

今夏啤酒市场杀出“黑马” 果啤销量近 1000 千升

夏季是一年中啤酒销量最大的季节,很多人会在这个季节里拿起冰冻啤酒当饮料喝,一口气喝二三瓶啤酒算是“毛毛雨”。以往,人们喝得最多的啤酒是黄啤,也有白啤、黑啤,今年夏季可不一样了,“喝货”们不但大口喝黄啤,还大口喝果啤。果味啤酒成为今夏上海啤酒市场杀出的“黑马”。

上海多家果啤销售商提供的数据显示,3 年前几乎是“0”消费的果味啤酒,这两年消费增幅迅猛,每年的增幅超过 30%,预计今年夏季的消费量已经接近 1000 千升。

上海是全国果啤消费量最大城市

上海市酿酒专业协会秘书长吴建华告诉记者,上海啤酒的年消费量约有 100 万千升,排名第二的是葡萄酒,估计年消费量 30 多万千升, 已经超过黄酒 17 多万千升的年消费量,啤酒则是绝对的酒类消费老大。

啤酒的种类很多, 最常见的有黄啤、白啤、黑啤,其中黄啤占啤酒消费总量的八成左右。果味啤酒在近两年才开始出现,包括菠萝味、草莓味、百香果味等等,目前市场占有率还很小,但销售增幅较快。上海是全国果味啤酒消费量最大的城市。

果味啤酒是在啤酒发酵过程中加入果汁混合发酵或是在酿好的啤酒中加入果汁或添加剂混合而成。用水果直接酿制的酒叫果汁酒,不是水果啤酒。

果啤也有鲜啤或生啤

吴建华介绍说, 啤酒还有一种分类,就是工业化量产的啤酒和精酿(手工)啤酒,量产的啤酒就是人们常见的瓶装和罐装啤酒,这类啤酒的保质期大都在 1 年左右。精酿啤酒指的是酿制后,未经杀菌或过滤的啤

酒,这类啤酒习惯上称为鲜啤或生啤,精酿啤酒的麦芽度、酒精度更高,口感更纯,是高品质啤酒,但保质期相对短,一般仅有 1 周至 1 个月。

老上海人大都知道,上世纪六七十年,普通市民家里没有冰箱,那时瓶装啤酒很少,很多爱喝啤酒的市民会在下午四五点钟,拿着热水瓶去买啤酒,那时卡车运过来的散装冰冻啤酒就是鲜啤或生啤,7 分一杯,买三四杯倒入热水瓶,拿到家里还是冰凉的。

“现在市场上、饭店里、酒吧内也有鲜啤或生啤供应, 今年百威英博公司下属的工坊就有精酿的果味鲜啤,雪花、青岛啤酒在魔都推出了量产的瓶装和罐装果味啤酒。”吴建华说。

果啤大都在中高档超市、网店、酒吧中销售

据了解,相对传统普通的黄啤、白啤、黑啤,果味啤酒的售价比较高,是传统普通啤酒售价的 3 至 5 倍,因此,果啤主要在中高档超市、网店以及酒吧中销售。记者日前在淘宝上搜索“果味啤酒”,网上显示出菠萝味、草莓味、百香果味、桃子味等多种单一口味果啤,



果啤成今夏上海啤酒市场的“黑马”
图片来源/视觉中国

但同时也显示有多种水果混合口味的果味啤酒,果啤每瓶(罐)的售价在几元到几十元不等,容量多为 250 毫升 720 毫升之间。

仔细观察可以发现,不少果啤中添加了果汁和糖浆、白砂糖、甜味添加剂。果啤主要来自法国、比利时、瑞典和丹麦等欧洲国家,也有国内品牌、产品。果味啤酒的颜色与标明水果的颜色一样,比如菠萝味和桃子味是淡黄色的,草母味是粉红色等,果啤带有水果香味和口味。

“我们这里销量最好的是 330 毫升中浓

度的菠萝啤, 今年夏季月销量达到两万瓶以上。”一家淘宝网店称,他们那里酒精度度低的草莓啤酒同样很好销, 今年夏季比去年同期增长 3 成以上。

多位在京东销售果味啤酒的网店客服向记者介绍说, 他们那里橘子味啤酒的酒精度比较高,更受男性消费者偏爱。另外一款加入苹果汁、红覆盆子汁,红颜色啤酒更受女性欢迎。上述网店的客服称,今年入夏以来,果味啤酒同比销售增幅不会低于 3 成。

(周到上海)

以书换书新时尚 社区首秀亮相静安丽舍

“以书换书”是一种新兴的阅读文化,旨在通过书籍的交换,让读者在阅读的同时,也能分享自己的藏书,实现资源共享。这种活动不仅丰富了读者的阅读生活,也促进了社区文化的交流与发展。

静安丽舍社区作为上海市首批“以书换书”试点社区之一,自活动开展以来,受到了广大居民的积极响应。社区内设立了专门的换书点,居民们可以带着自己的闲置书籍前来交换,换取自己感兴趣的书籍。这种活动不仅节省了购书成本,也增加了书籍的利用率。

据社区工作人员介绍,目前换书点的书籍种类涵盖了文学、历史、科学、艺术等多个领域,满足了不同年龄段居民的需求。未来,社区还将继续扩大换书点的覆盖范围,并定期举办换书主题活动,进一步推广这一阅读新时尚。



“以书换书”活动不仅是一种阅读方式,更是一种生活态度的体现。它倡导居民们通过书籍的交换,建立起一种互助、分享、交流的良好社区氛围。在静安丽舍,居民们不仅可以换到心仪的书籍,还能在交流中结识志同道合的朋友,共同提升生活品质。

社区负责人表示,“以书换书”活动是社区文化建设的重要组成部分,也是提升居民文化素养的有效途径。未来,社区将继续深化这一活动,探索更多创新形式,让“以书换书”真正成为社区居民的一种生活常态,推动社区文化事业繁荣发展。



上海年内将创设 300家“上海职工学堂”

记者从日前举行的“上海职工学堂”创设工作推进会上获悉, 目前本市已成功创设 124 家“上海职工学堂”。

创设职工学堂是 2019 年上海市总工会服务职工实事项目之一。今年市总工会将面向全市职工,依托高技能人才实训基地、职工教育培训示范点、企事业单位及其培训点、职业学校、社会培训机构等资源,在产业工人相对聚集、条件成熟的产业园区、楼宇商圈等区域,新创设 300 家“上海职工学堂”,对社会免费开放。

为鼓励职工学堂的创设,当天的推进会进一步规范了“上海职工学堂”的创设管理工作,并明确将根据教学场地面积、硬件设施、课程设置、师资队伍、培训人数、管理制度、课程与产业工人技能提升匹配度等要素,对职工学堂进行综合评定。根据评定结果给予学堂 3 万至 5 万元的补贴,用于各职工学堂的硬件采购、教材编写、课件制作等培训支出。

刚刚发布的《“上海职工学堂”创设管理办法(试行)》(征求意见稿),明确职工学堂必须做到“五有”,即:有固定场所,原则上累计教学面积不小于 50 平方米,可以是独立的房间、车间或教室,也可以是利用能满足授课要求的共享区域;有培训设施,满足培训教学需要,为学员提供一个良好的培训环境,有条件的职工学堂还可以配置视频音频播放、远程网络教育等多媒体教学设备;有精品课程,课程设置应从产业工人队伍建设职工技能提升的角度出发,主要以技能提升类、科学技术类为主,原则上每季度应开展相应的技能培训活动,每年培训职工不少于 1000 人次;有师资队伍,充分挖掘企业内部有专业特长的技术骨干,组建一支内部讲师队伍,也可以邀请外部专家、教授、讲师,尤其是邀请有一技之长的工匠、劳模等担任授课老师;有专人负责,确保设施运

转、课程发布等。

目前本市已创设成功的 124 家“上海职工学堂”中,非公职工学堂 59 家,占比 48%;基层企业培训机构(点) 45 家,占比 36%。从课程内容看,有 82 家学堂聚焦职工技能类培训以职工技能提升类为精品课程。

上海市总工会副主席周奇表示, 创设“上海职工学堂”是广大职工就近就便提升技能素质的迫切需要,是工会不忘初心、牢记使命,推进产业工人队伍建设改革的重要举措。他透露,针对中小企业培训难、职工需求分散、职工培训时间不固定等特点,下半年“上海职工学堂”将提供一批精品课程以菜单式的服务满足广大职工的培训需求。

(上观新闻)

纠错有奖

欢迎广大读者向“啄木鸟”

本报为进一步提升稿件质量,特设“啄木鸟”纠错奖励机制。凡读者发现稿件中的文字、标点、数据等错误,经核实无误后,将给予相应奖励。欢迎广大读者积极参与,共同提高新闻报道的准确性。

纠错奖励标准:

- 发现文字、标点错误:每次奖励 5 元。
- 发现数据、事实错误:每次奖励 10 元。
- 发现逻辑、结构问题:每次奖励 20 元。

纠错方式:请读者将纠错信息发送至本报编辑部邮箱:xxx@xxx.com。

纠错截止时间:2019 年 9 月 30 日。