

酒人小传 | Brinkers biography

原酒之形 | Vinification

## 90后酿造师和他的仙乡酒梦

■ 斯信忠 沈华锋 沈小贱

浙江仙居有位酿造师,与歌手林俊杰同名,他大学毕业后,投身喜爱的酿酒行业,且取得了小有成就,令人刮目相看,被人称为90后酿造师。

在浙江职业技术学院黄酒学院黄酒酿造专业读书时,林俊杰就被绍兴唐宋酒业(现为会稽山公司)车间主任收为单传弟子,在校期间以理论与实际操作获得全优成绩,从而取得国家三级酿造师资格,为了实现自己梦想,他又放弃高薪回家创业。

2015年底他回家乡仙居县上张乡办起了酿酒厂,开启了他的仙乡酒梦。为了实现酿出好酒,他首先在原材料和水质上把关,然后用纯手工进行精心酿制,精制出了百姓喜欢喝的各类酒。

如生产白酒的原料,他采用江苏的圆型糯米,这与其他有的采用碎米或掺杂糯米的原料质量完全不同,这种颗粒完整饱满的糯米,营养丰富,加上白药发酵周期比常规的时间要长,所以酿制出来的酒香气更浓郁,味道更醇、口感更柔和。

在加工时,他注重水质质量,采用无污染的山区水质,这又有别于一般酒厂采用自来水的作业法,因为自来水中含有杀灭微生物的氯气,影响了酒的品质,所以他采用山区无污染的老家上张乡优质好水来加工酒。

他在白酒酿造发酵加工中,采用固态工艺不掺水精制法,这又优于液态发酵,降低了酒的酸度,但成本付出更高,为了生产出好酒,他不减工艺程序,在传统上又加以创新,所以他生产出来的米酒、黄酒、红曲酒、白酒、杨梅酒果酒、花酒等在市场上畅销。

经过两年多的精制和市场开拓,他的“仙乡酒坊”名声远扬,作为酿酒行业的后起之秀,林俊杰并没有止步,他仍在努力学习提高,眼下抓紧准备7月国家二级酿造师的考试。但愿这位有梦想的青年心想事成。



# 重粮酒业:白酒行业步入理性时代 纯粮白酒更受欢迎

■ 南方

酒文化是中国璀璨的传统文化之一,在浩瀚的历史长河中,人们谈论着酒得酒失,品评着酒色酒香,吟咏着酒诗酒歌,遵从着酒俗酒礼……于是,形成了独具特色的中国酒文化。随着中国的国际地位逐步提升,白酒作为中国酒文化的代表,正在逐步为世界所接受,不久的将来,白酒定能成为国际化酒类之一。

白酒行业发展态势良好 步入理性时代

21世纪以来,白酒步入发展的黄金时代,全行业的产销不断攀升。据测算,自本世纪初到目前的十多年时间,白酒产量和销售收入分别保持了13%和23%的年平均增长率,俨然一幅高歌猛进的景象。

步入“十二五”、“十三五”后,政府主导的产业整合为白酒行业的发展注入新动力,比如“长江上游名酒经济带”战略等。在刺激行业产能扩张的同时,白酒行业开始进入调整期,告别爆发式增长,步入理性发展和理性消费时代。同时,消费者对酒类的品质也有了更多要求。

随着中国的国际地位逐步提升,白酒作为中国酒文化的代表,正在逐步为世界所接受。不久的将来,白酒定能成为国际化酒类之一。



消费意识增强 粮食酒关注度提升

随着国民收入的不断提高和消费者食品安全意识的不断增强,消费者对酒类产品的健康消费、饮用体验和产品附加值都提出了更高的要求。市面上以“酒精勾兑”充“纯粮酿造”的勾兑酒饱受诟病和质疑。于此,纯粮食酿造的白酒凭借口感丰富、层次分明等优势,为更多消费者所青睐,得到消费市场的更多关注。

纯粮食白酒对原料的品质、酿造的工艺及设施要求非常高,不同的发酵工艺、生产

环境、贮存时间、贮存容器,决定了白酒不同的香型和口感。但无论是酱香、浓香,还是清香、米香,都要经过蒸煮、发酵、取酒、窖存等过程,摄取成本高,生产周期长,正因为如此,纯粮酿造的白酒品质更高,备受白酒爱好者的追捧。

纯粮白酒佳酿 味香俱全

入口后唇齿留香,源自于高粱的清香;入舌后触动了舌尖上甘甜的味蕾,源自于大米的甜味;入喉后暖意肆起,源自于糯米的醇甜;入腹后从全身开,源自于玉米的冲劲;最后用鼻子能感受到浓郁的香气,则源自于小麦的曲香。清澈透明、味香俱全,不添

酿造工艺 | Vinification

## 白酒是液体 却为什么源自“固态发酵”

■ 李斌

白酒,是灌在酒壶里,倒在酒杯里,喝进肚子里的液体,但白酒酿造的最大特点却是“固态发酵”。在生活中,我们经常能听到“这个酒是固态纯粮酿造”这样的说法,“纯粮”和“固态”已经成为好白酒的重要标签,那么,明明是液体的白酒,却为什么源自“固态发酵”?“固态发酵”的“固态”又在哪里?

其实,在市场中,卖家对“固态发酵”特别标注,买家对“固态发酵”特别重视,都源自于上个世纪五六十年代的白酒“液态发酵法”新技术的产生。液态发酵法,是指采用酒精生产方法的液态法白酒生产工艺。“液态法白酒”后续的发展,在行业内、在市场中,的确产生了一定的负面影响,从而导致在营销中会特别强调“固态发酵”的现象出现。

无论是“固态发酵”的“固态”还是“液态发酵”的“液态”,本质上都是指发酵过程的

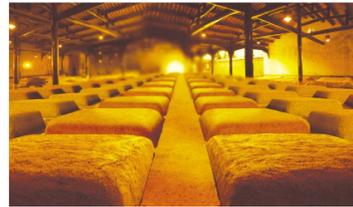
基质的属性,宽泛地讲,如果整个酿造过程是在一类不溶性固体基质上进行的,那就属于“固态发酵”的范畴。举一个例子:比如,我们在家里,可能会用买来的葡萄自酿葡萄酒(如果没有专业指导,不建议自酿葡萄酒),我们把葡萄压榨出葡萄汁,然后简单添加酵母进行发酵,观察到整个发酵过程,是在葡萄汁这样的液态环境下或者基质里进行的,所以葡萄酒是液态发酵。

之所以举葡萄酒酿造的例子,是为了说明,“液态发酵”和“固态发酵”都是发酵酿造技术的一种,本身无所谓好与坏,但具体到每一种发酵食品而言,就有了特别的意义,比如,中国白酒。中国白酒在世界酒林中是一朵奇葩,不仅仅是因为历史悠久,风格独特,更因为它的发酵方式——“固态发酵”,这在整个世界酒品中都是罕见的。我们经常能够喝到的啤酒、葡萄酒等酿造酒,威士忌、伏特加等蒸馏酒都是“液态发酵”而来,而中

国白酒,却是源于“固态发酵”。

“固态发酵”,是我国名优白酒的传统生产方式。简单讲,即通过固态配料,即粮食混搭或单一用粮,以固态基质的形式放入陶器或者窖池中发酵,然后取出固态蒸粮蒸馏,得以生产白酒。这种传统的白酒生产方式,产生了很多白酒的香型,比如我们熟悉的清香、酱香、浓香等等,而这其中更有很多中国名酒的诞生。

当然,也有香型采用“半固态发酵”的方式生产,比如,米香型和豉香型,这里所谓的“半固态发酵”并不是“固态发酵”白酒和“液态发酵”白酒组合,“半固态发酵”同样具有非常悠久的历史。简单理解,可以认为酿造中同时存在固态发酵和液态发酵的过程,比如,米香型白酒的发酵,前期发酵多在大米之上进行,为“固态发酵”,后期糖化液逐渐出现,为“液态发酵”,然后进行液态蒸馏得以生产出来。



对于“液态法白酒”而言,“新工艺白酒”的叫法更为符合,因为这里的“液态”仅仅指的是食用酒精的生产过程,然后用食用酒精进行传统白酒的“模仿”。这种用食用酒精“模仿”白酒的生产工艺是在上世纪创造的,并没有传统传承,所以更应该叫做“新工艺白酒”。“液态法白酒”这一“新白酒品类”,现在已经极为普遍,其本身对于饮料食品技术发展的推动是不可否认的,在本质上,“液态法白酒”其实仅仅是一种“饮料思维”的白酒产物,而其对于行业和市场的影响就要另做讨论了。

# 青岛啤酒:百年品质打造金字招牌

■ 段雪珂

进入2017年以来,国产啤酒产量出现了连续四个月负增长。国家统计局数据显示,2017年1-2月我国国产啤酒产量609.5万千升,同比下滑0.1%,3月国产啤酒产量360.9万千升,同比下滑2.9%,4月国产啤酒产量355.4万千升,同比下滑1.1%。

截至去年8月,国产啤酒经历了连续25个月的下滑,但记者采访中得知,在全球啤酒市场整体下滑的大环境下,青岛啤酒海外市场销售总量同比却逆势增长16%;随着夏季消费旺季的到来,国内市场销量也将胜券在握。在北京举行的中华老字号品牌价值专项评估信息发布会上,青岛啤酒以357.87亿元的品牌价值,位居全国老字号企业品牌价值榜首。

质量就是“传家宝”

60多家啤酒厂实施原料统一、工艺统一、设备统一、标准统一、人员统一、管理统一的“六统一”质量管理原则,如同一家啤酒厂;啤酒生产过程中执行标准作业指导书,通过1800道质量监测点实施过程检测,确保出厂产品100%符合国标……

建于1903年的青岛啤酒,建厂仅3年,即在慕尼黑国际博览会上荣获金奖,在国内屡获各项评比的最高奖项,并在世界各地举办的国际评比大赛中多次荣获金奖;1963年编制的《青岛啤酒操作法》成为中国啤酒行业的国家标准,至今影响着中国啤酒工业的发展。100年来,青岛啤酒一直视质量为“传家宝”,在“能力支撑下的品牌驱动发展战略”框架下,质量管理能力的战略地位更加突出。青岛啤酒公司有关负责人介绍,质量控制标准化是

统一运用标准化的质量控制组织架构、仪器、检验方法、管理方法、ERP数据等促进工艺改进提升,确保每一滴青岛啤酒出厂前,都要经历1800道关键质量控制点的“千锤百炼”。

标准是世界的通用语言,高标准成就高品质。青岛啤酒编制的《青岛啤酒工艺守则》,凝聚了青岛啤酒的酿制精华,这些原则涵盖制麦、酿造、包装、工程、公用工程等内容。每个工艺守则发布后,公司根据工厂的情况,编写工厂的工艺标准,将工艺原则的关键控制点转化为技术标准,就是青啤工厂执行的“宪法”。

青岛啤酒通过系统的质量控制标准化管理,严格的资格评定、基于市场的品评体系、基于标准的质量审计体系、过程数据实时监控、全生命周期的质量保障系统等,对产品质量实行全方位的控制,有力地保障了青岛啤酒品质的稳定和提高。同时,针对售后质量打造可追溯系统,建立了服务支持及呼叫平台,为质量改进提供了系统平台支持。

“真正的世界品牌必须有标准制定这一核心支撑点,有了标准制定,就有了话语权,有了定价权。”青岛啤酒相关负责人表示,目前,青岛啤酒的经营方式已经由中国制造向中国创造转变、由中国产品向中国品牌转变、由中国速度向中国质量转变,已经从“标准执行者”转向了“标准制定者”,使中国的品牌在世界品牌中有了话语权,在高标准成就高品质的同时,也让全球消费者爱上中国“质”造。

360度全价值链“大质量观”

“好人酿好酒”是青岛啤酒的百年世训。实施全链条、全员质量管理,青岛啤酒一直在积极行动。

在青啤人看来,质量控制要向产品的上下游进行延伸,建立从设计研发、原料采购、生产制造、包装物流到产品销售的全面质量管理体系和管理理念,真正做到了生产过程“无死角”标准覆盖,从而提高质量管理的系统性和全面性。

青岛啤酒严格落实食品安全国家标准、美国FDA、欧盟食品安全指令等出口国食品安全要求,制定了严于国家的食品安全标准,并与美国、欧盟等国际接轨的食品安全生产内控标准。建立并不断完善了原辅料与酒液接触包装材料的采购标准、生产过程监控标准、建立销售仓储物流食品安全监控企业标准,涵盖从源头到销售全过程的内控标准,完全满足欧盟400多项食品安全风险指标的苛刻要求,保证最终产品的安全。

近年来,随着国产啤酒品牌的增多和进口啤酒迅猛进入中国市场,消费者的选择空间越趋多样,人们不再满足于单一的啤酒口味,这就促使青啤需要不断研发新口味的产品来满足市场需求。

“在设计研发环节,我们一直是国内领先的,我们的产品给消费者带来的体验是独特、与众不同的。在保持传统产品的同时,我们还适时调整产品品种,引领市场发展。市场竞争很激烈,我们只有引领和提高行业标准,才能立于不败之地。”青岛啤酒研发负责人表示。高标准匠心酿造“中国质”。在设计研发环节,青岛啤酒拥有中国酿酒行业唯一的“啤酒生物发酵工程国家重点实验室”,这支由6位博士、17位硕士组成的高素质团队,用专业化的研发能力引领质量创新;拥有行业总数的三分之一以上的中国酿酒大师,培养了一支行业内最灵敏的专业啤酒品评队伍,目前拥有23位国家级品酒师,占国家评委总数的40%;采购

环节,对原料实行“从种子开始”的全过程严格把关;生产制造环节,行业首家通过质量管理体系认证;物流环节,像运送鲜花一样运送啤酒……

同时,青岛啤酒注重食品安全内控标准的实时更新,不断提高要求。例如,酿造用的大米,必须是脱壳3天之内的新鲜米,比家庭食用大米要新鲜得多;花比別人高几倍的价格,使用吸氧材质啤酒瓶盖内垫,只为消费者喝到的啤酒更新鲜;7级50多项检测指标,确保了酿造用水的纯净;酒龄不到,即使货车排队也不能出厂……青岛啤酒公司这些品质方面的管理细节数不胜数,确保用统一的方法和准则衡量产品质量和管理水平。

“质”存高远打造世界品牌

品牌要高端,产品必须高端。青岛啤酒100多年来传承的高品质是支撑高价格的撒手锏。

“我们酿造用的大米,必须是脱壳三天之内的新鲜米,比咱们家庭食用大米要新鲜得多;单从用水一项,我们就实施了7级50多项检测指标,确保酿造用水的纯净;就一个小小的啤酒瓶盖来说,我们花了比別人高几倍的价格,使用吸氧材质啤酒瓶盖内垫,保证了啤酒的新鲜度。”青岛啤酒质量控制部门负责人介绍。

逛过国外超市的人,一定会对青啤在当地市场的高价格印象深刻。不论是在青啤最早进入且已获认可的美国市场,半打本地啤酒,售价在6.99美元,半打青岛啤酒售价可达9.49美元。还是在生产啤酒种类高达五千多种、鲜酿啤酒厂遍布每个小镇的“啤酒的故乡”德国,当地啤酒普遍售价在0.8到1欧元,青岛啤酒的售价却达到3欧元左右,绝对的



高端产品。而且就是这个价格,青岛啤酒去年在德国市场的销售超过了15万箱。

2017年春节,青岛啤酒推出了贺岁版鸡年新产品,法国啤酒0.75欧元,青岛啤酒1.35欧元。在法国巴黎家乐福超市里,虽然价格高出近一倍,青岛啤酒仍畅销。青啤能够在主流市场以高价格销售的底气,来自于产品的高品质。

高品质支撑高价格的同时,紧紧围绕打造品牌,青啤还格外看重“高可见度”。美国纽约时代广场、拉斯韦加斯、英国皮卡迪利广场、香港铜锣湾、澳大利亚悉尼机场,每年春节,都是青岛啤酒的拜年频道,遍及欧美主流商超、酒吧备受喜爱的青啤,也早已融入西方主流的生活方式,成为不可或缺的中国味道;除每年推出“生肖版”产品外,八仙过海、中国结、国宝熊猫、青花瓷等系列“中国风”产品,赢得了大批海外年轻粉丝的青睐和点赞。

《中国国家形象全球调查》报告显示,青岛啤酒是唯一在发达国家比发展中国家更被人熟悉的中国品牌。韩国最具影响力媒体《朝鲜日报》刊发消息称,“青岛啤酒在大型超市击败喜力和朝日等品牌,成为进口品牌销售冠军。”

2016年,青啤海外销量同比增长12%。其中,西欧市场增长8%,拉美市场增长14%,亚太市场增长45%。行销世界100个国家和地区,青岛啤酒始终以高品质、高价格、高可见度展现了中国品牌在世界本该有的模样。