



易道酒经 |

强化香型、“软”化口感 走符合国情的香型之路

■ 许益鸣

2017年底,泸州老窖股份有限公司董事长刘森在一次活动上向嘉宾们阐述了目前经济形势下消费者的口感喜好:

“我们以前喝白酒的时候,都希望是高度,因为高度酒有酒味、有酒劲,那时候酒是稀缺商品,从某个角度来说也是奢侈品,不是有钱街上就能买到的,还需要批条,那时候大家希望中午喝了晚上打饱嗝还有酒味,晚上喝了第二天打饱嗝还有酒味。现在随着大家生活水平的不断提高,以前的稀缺白酒已经变成了品种品类都很多的商品。大家在消费时,不管是在朋友聚会还是在应酬时都希望营造轻松、愉快的氛围,大家现在在追求中度、低度,同时酒感设计要低醇,这一趋势也在一定程度上

冲击了原来的白酒香

型分类,现在大家只追求好喝、轻松、不上头或者说不头疼。”

行业核心人物的观点可以让人准确地把握行业现状并预判行业未来。抛开在浓香型白酒基础上不断改良口感的浓香领袖泸州老窖不谈,近来,不管是行业内还是行业外,弱化、取缔香型的声音都不绝于耳。

强弱香型之争

前段时间行业中盛传的“弱化香型,强化口感”之说,笔者不敢苟同,弱化香型无异于饮鸩止渴,笔者认为,中国白酒现在更应该“强化香型,软化口感”。在世界六大蒸馏酒中国白酒、白兰地、威士忌、伏特加、朗姆酒、金酒中,中国白酒是味道成分最复杂的,也是唯一一个以固态发酵蒸馏而成的烈性酒,也正是因为这些,中国白酒也是世界六大蒸馏酒

近来,不管是行业

内还是行业外,弱化、取缔香型

的声音都不绝于耳。诚然,有很多

消费者喝了一辈子的酒都只知道品牌

而不知道香型,甚至很多业内人士也不能

一口气说清楚白酒的十几种香型,但这并

不妨碍白酒香型依然是细分白酒种类

的一个重要标准,香型是构成中国白

酒丰富多彩的重要元素,也是很

多酒企的核心竞争力之所

在。



中种类最丰富、风味最醇香、口感最浓烈的酒。复杂的口感和刚猛火热的性格一方面是优势,他造就了中国白酒鲜明的特点和风味,在世界烈酒行业中独树一帜,另一方面

在现阶段也成为了劣势,因为国内的新时代酒类消费者在当下更喜欢风味相对简单的酒,国际上目前流行的也是果香、植物香、口感协调、风味相对单一的烈性酒。所以,不论是出于国内市场的现状,还是为国际化做铺垫,中国白酒的香型都绝不能放下,因为在发展到一定程度以后,不论国内市场和国外市场,香型将会是丰富多彩的中国白酒的最大特色。针对国内市场,我们应该坚持香型的原则,在技术上革新、“软”化酒的口感;针对国外市场,我们更应该加强突出香型,在“净”化

口感的同时讲好各种香型的故事。

主流香型之辩

经过几十年的市场竞争,目前中国白酒的主流香型已经基本确定为浓香、清香、酱香。其余的各种香型,要不就是依靠品牌势力在市场立足,要不就是以地方消费者为支撑生存,同时受到进阶型白酒爱好者的青睐。

年轻化、健康化、国际化,是中国白酒现阶段要走的路线,毫无疑问,浓香型白酒在短时间内依然会是市场的主流,毕竟格局已定,而且有泸州老窖、五粮液、剑南春等强势浓香型白酒企业作为支撑。在很长一段时间里,大多数消费者们喝酒就是喝浓香型酒,笔者认为,没有什么会是一成不变的,也许这一次的改变会是消费者从内部自发的转变,转变的趋势也不会是某一种香型独霸天下,而是趋于均衡,首先是浓香、清香、酱香的均衡,其次会是兼香型的异军突起融入到这个均衡中

去。

最近,行业内外不少人认为,清香型白酒在国际化这一方面有着其他白酒无可比拟的优势,同时也更加符合当下消费者的消费习惯,这一点不可否认,就口感上来说,清香型白酒确实风味相对简单易饮,符合国际主流的口感喜好。但事实上,作为中国白酒最重要的香型之一,清香型白酒在上个世纪八十年代以前曾是中国白酒的主力香型,市场占有率曾达到75%以上,直至八十年代以后浓香型白酒细分消费需求,加大宣传投入迅速抢占了清香型白酒的市场,此后,清香型白酒就一直被困在了黄河流域。当然,如今经济形势和消费需求都发生了翻天覆地的变化,然而趋势是趋势,清香型白酒在国际化市场上的优势也许确实存在,真正落到实处还需要清香型酒企从中发力、催化。遗憾的是,历史告诉我们,尽管当年清香型白酒大规模溃退有当时消费趋势上不可避免的原因,但我们不得不承认一些清香型酒企在市场推广和文化宣传这方面做得确实有些欠缺。

2017年,让中国酒行业热血沸腾的一年,复苏最先从行业龙头开始,茅台的一举一动让行业看到了希望,先是53度飞天茅台在1299的价格线上一瓶难求,接着“鸡茅”飞上天,股价突破700元每股,创食品饮料板块新高。茅台一次又一次突破行业的界限,进入到公众的视野,水到渠成的在社会上掀起了一股“酱香热”。酱香型白酒成了很多消费者眼中品质的象征,郎酒华丽转身,青花郎横空变成了“中国两大酱香酒之一”,全然不顾那群茅系子弟们的尴尬,更管不了淘宝店里和各个展会上的那些“茅台镇xx酒”、“xx酱香酒”的难堪。一些知名的酒企也开始明地里暗地里地做酱香型白酒的相关工作。由于产能、成本、经验等一系列原因,导致了市场上酱香型白酒品质参差不齐。综上,我们平心而论,茅台光环下,酱香型白酒给中小企业留下的机会真的有我们想的那么多吗?

口感可以改良,但香型不可动摇,饮鸩止渴的事不可做,我们应该“强化香型,软化口感”,辩证、客观地分析消费市场中的各种声音,结合行业发展现状与战略,走出适合中国国情的香型之路。

白酒酒庄,从概念走向成熟

■ 杨孟涵

1月11日,中国酒业协会主办、泸州老窖股份有限公司承办的“中国酒业协会白酒酒庄联盟年会”在四川泸州召开。白酒行业组织、地方政府、名酒企业、学术研究机构等不同组织的代表共济一堂,探讨白酒酒庄的未来与发展。

实际上,在业界看好酒庄蕴藏的发展能量的同时,作为初生事物,其在标准化、规范化等诸多方面仍存在不足,依托产地和地方特色发展白酒酒庄,或成为最适宜的发展路径。

联盟助推白酒酒庄

成立数年的白酒酒庄联盟被视为推动“白酒酒庄”模式从概念走向成熟的重要平台,也被业界看作是酒庄发展的风向标。

2014年3月25日,中国酒业协会在泸州市举行了中国白酒酒庄联盟成立大会。中国白酒酒庄联盟的成立,旨在大力推广白酒庄园理念,促进中西方酒文化交流与认识,推进中国白酒国际化进程,先驱探索白酒庄园走向国际市场的路径。

之后,白酒酒庄的概念日益受到业界的重视。

2017年3月21日,由全国糖酒商品交易会办公室、中国千商大会组委会和华夏酒报社主办、《华夏酒报》和中国酒业新闻网承办、成都摩创设计咨询有限公司协办的“白酒酒庄模式发展的关键所在。”

庄时代中国酒业的传承与创新——2017春季全国糖酒会高峰论坛”,在成都世纪城国际会议中心召开,近400多位嘉宾共赴盛宴,探讨白酒酒庄时代下酒业的创变之路。

2018年1月11日,中国酒业协会主办、泸州老窖股份有限公司承办的“中国酒业协会白酒酒庄联盟年会”在四川泸州召开,产学研、政齐聚,共话白酒酒庄未来。

白酒酒庄概念从模糊到日益清晰,与白酒酒庄联盟的助推分不开。

四大标准规范酒庄发展

从葡萄酒领域借用发展概念的“白酒酒庄”,在酒类行业仍属于新鲜事物。与动辄拥有上百年历史的葡萄酒庄相比,白酒酒庄在该如何定义,采用何种标准上往往语焉不详,这成为有志于发展白酒酒庄的行业人士最为关切的问题。

有观点认为,葡萄酒酒庄自成体系,从生产种植、酿造、饮用体验完全一体化。而白酒酒庄则往往停留在酿造、体验、旅游等层面,在酒庄的发展过程中,各家白酒酒庄的认知不同,所建设的内容也有所不同。

到底白酒酒庄应包含哪些体系?包含哪些内容?达到怎样的标准?

在本次白酒酒庄联盟年会上,无论是名酒企业代表(泸州老窖),还是酒业协会,均郑重提出了标准化的问题,这也被看作是白酒酒庄模式发展的关键所在。

中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉同样提出了产业建设的几点建议,在宋书玉看来,中国酒业协会提出的中国白酒酒庄联盟建设工作,是对白酒产业发展的战略规划之一,酒庄标准体系逐步规范、健全,白酒酒庄高度标准化的发展,必将成为白酒高端品质的重要保障,也必将成为支撑白酒产区发展,引领产区品牌建设的核心动力。做好这件事情,要从两个方面入手:其一是规范现有的标准体系;其二是建立新的品质、价值表达方式。

在宋书玉的表述中,白酒酒庄标准体系包含:生产准入标准体系,文化体验标准体系,产品标准体系,知识产权标准体系,四大标准体系将规范中国白酒酒庄的健康发展。

“让真正的美酒消费者方便清晰辨识,企业严格规范执行,监管部门有效监管,非常重要的。”宋书玉强调,酒庄只有与消费者形成良性互动,才能让酒庄的特色被消费者准确品味到、感知到、触摸到、体验到,才能让白酒酒庄这一国际化表达深入落地。

高端化与产地化是成长动力

在各白酒酒庄依然自行其是,无法做到统一化、标准化的今天,制定四大标准(生产准入、文化体验、产品、知识产权)可为消费者释疑,可助推酒庄发展。但是,对于意图得到这块蛋糕的经营者而言,白酒酒庄发展的核心何在?

在白酒酒庄联盟年会的现场,与会者的

观点已经强调了“产地化”的重要性,而作为目前尚属于小众化的消费品,在注入了体验、旅游、文化等众多附加价值之后,只有“高端化”才能承载起酒庄酒的发展需求。

“纵观国际著名的名酒产区,无一不是依靠规模领先的名酒企业和独具特色的名酒酒庄作为形象和载体。”泸州老窖股份有限公司总经理林峰认为,在2017年召开的“世界名酒价值论坛”上,中国酒业协会正式发布“世界十大烈酒产区”榜单,进一步提升了中国白酒的形象,也为正处于起步阶段的中国产区建设注入了新的动力。

“世界十大烈酒产区”对中国名优白酒未来提出了新的发展目标,从酿酒原料、酿酒生态、质量管理、标准水平、酿酒技艺、酿酒历史、酿酒文化、品牌建设等众多方面对优质白酒的生产经营提出了更高的要求。

国际上著名葡萄酒酒庄均依托于著名产地,将酿酒、品酒文化与酒类产地独特的生态、气候、自然人文景观相连,创造出消费者对于酒庄的认同。

高端化成为酒庄酒制胜的另一重要元素,当下发展白酒酒庄者,均花费重金打造相关的庄园、环境设施、设计消费者体验流程,在无形中为白酒消费增添了诸多附加价值,当酒庄酒销售价格过低时,显然无法承载起诸多附加设施的成本投入,若陷入价格战,更是有悖于发展“酒庄白酒”、为酒业创造多元价值的初衷。

酱香型白酒与清香型白酒的区别

所有的白酒中,酱香型白酒所含的总酸是相当高的一种,可达2.0g/L(以乙酸计)以上,有着广大的消费群体,市场发展潜力很大。其发酵容器是石壁泥底窖池,酒体主体香成分不明确。

酱香型白酒的生产工艺可以概括为:两次投料,九次蒸煮,八次发酵,七次取酒,长时间贮藏,精心勾兑而成。两次投料指下沙和糙沙两次投料操作。有八次发酵、七次取酒。

酱香型白酒生产工艺特点可以概括为:三

高三长,一大一多。三高是:高温制曲、高温堆

积、高温馏酒;三长是指:生产周期长,历经一

年、贮藏时间长,一般需要贮藏3年以上。一大指的是用曲量大,用曲量与粮食质量比达到1:1,多指的是多轮次发酵,即八轮次发酵。

在酱香型白酒的生产工艺中,第一次投料称下沙,第二次投料称糙沙,投料后需经过八次发酵,每次发酵一个月左右,一个大周期约10个月。

清香型白酒

清香型白酒也叫汾香型白酒,其中最为

知名的以杏花村的汾酒为首。今天就来为大家

介绍一下,清香型白酒制作工艺特点和工艺魅力。

清香型白酒的制作工艺比较复杂,以高粱等谷物为原料,以大麦和豌豆制成的中温大曲为糖化发酵剂(有的用麸曲和酵母为糖化发酵剂),采用清蒸清糟酿造工艺、固态地缸发酵、清蒸清流,强调“清蒸排杂、清洁卫生”,即都在一个“清”字上下功夫,“一清到底”。

清香型白酒工艺的主体香味成分是乙酸乙酯,酒质特点无色、清亮透明,清香纯正、醇厚柔和;甘润绵软、自然协调、余味爽净、后味

较长,不应有浓香或酱香型其他导香和邪杂气味。

清香型白酒工艺的高度酒分为40度至54度、55度至65度两种,其总酸(以乙酸计)为0.4至0.9克/升;其总酯(以乙酸乙酯计)为1.4至2克/升。低度酒在40度以下,其总酸≥0.3克/升,总酯≥1.4克/升。

酱香型白酒:优雅细腻、空杯留香,酒体醇厚、回味悠长,突出“浓”;

清香型白酒:清香纯正,醇甜柔和,自然谐调,余味爽净。

(据凤凰网)