啤酒自帶流量頻頻出現在運動員賽場奪金時刻；從產品走出去、品牌走出去，到文化走進去，青島啤酒在國際市場上樹立了高品質、高價格、高可見度的品牌形象。

截至目前，青島啤酒以2,182.25億元的品牌價值19年蟬聯中國啤酒行業首位。青島啤酒及其旗下的崂山啤酒、漢斯啤酒、青島啤酒博物館、王子以及TSINGTAO1903青島啤酒吧等品牌總價值已突破人民幣3,400億元。



◆每一瓶啤酒的背後，都經歷了超乎想像的精雕細琢。