

会酿不会卖 青岛老白酒如何走出“巷子深”

仰韶酒业亮相漯河食博会

■ 新视

一个属于“舌尖上的产业”的华美盛会,在“中国食品名城”漯河精彩登场。作为商务部重点支持的全国性展会,第十五届中国(漯河)食品博览会近日在河南漯河市国际会展中心隆重开幕。

本届展会中外嘉宾达上万人,来自匈牙利、波兰、印尼、马来西亚等“一带一路”沿线国家的20多家境外企业,国内27个省、自治区、直辖市的近千家公司参展。

仰韶酒业展区以河南独有的陶香型白酒、优美的彩陶瓶身、悠久的仰韶文化,吸引了众多专业参展观众前来参观、咨询,来自多个国家的境外企业人士在参展之际均惊叹于中国文化的悠久绵长,对仰韶文化元素的彩陶瓶及四陶工艺充满了好奇。

中国副食品流通协会会长何继红、河南省酒业协会会长熊玉亮、副会长兼秘书长蒋辉等相关领导参与了本次盛会并在食博会开幕之际参观了仰韶酒业展位,与仰韶营销公司总经理卫凯、销售中心总监郝惠峰,话创新、谋发展。

在本次食博会上,仰韶酒业充分利用良好的展示平台将豫酒的科技发展、豫酒的品质创新、河南的文化魅力带来自全国乃至世界各地的宾朋。“豫酒发展,科技创新、品质创新,仰韶均走在前列,这次漯河食博会汇集了来自‘一带一路’沿线多个国家的境外企业人士及国内27个省、自治区的嘉宾,仰韶为豫酒的对外开放展示了良好形象!”蒋辉表示,在如此大型的展会上,仰韶拿出了自己的“国际范儿”。

卫凯表示,此次展会规模较大、档次较高、人气旺、效果好、影响力大,仰韶酒业为本届食博会准备良久,希望仰韶能借此契机让更多人感受到千古仰韶文化、悠悠陶香美酒的魅力所在。

熊玉亮向何继红介绍了仰韶酒业近期的发展动向及仰韶酒业新品陶藏并表示,彩陶坊无论是消费者口碑,还是市场表现都非常好,市场做得稳、企业发展稳,这主要得益于彩陶坊的品质稳定和团队优势,在各大展会及重量级会议中频频亮相,为河南的对外宣传起着重要的媒介作用。本届食博会,以食为媒、以酒为媒让河南广交朋友,让世界认识着河南的改变。



智利顶级葡萄酒酿酒师答谢会在烟举行

■ 胶东

近日,智利顶级葡萄酒酿酒师答谢会在烟台中心大酒店举行。智利顶级酿酒师拉菲尔(Rafael)先生和智利卡萨托奇酒庄中国总代理贾京波先生出席答谢会。

据胶东在线消息,智利是南美第一个和中国建交的国家,也是今年中国召开的一带一路峰会中唯一一个到会的南美国家,体现了两国深厚的历史友谊。借此机会,拉菲尔先生来到享有中国葡萄酒之乡的海滨城市——烟台,和大家一起分享当今智利独一无二的葡萄酒风格,展现智利葡萄酒的风采。

当问及如何打开中国市场时,拉菲尔先生表示,“我们的葡萄酒没有针对特定年龄,成年开始到老年都可以喝……它跟意大利和法国的风格都不一样,它代表了努力,代表了梦想,代表了传奇。我们现在处于摸索阶段,在一些品鉴会、商务晚宴、媒体宴会等场合推介,让大家感受到不一样的酒,独一无二的酒,我们不与其他酒比,只是传达一种热情。”卡萨托奇酒庄中国总代理贾京波表示,“从两个方面,一个是土地制度。智利土地私有,葡萄酒酿造大多都是自产自制的酒庄而不是工业化生产的酒庄,酒的多样性多,可发掘空间大。第二方面,年轻人认知快,尤其是90后、00后,经济能力高且容易接受新事物,对文化进步的推动更大,所以我们很重视这一部分受众,会更好地挖掘这类客户资源。”通过这次答谢会,拉菲尔先生也深深感受到了烟台朋友深厚的葡萄酒底蕴和素养。

拉菲尔先生这次的中国之行,更多的是想和中国的朋友零距离接触,探索和征服巨大的中国市场,让中国朋友感受到智利顶级酿酒师用他们的智慧和灵感酿造的世界上独一无二的葡萄酒的风采。



●拉菲尔先生和与会观众交流葡萄酒品鉴心得

与外来品牌激烈争夺市场形成鲜明对比的是,在各大商超,只有琅琊台等挺身而出而且战绩不错,大多数本土白酒企业似乎成了“局外人”。那么,其他本土白酒企业又去了哪里?

■ 姜瑞胜 郑成海

最近,国内19家上市白酒企业2016年经营业绩全部出炉,报告显示,15家全部实现正增长,其中有的酒企增速超过10倍。然而,在青岛白酒行业,面对外来品牌的不断挤压,除了琅琊台等少数白酒企业发展势头良好外,大多数本土白酒老字号面临发展困境,有的甚至从当年的“县酒”变成了“乡酒”。营销、人才、资金等方面的短板,让这些老白酒正面临着“酒香也怕巷子深”的苦恼。

■ 访商超 外来品牌争夺愈演愈烈

“白酒买一送一!”5月12日下午,在青岛香港中路麦凯乐超市白酒销售区,工作人员不时向顾客介绍促销产品。记者看到,金六福、泸州老窖的部分产品搞起了买一送一的促销活动,有的只要两百多元就能买到两瓶。在这家超市促销柜台上,贵州一家白酒企业生产的一款原价60多元的白酒,甚至只要10多元就能买到。5月20日,在乐客城华润万家超市,金六福也在力推买一送一,洋河部分产品还推出了买两瓶返现金的活动。

这只是青岛白酒市场上揽客大战的一个缩影。记者走访利客来、银座、华润万家等多家超市看到,专柜里的白酒琳琅满目,不下于几



十种,但大多数是外地品牌,包括茅台、五粮液、洋河、郎酒、泸州老窖、汾酒、衡水老白干等众多品牌,本土白酒只有琅琊台、棧桥白干等少数品牌。不少白酒品牌经常搞各种促销活动,“买一送一”“返现”等促销手段俨然成了吸引顾客的利器。记者采访还了解到,在一些临街商店和饭店等渠道,各大白酒品牌的争夺战同样异常激烈。

尽管白酒品牌之间的揽客大战愈演愈烈,但仍不断有外地品牌“杀”入青岛市场,刚刚进入青岛的武当酒就是其中之一。青岛美蕾贸易公司总经理雷胜荣告诉记者,根据她的了解,虽然青岛市场上的啤酒消费份额比较大,但白酒消费需求一点也不小,尤其是在一些婚宴和商务宴请等活动中,白酒消费占据了较大的比例。今年2月,该公司拿下了武当酒在青岛地区的总代理权,短短几个月,销售额就突破百万元。她透露,目前正在与几家大的渠道商接触,下一步将进商超和饭店推广。

■ 探工厂 昔日名酒不少处境尴尬

与外来品牌激烈争夺市场形成鲜明对比的是,在各大商超,只有琅琊台等挺身而出而且战绩不错,大多数本土白酒企业似乎成了“局外人”。那么,其他本土白酒企业又去了哪里?

5月16日,在李沧区虎山路22号,青岛龙涎春酒业公司销售部,尽管没怎么有人光顾,但



生产部经理顾伯树依然坚守在店里。柜台上的一张价格表显示,这里最便宜的白酒每斤12元,最贵的也只有50元,这个价格已执行6年。这家建于上世纪50年代的酒厂,曾经红遍当年的崂山县,但这种辉煌的日子早已一去不复返。2007年,青岛厂区的龙涎春进入停产状态,而将灌装基地迁往梁山。随着工业企业不断外迁,龙涎春厂址被出让用作房地产开发。龙涎春最初也想在青岛近郊找一块地重新建厂,然而几经周折也未能如愿。

事实上,面临困境的老白酒企业并非仅龙涎春一家,有的甚至因产品质量问题被曝光。位于平度市的青岛酿酒公司也是一家有着六十年历史的老白酒企业,但主要在本地一些乡镇销售。最近,在青岛市食药监局发布的一份通报中,这家白酒企业的一款产品中竟查出了糖精钠和纽甜,被依法进行了处罚。相比之下,位于胶州市的青岛酒厂股份公

酒道人生 | Wine life

冯波:为传统白酒酿造兑人“创新因子”

■ 祖明远 郝勇

近日,在浓郁的酒糟香气里,记者跟随冯波来到他工作的丰谷酒业第一酿造车间。经过发酵、蒸馏、冷凝等多道工序后,70多度的基酒正从一个巨大的酒罐中流出,冯波不时用勺子舀起一勺,在口中停留片刻,轻轻吐出,再喝下一口温水。这个过程,正是白酒生产中的关键环节——由品酒师对白酒品质做出判断,够什么等级、属于何种风味。

不循规蹈矩的“勾兑师傅”

据四川日报报道,在过去,冯波这份工作叫作“勾兑师傅”,就是将不同的基酒进行混合,勾兑出香气口感较佳的组合。因为这一行当注重经验,过去都是师承相传,在外人眼里也比较神秘。但冯波更喜欢另一个称谓“酒体设计师”。走进他的办公室,里面摆放的除了各种酒瓶、三角瓶之外,更多的是高效液相色谱仪、微量

高速离心机现代科学仪器。这与冯波化学专业毕业的背景有着直接关系。在进入这一当时非常封闭的行业之后,他走上了一条和师傅们迥异的道路:用科学技术改造这一行业。“同样是调酒,过去是靠感觉,知其然不知其所以然,但现在我们要分析,是什么物质,多大剂量、如何相互影响,才导致了酒的差异。”冯波说。

过去的“勾兑师傅”们一直想酿造出醉得慢、醒得快的浓香型白酒,但在传统模式下,根本没法找出影响醉酒度的微量成分。这正是曾获四川省科技进步二等奖的《生物技术在低醉酒度优质浓香型白酒生产中的应用》科研项目瞄准的问题。借助现代科学技术,经过4年成百上千次试验,2012年,冯波和同事们终于找出影响浓香型白酒醉酒度的五种主要微量成分,并由此首次确定了生产低醉酒度白酒的关键技术。这项技术应用第一年,就为企业新增产值2.67亿余元,新增利润9596万元。

北纬37度线上的神奇酒都

■ 汾研

广阔的黄土高原,被地质学家们称为“地球金坨”和“乌金高原”,因黄土里发现了鲜为人知的植物孢粉和香气之谜,又被亲切地称为“地球胃”。“地球胃”的神秘仅揭开了冰山一角,它还与一条不可思议的“地球生命线”有关。

世界上两个最伟大、最悠久的文明——“希腊文明”和“华夏文明(黄河文明)”,一西一东诞生在这条生命线上。这条黄金纬度线附近,还诞生了世界上众多的稀贵资源和文化古都。北纬37°线成为了人类“古代文明”和“现代文明”和谐共生、交相辉映的“生命脐带”和“营养快线”。

山西杏花村——这个因“国酒之源、清香之祖、文化之根”和“巴拿马甲等大奖”而闻名世界的中国千年古镇,也诞生在这个神奇的“地球生命线”上。卫星坐标显示,北纬37度线穿越山西吕梁市全境,其中,汾阳(古称汾州)境内的“千年酒都——杏花村”处在北纬37.20位置上。

杏花村汾酒因酿造历史悠久,被称为“东方最早的酒”,因酿酒技艺精湛,被称为“白酒酿造技艺的教科书”;因地处位置的不可复制性,千百年以来一直流传“离开山西杏花村,酿不出纯正清香汾酒”的说法。

杏花村汾酒所处的地理环境,从土壤上来讲,属于微生物菌种活跃、微量元素丰富的离石黄土结构。相对于南方的潮湿阴雨和北方的干冷多风,此地,四季分明、河道交错,植被丰富,土质疏松,气候宜人。

据山西省土壤专家和汾酒集团酿酒专家介绍,中国白酒对土壤环境的苛刻要求,与西方任何一种酒相比,有过之而无不及。

白酒泰斗秦含章曾说过:“白酒属于生物工程,是高科技。”基于“中国白酒是世界上唯一采用生态发酵工艺的种酒”的特点,中国白酒尤其是清香型白酒,对土壤环境、酿造环境的要求非常苛刻。

查阅详实资料发现,酒都杏花村位于“地球胃”胃口的最佳位置,土质以离石黄土为主,并夹有亚粘土和亚砂土,土质较为均匀,透气性好,酸碱度偏高,pH值为7.0-8.2,含盐度低,有机质平均含量为1.9%。

在山西61种“土壤背景值”中,杏花村的铜、镉、镍、锰、氟等均高于全国平均值,土层较厚,质地粘重,表层有机质含量高。这种土质为杏花村酒地缸发酵,提供了非常适宜的温度、湿度和微生物环境。

杏花村清香型汾酒被称为世界上“最干净、最卫生”的酒,发酵方式采用的是高成本的地缸发酵,这也是不同于其他任何酒种的发酵方式。

杏花村汾酒为什么不惜代价采用“地缸发酵”呢?这让我们想起农业专家们对土壤土质的匠心追求:划块分检,定期实验,菌种隔离,分级造册。土壤中的一切元素,都会记录在册,并实施隔离除害措施。

据山西省的土壤专家介绍,任何地方的土壤中都含有多种多样的生物,如真菌、放线菌等。据统计,在一小勺土壤里就会有亿万微生物,25克“森林腐殖土”中所包含的霉菌如果一个一个排列起来,其长度可达11千米。



土壤是生物和非生物环境的一个极为复杂的复合体,土壤的概念包括生活在土壤里的大量生物,生物的活动促进了土壤的形成。这些数以万计的微生物,绝大多数只适合在土壤里繁衍,并不是酿酒发酵所需要的微生物。一旦进入到发酵池中,就会造成原酒口感的杂味,并有浓烈的泥土味。

口感不纯、有害物质多,后期处理麻烦——这正是泥窖的最大不足之处。这正像“和面”一样,在地上“和面”与在盆里“和面”,一旦进入到发酵池中,就会造成原酒口感的杂味,并有浓烈的泥土味。

司经营情况还算不错。5月17日,记者在该公司看到,工人们正忙着将刚生产出来的原酒送入酒库。该公司综合部主任范晓炜告诉半岛记者,虽然公司名字叫“青岛酒厂”,还是有将近60年历史的山东老字号,但主要销售范围在胶州、黄岛、平度及省内部分区域。目前,公司年产粮食酒2000吨,如果市场销路进一步拓宽的话,产能还有大幅度提升的空间。

■ 找症结 资金人才营销都是短板

“在我看来,青岛很多老白酒企业酿酒技术都挺高,但企业光会生产,不擅长吆喝也不行。”青岛美蕾贸易公司总经理雷胜荣说,武当酒也是老字号,不仅在本地卖得好,在全国多地也很受欢迎。“白酒企业不仅要有好品质和好品牌,还要善于营销。”

青岛酒厂股份公司综合部主任范晓炜也赞同这个观点。他承认,虽然公司已积累了丰富的酿酒技术和经验,最大的瓶颈还是在营销推广上。这些年,他们的产品虽然在胶州及周边区域销售势头不错,但当年退出青岛市区市场一直是他们的一件憾事,他们一直试图重新归来。如果挤进竞争激烈的青岛市区,营销手段是一个非常重要的环节。记者调查发现,资金也是制约一些老企业壮大的一个重要因素。青岛酿酒有限公司负责人耿女士在电话中告诉记者,由于缺乏资金等原因,企业难以做大做强,产品至今仍主要在平度销售。

采访中,一位业内人士还指出,白酒行业属于传统生产企业,除了一些龙头企业待遇、环境不错能留住人才外,其他不少企业普遍面临着人才匮乏、缺乏技术传承创新等困境。“公司改制后,变成了民营企业,负责人年纪大了,其子女也没有来接班的意愿,品牌、技术的传承都面临着断代风险。”采访中,一家白酒企业不愿具名的销售人员说。

在产品研发方面,如何不断推陈出新,如何迎合年轻消费群体也是许多本土白酒企业应当思考的问题。重庆的“江小白”专做年轻人市场,颠覆了传统白酒的营销模式。作为山东白酒企业中的佼佼者,琅琊台针对年轻消费者推出了小青花系列低度白酒,受到市场追捧。青岛酒厂、齐城酒业等则针对企业和个人推出了定制酒,反响不错。但大多数本土白酒企业却依然墨守成规。