

# 预调鸡尾酒标准出台 为白酒预留空间

## 从传统到现代: 一门学科与一个产业

■ 魏琳

40年来,中国酿酒产业显而易见的成就表现为产量、销售收入、国际影响力等诸多层面翻天覆地的变化,对国民经济发展也作出了重要贡献,而这一切成绩的背后都离不开酿酒科技的进步和一大批酿酒工程师的推动。

在这一进程中,以江南大学生物工程学院、西北农林科技大学葡萄酒学院为代表的一批专业院校、专业学科,为中国酿酒产业培养了一大批专业人才,组成了中国酿酒产业最坚固的技术基石。

### 一座学府:中国酿酒工程师的摇篮

2017年9月21日,原本平静的江南大学因为三位特殊校友的到来顿时变得热闹非常。

109岁高龄的酒界泰斗秦含章、78岁的原北京红星酿酒集团公司副总经理高景炎、78岁的贵州茅台集团名誉董事长季克良,三位酒界大师齐聚一堂的场面实属难得,也展现了江南大学这座酒业权威学府的深厚底蕴。

作为中国发酵工程学科的诞生地,江南大学生物工程学院在我国工业生物技术领域拥有极强的品牌影响力,曾建立了我国第一个发酵工程国家重点学科及本硕博人才培养体系,其酿酒工程专业曾孕育出一大批酿酒专业人才,素有“酿酒工程师摇篮”美誉,国内大型企业40%以上技术负责人均出自该专业。

在我国白酒、葡萄酒、啤酒、黄酒等酿酒科研教学领域,江南大学都拥有极高的权威性,对推动酿酒技术的传承与创新、酿酒产业技术升级和传统产业的技术改造都做出过重要贡献。

作为江南大学最年长的校友,秦含章是当代中国食品和发酵工业的拓荒者,也是江南大学的奠基人之一。1958年前后,以任教过的八所院校相关专业为基础,秦含章牵头组建了无锡轻工学院,也就是江南大学前身,并出任当时教学班底的主要教授之一。季克良、高景炎等酒业大师级人物,都是曾师从秦含章的学生。

1963年12月,求学于无锡轻工学院食品发酵专业的季克良即将面临毕业分配。此时,《大公报》公布的一份全国第二届评酒会评选结果,为他的人生轨迹悄悄勾勒了方向。由于这一届评酒会茅台酒的名酒排名大幅滑落,引起周总理的重视,季克良作为当时的轻工部从无锡轻工学院酿酒专业选拔的高材生来到茅台,并成为第一个用科学理论解读茅台的人,此后的传奇早已为业界熟知。

江南大学副校长徐岩是中国第一位“白酒博士”,他曾表示,白酒行业是一个比较传统的行业,这决定了白酒行业重视历史传承的经验,但这里面却有许多技术操作是说不清楚的,只是一代代传承下来,而他的工作就是“把说不清楚的东西说清楚”,并且希望推动中国白酒走向世界。

由于有曾在日本学习的经历,徐岩对于日本的清酒有深刻了解。在他看来,清酒之所以能在许多国家得到认可,主要得益于其理论体系的研究。在30多年的白酒科研生涯中,他也一直致力于白酒基础理论研究和创新性研究,为白酒产业的技术升级和国际化交流作出了重要贡献。

从“拓荒者”秦含章到“创业者”季克良、高景炎,再到“创新者”徐岩,三代“江南人”所呈现出的正是我国酿酒科研领域不同时代的科研人员群像。正是基于一代代大师级人物的探索实践,中国酿酒产业才能从传统走向现代,从弱小到走向强大,从过去走向未来。

### 一门学科: 百花齐放的科研体系建设

改革开放40年来,在我国酿酒科研体系建设中,除江南大学作为“酿酒工程师的摇篮”外,还集结了一大批高等学府和社会化科研机构共同参与,并形成了“产学研”密切协作的科技攻关和技术研究体系,呈现出百花齐放的繁荣局面,为我国酿酒事业发展注入持久动力。

目前我国开设酿酒相关专业的院校,除江南大学外,还包括中国农业大学、西北农林科技大学、贵州大学、四川理工大学、大连轻工学院、四川大学等众多高等院校,并且随着酿酒产业的发展,开设酿酒相关学科的高校正呈现不断增多态势。此外,由茅台、五粮液等龙头企业深度参与创办的酿酒教学科研机构也展现出蓬勃活力。

同年12月18日,由五粮液深度参与的中国白酒学院、中国白酒酿酒培训基地、四川理工学院五粮液白酒学院宣告成立。其中,五粮液白酒学院将参照校企合作的统一范式,双方将在共建人才培养基地、共建高层次人才资源信息库、共建人才选调与实训基地、实行互派挂职交流、建立人才招聘机制、开展课题研究等方面加强合作。

一方面是高校不断增设酿酒相关专业,另一方面龙头企业逐渐深入酿酒教学科研领域,不断壮大的科研队伍背后,展现出酿酒产业的广阔前景和对高素质人才的高度需求。特别是随着当前酒类行业换挡进入高质量发展阶段,科技水平的高低和人才储备的多少将直接成为酒企在国内国际市场竞争实力的重要衡量标准。对于酿酒教学科研而言,一个百花齐放的繁荣时代正在到来。

### ■ 杨孟涵

中国酒业协会发布的《预调鸡尾酒》团体标准将自2019年1月1日起实施,这意味着历经两年之后,预调鸡尾酒行业终于“酝酿”出了属于自己的标准。

值得注意的是,虽然参与起草的单位多为预调鸡尾酒大吨型企业,但似乎新标准也为白酒参与“预调鸡尾酒”留下了一定空间。

### 预调鸡尾酒市场的前世今生

2017年7月,中国酒业协会批准《预调鸡尾酒》团体标准正式立项,值得注意的是,该项目是由上海市酿酒专业协会报送的,经过中国酒业协会的批准,上海市酿酒专业协会开始作为牵头单位,正式组建标准起草组,拟定详细的团体标准,制定工作进度和时间表,推进各项工作。

在此之前,是预调鸡尾酒在中国的渗透、爆发和相对沉寂。

预调鸡尾酒在中国市场是新生事物,然后早在2000年左右,百加得旗下冰锐就进入中国市场,其后,诸多酒企开始慢慢涉足这一领域。

2011年以后,国内预调鸡尾酒行业开始迅速发展,到2013年,以锐澳为代表的预调酒在市场上呈现爆发趋势,资料显示,2013年预调鸡尾酒销售量近千万箱,销售金额约为10亿元,占整个中国酿酒行业的0.12%;基于对后市的乐观预测,有观点认为到2020年,国内预调鸡尾酒销售量将达到1.5亿箱以上。

2013年,百加得旗下冰锐鸡尾酒和百润股份的锐澳RIO鸡尾酒称霸市场,到了2014年,锐澳扩大攻势,以强有力的宣传和推广提升影响力,市场占有率达到40%,赶超对手。

2014年,预调酒大爆发,除了传统巨头之外,很多业外资本也觊觎于此,看中其作为新品类的成长潜力。当年度,食品业的黑牛食品,传统白酒业的古井贡酒、五粮液纷纷进入。

2015年,更多食品饮料企业、白酒企业进入预调酒领域,但是野蛮生产并未带来预期的收益,业内人士认为,大量业外企业的涌入,使得原本在行业标准上就有所欠缺的预调酒呈现出良莠不齐的局面,品质与标准问题成为阻碍行业发展的一大难题。

滥用色素、添加剂、糖,酒精度与基酒没有一定标准,这导致诸多消费者在尝鲜后反



在野蛮生长许久之后,国内预调鸡尾酒的权威标准终于出台。日前,中国酒业协会发出通告,批准发布《预调鸡尾酒》团体标准。

这个旨在加快中国酒业供给侧改革、丰富酒类产品结构决定,将会有效解决之前困扰预调鸡尾酒行业的技术标准问题,在酒精度、总糖等诸多方面做了详细规定。

佳,影响行业整体形象。

在这样的情况下,上海酒业协会牵头联合上海巴克斯酒业有限公司、百加得洋酒贸易有限公司以及百威英博投资(中国)有限公司共同起草了预调鸡尾酒团体标准草案。据起草者之一的吴建华表示,“标准的出台将更有利于企业生产规范的制定,引导市场竞争秩序回归理性。”

### 引导市场竞争秩序回归理性

新的标准在多方面进行了界定,譬如在总糖、酒精度等理化指标上,就规定酒精度在20℃条件下为0.5到17度,总糖(以葡萄糖计)(GL)≤200.0。

标准浓郁的“沪派”色彩,源于上海的洋派氛围,也源于以上海为主场的诸多预调酒企业。

根据中国酒业协会发布的相关通告,这项标准负责起草单位为上海市酿酒专业协会,该协会此前就曾起草过多项标准。而参加起草单位,则是几大预调酒巨头——上海巴克斯酒业有限公司,百加得洋酒贸易有限公司,百威英博投资(中国)有限公司。

巴克斯酒业旗下,为风靡一时的锐澳预调鸡尾酒,百加得旗下,为长盛不衰的冰锐,以啤酒见长的百威英博,同样也推出了自己的预调鸡尾酒产品。

曾一度引领一个行业的三大巨头,不约而同加入起草预调鸡尾酒标准的行列,其



### 标准为白酒预留空间

尽管“沪派”色彩分外明显,并没有白酒企业参与其中,但是依照中国酒业协会以往在此方面的动作来看,新标准仍为白酒的“预调化”留下一定可能与空间。

按照新标准规定,预调鸡尾酒是以蒸馏酒、发酵酒、配制酒等为酒剂,加入可食用原料(糖果树脂等),或药食两用的原料、辅料,食品添加剂等进行调配混合,含有或不含有二氧化碳的饮料酒。

传统西方的鸡尾酒,通常是以朗姆酒、金酒、龙舌兰、伏特加、威士忌、白兰地等烈酒或葡萄酒作为基酒,再配以果汁、蛋清、苦精、牛奶、咖啡、糖等其他辅助材料,加以搅拌或摇晃而成的一种混合饮品。

新标准中的蒸馏酒涵盖更广,超越了传统鸡尾酒中朗姆酒、龙舌兰等主料。

很显然,中国白酒统统为蒸馏酒,也就是说,新标准可将白酒纳入到预调鸡尾酒的基酒范围之中。

事实上,作为标准的发布方,中国酒业协会此前已经多次做过白酒与鸡尾酒融合的努力,而诸多白酒企业,也在此方向上做过诸多探索。

2017年9月15日,中国酒业协会正式成立鸡尾酒专业委员会,而同一天,由中国酒业协会主办、泸州老窖股份有限公司协办的泸州老窖“百调杯”中国白酒鸡尾酒世界杯赛也在当天正式鸣锣开赛。

中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉在致辞中表示,鸡尾酒专业委员会要推进中国酒的国际化、年轻化进程,让中国白酒真正做到对外国际化、对内年轻化。团结所有的具有前瞻性的名酒企业,借鉴国际成功经验,整合鸡尾酒行业资源,不断开展中国白酒鸡尾酒的探索实践,创造中国白酒鸡尾酒经典。

此次鸡尾酒团体标准的出台,自然有中国酒业协会所推动的中国白酒鸡尾酒的探索目的在其中,而新标准中除了有关蒸馏酒的界定外,对酒精度的规定(0.5-17度),也被看成是为白酒参与预调鸡尾酒留下足够的空间。

# 黄立明:新零售应当“快准好省”

## ■ 李剑

他接触进口葡萄酒十多个年头,对于葡萄酒极其钟爱;他投身于市场,对于市场营销可谓行家;他与时俱进,研究网络营销,开辟市场营销新方向。爱酒人俱乐部创始人、福建省酒业协会进口酒分会秘书长、厦门自贸区商会侍酒师/品酒师专委会副主任、法国玛卡蒂集团中国市场总策划、澳洲富贵袋鼠葡萄酒品牌及招商总监、爱在情深酒庄加盟运营总执行黄立明就是这样全能多面手。

自从2016年“新零售”概念被提出以后,对于新零售的发展各方面始终没有停歇过。而黄立明凭借其对市场的充分调研、了解以及多年的经验,对新零售的发展提出了自己的看法。

黄立明认为:“新零售是各地品牌加盟合作伙伴的‘神’,要把新零售作为‘神’来膜拜。而通过各地品牌加盟合作伙伴同步成立的爱酒人俱乐部正是一个具有互联网思维的线下会员制消费圈的社群集合体。同时,爱酒人俱乐部作为加盟合作伙伴的文化配套机构,无论是在新零售还是在文化配套上,两手都很硬。”

黄立明还对记者说:“当下更值得强调的目标或许是‘快、准、好、省’。在全品类综合酒商360度火力覆盖的今天,靠‘多’取胜太难,做‘准’才有以小博大的可能。”

### 精准定位 做好体验营销

生活在厦门的黄立明不打无准备之仗,前期对于市场的调研,掌握市场的实时动向非常重要,在创立爱酒人俱乐部之后,黄立明对全国加盟市区市场环境做了细致的调研,之后大胆提出“县区人口三十万,我只服务一千元”的经营理念。

黄立明认为,新零售是集精选、体验和服务为一体的零售模式,要做到品质精选、品类精选,而体验和服务则是零售的灵魂。服务1000位用户,就意味着要在县级区域市场上找到1000个“精选用户”,而这1000个“精选用户”每家每年消费5箱酒,每年就能做5000箱,这个量相当于两个小柜的业务额。

# 意大利,葡萄酒带您去。

## ■ 典基安蒂 DOCG

而实现这一经营理念的途径就是通过网络大数据。黄立明说:“要开发一万个精准客户,需要在两万个县级区域市场目标顾客大数据中进行挖掘。”

新零售一半的商业价值来自于线上,将所有产品信息化、供应链自动化、经营数据可视化、销售能力规模化是结合互联网才能做到的事情。因此,在黄立明的主导下,爱酒人俱乐部采用网络当红软件“芯鸿电商机器人”,并培训加盟用户用好、活用电商机器人。而这种电商机器人包含了软硬件的嵌入,其中微信10号多开系统,支持10个微信、10个QQ、10个陌陌同时登录运营。以微信为例,其可以方便加盟店在半年内添加10个微信号,每个号3千-5千粉丝,县级区域市场总计活跃粉丝3万人,筛选可用精准会员1000位。这套系统能够帮助没有互联网销售经验和电商平台使用经验的商家智能化地完成一系列市场推广工作。

黄立明告诉记者:“电商机器人以解决客户网络销售中的实际需求为出发点,特别是解决实体店商家、传统行业用户在营销方面的困难,用户通过芯鸿产品体验的是‘软件+硬件+互联网服务’高度集成的新商业模式,快速实现从传统经营到‘线上+线下’并进的经营模式转变。”

目前,俱乐部有两个电商机器人,拥有20个微信号,全国酒商十万个好友同时并存由机器人进行微信互动、信息发布,微信号文章宣传群发服务。

黄立明坚信“量变”必将产生“质变”。在确定了理念和目标之后,身为厦门自贸区商会侍酒师/品酒师专委会副主任的黄立明认为,对于消费者的服务和消费者体验在新零售中同样重要。在他看来,品鉴会的组织和运营就是一个非常好的与消费者建立更深联系的平台。

黄立明说:“产品只是与顾客产生关系的敲门砖,而服务是保持持续盈利的抽象化产品。如何让顾客在产品之外享受到更多的优质体验,如何超出顾客的预期,需借助品鉴会的手段,让顾客在下次购买时仍然能想到你说过的话和使用产品的感受,这是加盟



门店需要好好思考的问题。”

### 重塑市场供销体系

新零售改变了原有的市场供销体系,对于由此产生的变化和影响,黄立明说道:“作为法国玛卡蒂集团中国市场总策划、澳洲富贵袋鼠葡萄酒品牌及招商总监、爱在情深酒庄加盟运营总执行,在对市场经过多年的布局 and 运营之后,现在,我们拥有整个市场和加盟商的服务,拥有1000个下级合作伙伴,如今我们坚持‘物质文明’和‘精神文明’两手都要硬的路线。”

黄立明告诉记者,以对进口葡萄酒的市场供销体系运营为例,在他的主张下,主攻国内加盟服务商的服务,依托国外酒庄的丰富农业资源以及国外酒庄的不断合作,在中国市场开发客户终端和客户服务。

在服务客户的过程中,一方面建立稳定的货源供应,同时保证进口产品的三证齐全,并喊出“假一赔千!”的链条口号,贯彻到零售、批发、进口供应链,国外酒庄全链条中,一级为一级负责,取得了非常好的效果。

另一方面,在服务客户的过程中,重视对买家联盟和独立买家的酒知识、酒文化方面的培养,通过在各地经销商同步建立“某某县爱酒人俱乐部”,在每个县级区域市场为加盟店募集培训1000个爱酒人,形成坚实的买家联盟体。

天下武功唯快不破。在当下消费者寻求便利、迅速的消费环境中,建立稳定的渠道重要,线上线下的融合更重要。对消费者来说,这是最好的方式。黄立明认为,“快”字诀目前的主要机会来自线下,即“便利”。

黄立明表示:“使用微信小程序商城做县级区域市场‘附近的酒团购’,经过验证这是一种比较好的方式,其通过微信支付宝的快捷支付和滴滴快车的派发货,已经成为成功的商品送货派发货手段。黄立明表示,像富贵的袋鼠葡萄酒、法国玛卡蒂葡萄酒都是定位于百元之内的消费为主,抢占长城干红、张裕95等的同价市场,其所PK的就是性价比,让购买者做出内心的自我推介和选择。”

黄立明对记者表示:“新零售模式其实就是运用互联网思维,加强产品和服务的客户体验,让实体店和线上平台成为最佳的客户体验场所,而社区新零售不仅仅是商品交易过程和体验的升级,更是零售业与服务业的结合延伸。”