

# “大国匠星”首款城市文化酒发布

## 文化赋能创新发展 大隆汇打造文创酒新标杆

■记者 周静 朱臻 摄

文传千载,酒承万象。12月16日,江苏大隆汇首款城市文化酒“大国匠星——青果巷”“大国匠星——520”正式发布。活动现场,徐岩、王贵玉、陈处达、贺尔军等国家级白酒大师与专家,对“大国匠星”城市文化酒进行了权威评析。由全省13个城市报业集团组成的“江苏报业酒水宣传联盟”,共同报道了“大国匠星”城市文化酒的上市发布。



### 第二届“大国匠星”文化节暨大国匠星城市文化酒上市发布会

## 1 来常州玩乐 喝“大国匠星”酒

历史文化名城常州,有着“江南美食之都”的美誉,历史的长河积淀了醇厚的常州城市文化。此次“大国匠星——青果巷”“大国匠星——520”的闪亮登场,是江苏大隆汇立足常州历史文化地标推出的城市定制酒。大隆汇创始人郭春雷表示,大隆汇作为常州的本土企业,对城市文化有着深厚的感情,一直希望以一款自己研发制造的常州酱酒,展现常州的城市文化与风土人情,也将常州独有的文化底蕴与自然气息赋予这杯酒,孕育独特的酒文化与城市人文。

江苏大隆汇文化科技股份有限公司长期专注于中高档酒类名优品牌的营销与推广,20多年前就创造过名酒卖场展示厅的规模、品类中国之最,2015年大隆汇正式挂牌上市。在经营过程中,郭春雷针对中国白酒缺乏高端精品化再开发、再提升的动力这一现状,开始打造大隆汇“八窖酒库”,与安徽古井贡酒、贵州董酒、陕西西凤等名酒厂家合作,打造了多款高端收藏级限量版文化白酒,形成“八窖酒库”文化白酒体系。

在此基础上,江苏大隆汇组织

以茅台酒厂老厂长邹开良为领衔,由全国9位白酒大师组成的专业团队,以茅台镇核心产区为生产基地,以“12987”正宗大曲酱香酒酿造法,成功开发出“含得住”的常州酱酒——“大国匠星”,其“大国匠星”尚酱款一举夺得2022ISGC大奖赛国际烈酒金奖。这不仅开创了中国酱酒口味融合化的研发之路,也填补了常州高端白酒研发制造的空白,让“常州酱酒”成为擦亮“江南美食之都”的一张新名片。自此,常州人可以自豪地说:来常州玩乐,喝大国匠星。

## 3 一酒一城 共生共长 传播更多城市文化形象

以酒为媒,展示常州形象,传播常州文化,是“大国匠星”品牌创立的初心,也是大隆汇对于品牌的追求。深究创始团队的心路历程,也都是源于对酱酒文化的满腔热爱,才有不懈的动力坚持打造,尽善尽美。

在此次“大国匠星”城市文化酒的推广活动中,城市特色、城市文化都是其中的重要指向。据了解,在2015年,大隆汇就确立了弘扬中国酒文化的事业版图,把中国白酒的收藏文化纳入了体系建设中。在打造“大国匠星”酒品牌的过程中,不仅把弘扬中国酱酒文化作为建设重点,也把结合中国城市特点、扩大酱酒文化传播,作为酒文化建设的新工程,希望通过“大国匠星”的技术优势,以更具城市个性更具城市审美的城市形象设计,放大城市的影响力。

在“大国匠星”酒的成功研发后,大隆汇又推出了“大国匠星·常州历史文化

挖掘”项目,以企业创意设计团队为基础,联合保利中国工艺、常州大学、江苏理工学院、常州工学院等设计机构、院校合作,对常州历史文化进行深度挖掘,并进行系列的文化形象设计。

目前,大隆汇与江苏理工学院艺术设计学院合作的《大国匠星城市文化酒包装设计》项目,已完成了在杭州、宁波、金华等11个地级市的城市文化酒包装设计。每个城市文化酒的包装设计思路,均以酒为载体,挖掘、提炼城市独具代表性的地标建筑景观、历史文化、城市精神、戏剧故事、诗词歌赋、非遗等文化符号,拉近消费者与城市文化间的距离,提升消费者对当地城市文化的认同感。

后期,大隆汇还将与不同的城市文化进行充分交融,一方面通过“大国匠星”推动城市文化的调查与研究,一方面让城市文化赋予“大国匠星”更多的文化内涵,让中国酱酒文化更具魅力。

## 2 坚持“12987”酿造工艺 呈现完美酒体风味

“大国匠星”品牌酒由不同名酒厂的大师精心研制,博采众长,文化融合、品质优化特别鲜明,不仅酒体丰满,酱香纯正,更可贵的是,口感经过大师们的上百次上千次的反复勾调,形成了高度白酒中极为罕见的“绵柔度”。

其酿造基地是邹开良在茅台镇核心区精心挑选,并严格按照传统酱酒“12987”酿造工艺,确定了基酒大比例使用调味酒的品质标准,以精工慢酿的酿造方式形成了“大国匠星”

的“少而精、精而醇”限量精品路线。所采用的“12987”酿造工艺,包括:1—一年生产周期,2—两次投粮,9—九次蒸煮,8—八次发酵,7—七次取酒。郭春雷介绍说,中国酱酒的核心价值就是资源稀缺与工艺严苛而造成的产量有限,要打响“常州人的酱酒”这个品牌这个名号,就是要坚持“12987”酿造工艺,“12987”代表了中国酱酒的精神,更体现了常州制造的精神,因此,不惜工本,汇集大师,技术突破,工艺坚守成为了“大

国匠星”的价值核心。

中国白酒大师陈处达称,在郭春雷的主导下,在邹开良的技术总负责下,“大国匠星”在中国白酒界包括酱酒界解决了因风格过于鲜明,口味差异过大而造成的客群单一现象,“大国匠星”通过勾调技术的创新,各大名酒勾调技术的融合,实现了中国酱酒口味的突破,这不仅有助于“常州酱酒”打开全国市场,更有助于走向世界市场,让世界各地的人喜爱中国酒。

## 哪吒X:15万元级纯电SUV中的智能“新标杆”



《头文字D》电影中,有句台词,“这世界上只有一种成功,就是能够用自己喜欢的方式度过自己的一生”。其实车也一

样,如果它能够按照自己的产品定位,被喜欢它的用户使用完整的生命周期,这也是车的成功。

哪吒X或许正是适合生活的“对象”。去年,哪吒汽车曾以15.4万辆获得新势力销量年度冠军,也让更多人认识了这个品牌。哪吒X是哪吒一款重要的车型,定价10—15万元,是一款紧凑型SUV车型,尺寸空间在同级别中具有优势。整体采用了最新的家族式外观设计,前脸采用封闭式格栅,而分体式大灯组在远处看构成了X的样式,相比哪吒U看上去更加时尚、运动。同时,哪吒X并没有采用目

前电动车流行的隐藏式门把手,而是采用了常规门把手,从交互方式来看更符合大多数用户的习惯,同时故障率和维修成本也降低不少。

虽是10万元的级别,但是车内采用了大面积的软包,覆盖率达到80%,包括座椅、方向盘、中控台等部位大面积使用了皮质包裹。中控台搭载了15.6英寸智能中控屏,车机内置8155芯片,中控屏操作系统流畅度高,还支持大量应用的拓展。语音识别支持连续对话,带有双音区定位功能。

在动力方面,哪吒X搭载了一台120kW电机,零百加速

时间为9.5秒,最大扭矩210N·m,拥有CLTC工况下401km和501km两个续航版本,乘坐感更舒适。此外,车辆的悬架调教整体也偏向舒适取向,路面细碎的颠簸可以得到很好的过滤。

哪吒X目前官方限时售价为10.88万元—12.88万元。在十万元左右的价位,选择一台家用代步纯电SUV,哪吒X对比同价位油车有更多的配置、更好的内饰、更低的使用成本,也有更多的驾驶辅助功能。现车已到店,欢迎莅临品鉴。

明都苏诺:武进汽车城 品鉴热线:86252066