

宝鸡欢动 1*24瓶一箱 330ML 夜场小支啤酒

产品名称	宝鸡欢动 1*24瓶一箱 330ML 夜场小支啤酒
公司名称	李光亮
价格	38.00/瓶
规格参数	品牌:宝鸡欢动 商品条形码:6901035603638 卫生许可证:QS370215030186
公司地址	中国 山东 临沂市兰山区 工业大道
联系电话	86 152 53922263 18653938599

产品详情

品牌	宝鸡欢动	商品条形码	6901035603638
卫生许可证	QS370215030186	产品标准号	GB3719
净重	330 (ml)	保质期	180 (天)
原料与配料	水 大米 麦芽 啤酒花	酒精含量	3.7 (%)
麦汁浓度	11 (%)	色泽	淡黄色
生产厂家	宝鸡市陈仓区	原产地	山东
储藏方法	5-25 ° 避光贮藏		

本公司专业销售青岛系列：小优 中优500 小王子 小白金 宝鸡欢动 纯生330纯生500 上海超爽 上海纯生，百威系列：百威330 百威纯生，冰纯嘉士伯，科罗娜，喜力，欢迎社会各界朋友来电洽谈。tel:15253922263 18653938599 qq:7810958 qq群:1群：5953098-2群:117859897

啤酒的种类：

1.根据原麦汁浓度分类(1)低浓度啤酒(small beer)原麦汁浓度在2.5%—9.0%之间,酒精含量0.8%——2.5%之间的属低浓度啤酒。儿童啤酒、无醇啤酒均属此类型。(2)中浓度啤酒(light beer)原麦汁浓度在11%-14%之间,酒精含量3.2%-4.2%之间的属中浓度啤酒。这类啤酒产量最大,最受消费者欢迎。淡色啤酒多属此类型。(3)高浓度啤酒(strong beer)原麦汁浓度在14%——20%之间,酒精含量4.2%——5.5%,少数酒精含量高达7.5%,这种啤酒均属高浓度啤酒。黑色啤酒即属此类型。这种啤酒生产周期长,含固形物较多,稳定性强,适宜贮存或远销。2.根据啤酒色泽分类淡色啤酒----色度在5-14ebc之间。淡色啤酒为啤酒产量最大的一种。浅色啤酒又分为浅黄色啤酒、金黄色啤酒。浅黄色啤酒口味淡爽,酒花香味突出。金黄色啤酒口味清爽而醇和,酒花香味也突出。浓色啤酒----色泽呈红棕色或红褐色,色度在14-40ebc之间。浓色啤酒麦芽香味突出、口味醇厚、酒花苦味较清。黑色啤酒----色泽呈深红褐色乃至黑褐色,

产量较低。黑色啤酒麦芽香味突出、口味浓醇、泡沫细腻，苦味根据产品类型而有较大差异。3.根据杀菌方法分类纯生啤酒：采用特殊的酿造工艺，严格控制微生物指标，使用包括0.45微米微孔过滤的三级过滤，不进行热杀菌，让啤酒保持较高的生物、非生物、风味稳定性。这种啤酒非常新鲜、可口，保质期达半年以上。鲜啤酒----啤酒包装后，不经巴氏灭菌的啤酒。这种啤酒味道鲜美，但容易变质，保质期7天左右。熟啤酒----经过巴氏灭菌的啤酒。可以存放较长时间，可用于外地销售，优级啤酒保质期为120天。4.根据包装容器分类瓶装啤酒、易拉罐装啤酒、桶装啤酒5.根据啤酒酵母性质分类上面发酵啤酒----采用上面酵母。发酵过程中，酵母虽CO₂浮到发酵面上，发酵温度15-20℃。啤酒的香味突出。下面发酵啤酒----采用下面酵母。发酵完毕，酵母凝聚沉淀到发酵容器底部，发酵温度5-10℃。啤酒的香味柔和。世界上绝大部分国家采用下面发酵啤酒。

百威公司介绍：百威国际啤酒有限公司被公认为是在中国运营状况最佳的酿酒商之一。卓越的品质保证、优质的包装及严格的环保管理使其始终雄居业内翘楚。始终如一的卓越品质是百威的标志。无论在世界任何地方酿制的百威啤酒都能保证同样清澈、清醇、清爽的绝佳口感。为了确保品质的统一，从最初挑选上好的全天然原料，到最后的品味测试，百威共有240道保质工序。

百威国际啤酒有限公司隶属于美国安海斯-布希公司。安海斯-布希公司总部位于美国密苏里州圣路易斯市，是世界上最大的酿酒商。百威酿造安海斯-布希公司的旗舰品牌，同时也是世界销量第一的百威啤酒，以及另一超高档品牌——百威冰啤。百威国际啤酒有限公司被公认为是在中国运营状况最佳的酿酒商之一。卓越的品质保证、优质的包装及严格的环保管理使其始终雄居业内翘楚。始终如一的卓越品质是百威的标志。无论在世界任何地方酿制的百威啤酒都能保证同样清澈、清醇、清爽的绝佳口感。为了确保品质的统一，从最初挑选上好的全天然原料，到最后的品味测试，百威共有240道保质工序。百威始终不计成本地选用最优质的全天然原料，包括大麦、啤酒花、大米、酵母和水。百威所有的供应商都需经过六个月到一年的严格的资格鉴定，公司对供应商的评定一贯基于质量高于一切的原则。酿制百威的后成熟工序是公司独一无二的山毛榉木陈酿工艺，这种传统技术确保了百威啤酒清澈、清醇、清爽的天然口味

2002年财富全球五百家最大公司评比中，安海斯-布希公司名列第397位；2002年全球500强竞争力的评比中，安海斯-布希公司以154.55的竞争力综合指数名列第319位；而在2002年度世界知名品牌价值排行榜上，百威以113.49亿的资产名列第24位，又一次成为世界第一啤酒品牌。

1995年，百威的亚洲工厂最终在中国武汉兴建。中国市场的百威啤酒全部由百威（武汉）国际啤酒有限公司酿造，采用了与美国安海斯—布希公司（简称a—b公司）一致的原料标准和酿造工艺，确保百威啤酒达到全球统一的口味和质量。无论是在美国还是在中国，百威啤酒引以为豪的是只采用质量最佳的纯天然原料，以严谨工艺控制，通过自然发酵，低温储藏而成。百威啤酒用料筛选严，要求高，整个工艺流程不使用任何人造成分、添加剂或防腐剂。百威啤酒将酿造视为传统工艺和现代技术的有机结合，这种对质量的严格要求和精益求精造成了百威啤酒良好的口碑。

百威啤酒已经成为中国知名度最高、销售量最大的洋品牌啤酒，销售网络遍及全国各大城市，占居了中国高档啤酒市场相当大的份额，尤其是高档酒楼、涉外宾馆、高级舞厅、的厅等几乎是清一色的百威

青岛啤酒青岛啤酒是中国最有知名度和最受到国际认可的啤酒品牌，创始于1903年。1903年8月，来自英国和德国的商人联合投资40万马克在青岛成立了日耳曼啤酒公司青岛股份公司，采用德国的酿造技术以及原料进行生产。古老的华夏大地诞生了第一座以欧洲技术建造的啤酒厂——日尔曼啤酒股份公司青岛公司。经过百年沧桑，这座最早的啤酒公司发展成为享誉世界的“青岛啤酒”的生产企业——青岛啤酒股份有限公司。1993年，青岛啤酒股份有限公司成立并进入国际资本市场，公司股票分别在香港和上海上市，成为国内首家在两地同时上市的股份有限公司。在漫长的100多年发展历程中，青岛啤酒厂积累了丰富的经验；在消化吸收的基础上形成了自己独特的传统。因而，产品质量比较稳定，被国内外消费者公认为名牌产品。目前，青岛啤酒公司在国内18个省、市、自治区拥有40多家啤酒生产厂和麦芽生产厂，构筑了遍布全国的营销网络，基本完成了全国性的战略布局。现啤酒生产规模、总资产、品牌价值、产销量、销售收入、利税总额、市场占有率、出口及创汇等多项指标均居国内同行业首位。

嘉士伯啤酒 “ probably the beer in the world 嘉士伯-

可能是世界上最好的啤酒’ ” 嘉士伯啤酒由丹麦啤酒巨人 carlsberg 公司出品。carlsberg 公司是仅次于荷兰喜力啤酒公司的国际性偶就生产商，1847年创立，至今已有150多年的历史，在40多个国家都有生产基地，远销世界140多个国家和地区，产品风行全球。carlsberg 公司目前是世界前七大啤酒公司之一。嘉士伯啤酒在其丹麦哥本哈根的总部有着世界上数一数二的酿造研究中心，包括80个实验室和100多名科学家。嘉士伯啤酒的口感属于典型的欧洲式

larger啤酒，酒质澄清甘醇，嘉士伯十分重视产品的质量，打出的口号即广告词-- ‘ probablythe beer in the world 嘉士伯-可能是世界上最好的啤酒’ ，相当的深入人心。它通过各种人文与运动活动，包括对音乐/球赛等活动的赞助，树立里良好的品牌形象。嘉士伯啤酒是较早进入中国市场的外资啤酒品牌之一。其旗下的丹酿公司曾利用其先进的技术，帮助中国该建了40多家啤酒厂，它在中国拥有一个有10多年历史的销售网。1995年嘉士伯在上海松江以5000万美金的投资兴建了第二家合资啤酒厂，联合香港太古集团使外方所占股份达到95%。

科罗娜啤酒：1925年，世界上第一瓶科罗娜特级啤酒(corona extra)由墨西哥modelo集团酿造出来。科罗娜特级啤酒滴聚菁华，清冽爽口，很快就成为了墨西哥啤酒的第一品牌，同时其出口量占墨西哥全国啤酒出口量的85%。自科罗娜特级啤酒进入中国以来，历届墨西哥总统访华，均选用科罗娜特级啤酒做为其官方宴会的唯一指定啤酒。每一瓶科罗娜啤酒都是在墨西哥境内酿制的，此举可确保全世界的科罗娜啤酒都有同样优良的品质和口感。

喜力啤酒：荷兰喜力 (heineken) 啤酒，是排名第一的国际啤酒品牌，世界第二大的啤酒集团，品牌在50个国家中与超过110个的啤酒公司联营生产，产品在170多个国家和地区里销售。创建于1863年的喜力品牌，其第三代掌门人alfredhenryheineken为品牌的识别立下汗马功劳，他富有创意地将喜力啤酒瓶的颜色都统一为绿色，把heineken品牌标志中的三个英文字母e巧妙地设计为微笑的嘴巴。这两项识别要素为喜力品牌个性的塑造和传播起了非常重要的作用。虽然喜力三代人终身专注于独特酿造配方的世代传承，从原材料、酿制用水、酿造流程、瓶装到分销每一个环节的严格把关和高标准要求，但可能是受欧洲传统文化影响，对于这样一个具有百年品牌历史的“老店”，它没有从老祖宗那里去“挖掘”遗产，吃老本，拿“独特配方、世代相传”作为品牌卖点。它除了在营销组合中创造性地采用了赞助各种网球公开赛、音乐会、电影来塑造自己的品牌形象之外，还常常在广告创意中用幽默和诡秘的氛围去表现喜力所具有的魅力。