

酱酒产业 理性发展 健康成长

■ 苗倩

引领健康生活 以产品与服务为己任

“但行好事，莫问前程。”从业47年，一直致力于糯烟酒事业的北京糖业烟酒集团有限公司原董事长张德春说了这样的开场白。他说，当时北京糖业烟酒集团有限公司有一项使命，提升民生，引领健康生活，酱酒品牌要以高质量产品与服务为己任，为消费者负责。”

“创新是酒类产业与市场接轨的关键因素之一。”著名白酒专家、吉林省酿酒协会白酒技术委员会主任、国务院特殊津贴专家张武举说，“我在东北搞酱香，东北原料与贵州原料不同，生产工艺不同，需要因地制宜酿酱酒。北方酱酒只有因地制宜、因地制宜，才能酿造出特色显著的、让消费者认可的产品。”

“酱酒热对酒企来说是一个机遇，在一定条件下，我们能够把北方酱酒工艺进行创新、改进。”北京酿酒协会秘书长傅长龙表示，建议北方酱酒联盟能够经常在一起，交流工艺与生产技术创新，促进酱酒产业高质量发展。

“学茅台要因地制宜、因地制宜，要酿造出适合老百姓口感的酱酒产品。”北京华都酿酒食品有限责任公司工艺技术研发资深顾问郝忠说，“华都一直坚持酱酒的生产，传承茅台帮扶华都的工艺，科学地酿造京派酱酒。”

“酒好不好，消费者说了算。北方人喝酒喜欢绵柔，这是喝酒的喜好。”山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐说，“北方酱酒企业要根据当地环境、消费口感，生产出适应市场的产品。”

“四川有4~5个产区，具有200多家生产企业，川派酱香最有名的企业是郎酒，但郎酒宣传的旗帜是赤水河酱香。”欧阳剑说，川派酱香万吨产能有高洲酒业等优秀企业，但缺乏有影响力的酱香品牌，川派酱香发展有短板——



日前，南北酱酒企业的代表及业界专家共聚一堂，共同探讨酱酒企业的理性发展、健康成长。与会专家与企业代表围绕“企业在发展中面临的机遇与挑战”“酱酒产区概念兴起后，区域化特色发展的路径”“酿造工艺改进，对酱酒发展的意义”“北方酱酒联盟如何发展的建议”等四个话题举行了闭门会议，会议由四川大学锦江学院白酒研究院执行院长欧阳剑主持。

根据消费习惯 开发北方特色酱酒

山东是酱酒消费大省，山东产区作为北方酱香的重要力量，古贝春、秦池、金贵等山东酱酒品牌，一直走在根据消费习惯，开发北方特色酱酒的道路上。

古贝春的主流受众是北方消费者。古贝春集团总经理助理、销售公司副总经理赵恩国表示，公司于2018年12月上市了中度酱香古贝元产品，迎合了消费者“大碗喝酒、大口吃肉”的消费习惯，目前市场年销售额达1亿元左右，未来在全国市场突破时，将进行相应的调整。

潍坊市政协委员、山东秦池酒业有限公司总经理王建伟提出，秦池酒业遵循12987生产工艺，因地制宜酿造酱酒。秦池酒业坚持品质建设，以消费需求为导向，以匠心践初心。同



在贵州民族酒业集团总经理、知酒堂公司董事长王超丽看来，多产区的推动，有益于酱酒的发展，就像葡萄酒产区要突出产区特色。南北地域气候存在差异，饮食文化也不同，我们要在创新中做出自我特色，要做出迎合消费者需求的好酒。“我们要坚持茅台的工匠精神，守住初心，以产定销。”

“在生产工艺上，我们采用的是12987生产工艺，选用承德当地产的糯高粱和当地生产的稻壳，并根据当地气候特点因地制宜调整生产时间，下沙时进行破碎，根据当地环境进行高温制曲。”河北琢酒集团有限公司生产副总经理杨文军表示。

“因学习而改变，因创新而成功，因梦想而伟大。”北京华都酿酒食品有限责任公司党总支书记、总经理，国家级白酒评委朱华分析说，华都之所以自信推出中高端酱酒产品，源于市场自信。在北京，茅台、五粮液、泸州老窖、郎酒等品牌，切分约150亿元的高端市场。在未来的市场开拓上，华都还会坚持品质自信与文化自信。一是对标茅台，高标准、高要求生产工艺和环节，坚持匠人匠心；二是打造独一无二的国门酱香的文化，在独特文化加持下，推动华都酒业走向世界。

朱华说：“南北酱酒都属于酱酒大家庭的一员，我们要把工艺特点、品质特色总结出来，充分发挥自我优势，形成满足多元化市场需求的酱酒大观园。”

“北方酱酒要集体发声，说出北方有好酱酒。”国家食品质量监督检验中心副主任、教授级高级工程师、中国食品工业协会专家委员会专家、比利时布鲁塞尔烈酒大赛4届大赛评委程劲松提出，酱酒质量的提升且形成了一定规模，形成了今天的酱酒热。今后，山东酱酒乃至北方酱酒要做好市场宣传，学学茅台镇品牌的推广方式，一个省一个省地推广市场。告诉全国消费者，北方有特点鲜明的好酱酒。

酱酒产业 要遵循高质量发展思路

2020年1~12月，中国酱香酒产业实现产能约60万千升，约占中国白酒行业产能740万千升的8%，约占白酒行业销售的26%，约占白酒行业利润的40%。

著名白酒专家高景炎提出，酱酒产业要遵循“稳中求进、稳中向好、高质量发展”的思路，要把产品先做优，安全、高品质，再把企业做强，根据市场需求来制定产能扩张和资本投入，要有精准的市场调研，而不是一窝蜂地“别人投，我也投”。

另外，高景炎提出，任何一个产品都需要有消费基础来支撑，酱酒产品应该在价格上更有亲和力、吸引力，让消费者喝得起、买得着，消费者对酱酒的购买心理是性价比好、价格承受得了、产品质量要优。

愿子留斟酌 叙此平生亲

——趣谈厦门酒俗与千年芦山堂酒事

我有一罇酒，
欲以赠远人。
愿子留斟酌，
叙此平生亲。

——西汉·苏武

西汉时期著名的爱国志士苏武，不但以“苏武牧羊”名垂千古，也是一位“资深酒师”，《苏武李陵赠答诗》不但是五言诗成熟的代表作，也是苏武生动记录着苏氏族人以珍藏美酒善待亲朋好友的惜别场景，并将家酿美酒手艺，代代相传。

芦山堂就是苏氏家族传承千年的一款家传美酒。这款源自汉代的美酒，早期是苏氏族人用以热情招待亲朋好友，体现的是身份地位。传到宋朝，苏氏子孙苏颂、苏轼、苏辙等名人都成了酿酒与调酒高手。“方暑储曲麴，及秋春秫稻，甘泉汲桐柏，火候问邻媪……”，苏辙描绘了苏家酿酒时令与工艺。哥哥苏轼更是一位品酒与酿酒大师，他在《酒经》里详细叙述了自酿苏家美酒的工艺流程与具体方法：南方之氓，以糯与米，杂以卉药而为饼，嗅之香，嚼之辣，揣之杌然而轻，此为饼之良者也。吾取面而起肥之，和之以姜液，蒸之使十裂，绳穿而风戾之，愈久而益得，此曲之精者也。米五斗以这率，而五分之，为三斗者一，为五升者四。三斗者以酿，五升者以投，三投而止，尚有五升之赢也。始酿以四两之饼，每每投以三两之曲，皆泽以少水，足以散解而匀停也……。这些酿酒工艺流传至今。

出生在同安芦山堂的宋朝名相、科学家、博物学家苏颂同样是著名的酿酒与用酒高手。特别是在预防养生与药酒研制与妙用方面有着突出的贡献，在苏颂编写的《本草图经》里记录着大量以酒为伍的药方，如菟葵酒、白菊酒、神仙方、肉苁蓉补养羹等，传授于同安(厦门原为同安县嘉禾里)的乡里乡亲。他传授的一些饮酒与用酒的理念和方法，至今在厦门还广为流传。如厦门俗语“小酒小人参”，适量饮酒促进血液循环，对适饮人群有益。把酒当成药物或作为药引，自制药酒，从药店依方买来中药浸泡白酒，如十全大补酒、枸杞酒等，或抓到活蛇清淨内脏，适当处理后与中药、白酒浸泡成蛇酒。

在龙眼丰收季节，用龙眼干与当归等药物一起浸泡龙眼酒等等习俗。成为闽南一带居家常备的药酒，每晚一小杯，长年饮用，健补身体



延年益寿。特别是逢上“清明”、“霜降”、“立冬”、“冬至”等节令，那更是非要喝上几杯药酒不可。即使不敢喝的，也要将酒掺入汤食中，如鸡汤、鸭汤，一起喝下，以促进“补物”在人体的吸收。同时也会教人识酒性及善用各类酒来保健：高粱酿造的高粱酒性“凉”，败火，火牙痛，含下几口高粱酒，第二天会好很多。当手指头被烫伤，立刻倒一杯芦山堂酒，将手指头浸泡其中，消毒止痛，不能浸的部位，则可用草纸浸酒敷在上边，防止起泡、发胀。当脚扭伤或拉伤，就用芦山堂酒涂擦按摩患处，促进舒筋活血。而大米酿造的米酒或黄酒性“热”，特别是陈年老酒，度数低、易入口、营养丰富是厦门人最爱。产妇作月子，常喝她几口补补身子。月里面线煮鸡、鱼、肉之类的食物，往往在烹煮中要掺进“陈年老酒”，即调味又养生，一举两得。甚至小孩也有被要求喝酒的时候。孩子长到十四五岁的青春发育期，厦门人称其将“转大”，父母往往要买中药田七炖鸡给孩子吃，必掺些“陈年老酒”或药酒或芦山堂高粱酒，促进吸收成长。这些民间用酒习性，使酒成了厦门人的居家常备之需，促进了厦门传统酿酒业常盛与发展。

厦门自古酒市繁华，生意兴隆，酒肆品位与随性均有。曾经在同安任职主簿的理学名家朱熹词云：“雨霏携云锦，新章写陟厘。诗传国风体，兴发酒家真。见说难中圣，遥知但暖醺。盘餐杂鲑菜，那有蟹簪持。”详细的描绘了酒店布置的文化氛围和人们边吃菜，边饮酒的生动场景。对于爱面子而又热情好客的厦门人来说，茶酒是待客不可或缺的饮料。



婚丧喜庆与各乡里“封建日”就不必说了，即使平时的亲朋往来，也总要备些芦山堂酒款待。酒席之上，厦门的规矩是“敬酒的干杯，被敬酒的随意”，诚意满满。这对于那些没有酒量的人，在厦门的酒俗中会有很深的体验感，那种“能喝多少就多少、喝酒不要勉强”的体贴与理解，温暖来客心。在厦门的酒文化中，猜拳也是独具一格。亲朋好友相聚饮酒，特别是在大排档时，点几样小菜，来点海鲜，备几瓶芦山堂酒，两人一对，单手一出，猜拳声四起，输拳人饮酒，旁边人附和，好不热闹。厦门猜拳属用闽南方言最有意思。其中有一条规矩叫“拳不离拇”。拇，指大拇指，无论你喊一叫二，除非你不出，出拳必带大拇指。如果你喊“三”，只出OK状，那就犯规了，叫着“出土拳”。必须把酒杯端起，闻酒一次。也不准猜“五”，喊“五”被称做“女人拳”，也要闻一下酒。厦门这种充满人情味酒风酒韵，让远在他乡的游子，常常念怀。苏颂远在京城当朝为官时，在《送许当世职方通判泉州》中就闻到了芦山堂琼浆美味：“遥遥七闽山，乔木正芳菲。…… 膳羞盈其前，酒红鱼蟹肥。”正是此中写照。

厦门这种浓郁的古风酒韵，促进了芦山堂传统佳酿的传承与发展，当今国家一级酿酒师、一级品酒师，苏颂第34代孙的苏永福，在深得祖传传统酿造工艺的基础上，通过深入研究近现代人消费习性与品酒口味，完善芦山堂的酒体设计核心——“纯、柔、净、爽”，以贴近中高端消费群体的饮用舒适性及欣赏性为导向，来调整和改良工艺，首创“闽派清香型”白

酒。坚持以固态发酵酿好酒为本，采用闽南出产的大理石酵池群，来确保所酿酒体的净爽；坚持以自制酒曲、精选优质单一高粱、120天的超长发酵周期，基酒长年存放自然老熟的传统做法，来提升入口的绵柔感与醇厚感。

芦山堂酒坚持用天然发酵让酒体自然生香，无任何添加物来确保生态品质。就如酒界泰斗曾祖训、赖登燦在品完芦山堂产品后赞不绝口，挥毫赞誉“清香纯柔优雅、醇和甘润、自然协调、爽净绵长”，享受那空杯持久，回味小蓄愉悦的独特味道，深受酒友喜爱。所推出产品各具风韵，其中倍受消费者青睐的“52度芦山堂酒闽派清香酒”，选用8年陈酿主体基酒，与10年调香酒勾调，入口更为柔顺，空杯陈香持久。外包装即提炼出最具八闽代表性的地域文化元素及传统古法酿造技艺场景，又兼具中华文化底蕴，以篆绶作底，赋于名家书法与八闽元素相组合来传播福建文化。而对酒瓶的创作则以细长瓶兼具插花功能性，选用景德镇亚光白瓷，典雅大方，宋韵十足。饮后空瓶回收做为花瓶，美观环保，引领当代潮流。

芦山堂作为福建知名的白酒品牌，其成长受到各界领导、行业专家的指导与支持。2019年3月，芦山堂酒业创办人苏永福作为福建省代表，参加中国食品工业协会白酒专业委员会与鄂、湘、赣、粤、桂、闽六省食品协会主办的，由中国食品工业协会党委书记、白酒专业委员会副会长兼秘书长马勇主持的“2019年首届中国东南白酒核心产区领袖企业峰会”，上台与各省专家共同探讨中国酒业发展之路。在本届评酒会上，芦山堂酒以其过硬的品质与独特的风格，受到与会专家、同行的关注与好评。得到由中食协党委书记、白酒专业委员会常务副会长兼秘书长马勇、副会长张菊明、江南大学副校长徐岩、酒界泰斗茅台原董事长季克良、酒界泰斗白酒专业委员会主任高景炎、洋河原总工师谢玉球、王贵玉等著名白酒专家组成的评委的肯定，“芦山堂闽派清香（52%vol 清香型）”酒获得“2019年度中国白酒中南核心产区感官质量奖”

俗话说“酒香不怕巷子深”，2019年6月，芦山堂清香酒也飘到新加坡，参加了由SWSC组织的来自世界各地烈酒企业参评的“2019新加坡世界烈酒大赛”上，摘得金奖。

2020年10月，代表国际烈酒最高奖项之一的2020“国际烈酒(ISCG)&葡萄酒(IWGC)(中国)大奖赛”颁奖典礼在济南全国秋季糖酒会其间落下帷幕。芦山堂酒又凭借独特的酒格、过硬的品质与舍得天子呼、钓鱼台贵宾酒等高端产品一同摘取了国际烈酒大赛金奖，再度获得行业专家的认可，也是福建省的白酒唯一获奖品牌。

芦山堂酒业对优质产品的追求与承诺，在行业内是有目共睹的。芦山堂的经营团队是一支爱学习、善思考，重品质的团队，经常四处参访学习提升，加上行业名师的细心指导，确保了芦山堂内在优秀品质。在对全民的品质承诺与监督方面，芦山堂酒业又走在福建省内酒企的前头，是福建省唯一一家签订由中国副食流通协会发起的“中国食品安全倡议公约”的白酒企业，自愿接受协会及公众监督。

公众对芦山堂品质的认可与芦山堂在食品安全对公众的承诺，受到越来越多的知名高校校友、商协会、知名企业的推崇与选用，芦山酒纷纷被2019厦门大学EMBA新春晚会、厦门大学EMBA2019级厦门校友庆祝新中国成立70周年暨2019中秋联欢晚会，厦大上海、福州等地校友会，美国杜兰大学校友“杜兰慧”成立晚会，八闽之子各界人士庆祝新中国成立70周年联欢晚会，厦门市茶叶商会年会，福州民营企业商会年会，福州道路运输协会年会，福州集装箱协会年会等选为指定用酒。受到各界人士的赞誉。具备福建地域特色及八闽文化传播于一体的芦山堂美酒，成为了闽商喜爱的宴请礼品及伴手礼佳品，走向全国，香飘世界。

(据中国酒业新闻网)