

清香型白酒的优势、现状与振兴

李颖宪, 邹海晏, 程志娟

(天津科技大学, 天津 300222)

摘 要: 清香型白酒具备的优势有: ①生产周期短, 成本低; ②出酒率高; ③酒的成分简单, 口味醇和、绵甜, 适合现代饮用要求; ④是生产药酒、功能性白酒最好的基酒; ⑤容易与国外饮用接轨, 易进入国际市场。目前, 清香型白酒技术、生产销售步步后退, 市场份额越来越小。要振兴清香型白酒必须: ①利用品牌优势, 拓展系列产品, 提高市场覆盖率; ②利用高新技术和高科技产品改进生产技术、改善酒质, 提高企业效益; ③加强工人的技术培训, 不断提高勾兑技术。(孙悟)

关键词: 清香型白酒; 优势; 现状; 振兴途径

中图分类号: TS262.32-1 文献标识码: D 文章编号: 1001-9286(2005)07-0104-02

Advantages , Present Status and Revival Measures of Fen-flavor Liquor

LI Ying-xian , ZOU Hai-yan and CHENG Zhi-juan

(Tianjin University of Science and Technology , Tianjin 300222 , China)

Abstract : Fen-flavor liquor has the following advantages : ①short production cycle and low production cost ; ②high liquor output rate ; ③simple liquor compositions and liquor in possession of soft and mellow taste which met drinking requirements nowadays ; ④a good base liquor for the production of medicinal liquor and functional liquor ; ⑤ suitable to oversea drinking habits so that it could enter into international market easily. In order to realize the revival of Fen-flavor liquor , the following measures must be practiced : ①developing new liquor serial products and increasing market coverage percentage by means of liquor brands advantages ; ②application of high techs to improve liquor quality and to increase enterprise profits ; ③strengthening technical training to technicians to improve their blending techniques.(Tran. by YUE Yang)

Key words : Fen-flavor liquor ; advantages ; present status ; revival measures

1 清香型白酒具有的优势

清香性白酒是白酒大家族中很有光彩的一员。但近年来市场上难觅踪影。反观, 浓香型白酒则在货架上琳琅满目。为什么在市场这块大蛋糕中清香型酒所占有的份额甚少, 是其风味不被人们所接受, 非也。清香型酒曾经辉煌过, 正是因为它具有品质和生产的双重优势。清香型白酒拥有广泛的群众基础, 尤其在北方、老年人群中深受喜爱。清香型白酒具备以下优势: ①发酵周期短, 贮酒时间短, 生产成本低, 资金周转快, 生产厂家多; ②因为使用清茬曲, 原料出酒率高, 节约粮食, 符合产业政策。③采用地缸、低温发酵, 生产环境卫生, 酒的组成成分简单, 口味醇和、绵甜, 适合现代饮用者的口感与保健要求。④清香型酒无特殊气味, 是生产药酒、功能性白酒最好的基酒。⑤经改造后容易与国外饮用要求接轨, 进入国际市场的难度比其他香型的小。

2 清香型白酒陷入困境的原因

导致清香型酒目前的状况有着主、客观多种原因。1979 年的全国第三届评酒会, 白酒按香型评比, 评比结果以香取胜, 浓香型酒获奖者居多。8 个国家名酒中清香型只有 1 个, 浓香型占 5 个。18 个国家优质酒中, 大曲清香型白酒有 2 个。全国性评酒会的结果强有力地引导着生产和消费, 使得浓香型白酒厂家增多, 市场上浓香型酒大受欢迎。

浓香型白酒的生产技术共性多, 使得生产厂家之间技术协作、互相学习的机会多, 这促进了厂家的团队精神, 也使生产浓香型白酒的两大技术关键人工培养窖泥与气相色谱应用得以迅速推广。尤其在提倡饮用低度白酒, 固液勾兑生产新型白酒的大环境下, 这些技术的交流、应用使得浓香型白酒蓬勃发展。现在浓香型白酒占据市场份额的 75 % 以上。相比之下, 清香型白酒强调传

收稿日期: 2005-03-22

作者简介: 李颖宪(1954-), 女, 天津人, 高级工程师, 主要从事生物工程方面的研究与实验教学, 发表多篇文章。

统技艺,重视科技进步不够,生产工艺不能与时俱进。清香型白酒虽然也是大家族,但成员之间采用的生产工艺区别较大,共性少,独立研究又显力量薄弱,因此团队精神、协作意识不强,彼此交流促进不够。以致在浓香型酒技术进步、生产销售大发展面前,步步退却,使在市场这块大蛋糕中所占份额越来越小。若要查阅浓香型白酒生产技术的书籍则比比皆是,关于浓香型酒的科技文章、资料在期刊中目不暇接,而清香型白酒的资料可谓寥若星辰。这也反映酒业的发达是与科技进步密不可分的。

3 振兴清香型酒的途径

发展是硬道理,不仅振兴需要发展,生存也需要发展。在激烈的市场竞争中不进则退,振兴清香型白酒的途径概括有三条:营销策略、企业管理、科技进步。在激烈的市场竞争中,营销策略的重要性已被企业领导层重视,薄弱的是企业管理与科技进步。企业管理关系着职工素质、生产成本、经济效益与产品的质量。白酒厂属于劳动密集型、传统生产方式型企业,进行企业的现代化科学管理难度很大。技术进步关系着产品质量与企业的经济效益,营销策略的成功必须以上乘的产品为后盾,否则产品在市场上就是昙花一现,这样的例子不少。因此,企业必须抓好市场营销策略和企业管理;同时更要加大科技进步,促进企业的快速发展。浓香型白酒大发展中就有许多成功的经验,可供振兴清香型白酒借鉴。

3.1 利用品牌优势,拓展系列产品,提高市场覆盖率

生产浓香型白酒的厂家,不仅按酒质的档次,还根据酒销售区域的消费习惯和销售地区与之竞争产品的特点,运用勾兑技术生产不同特色的酒,以扩大市场覆盖面。

固液结合、低度白酒是国家倡导的,浓香型酒的蓬勃发展正是因为它顺应了社会要求,并得益于此。清香型白酒是否也可按此模式发展呢?这里有认识问题和技术问题。人们常混淆食用酒精与工业酒精的概念,认为凡是加入酒精的都不是正品,甚至有毒。好在浓香型白酒在前面开道多年,再加上继续深入宣传,这种误解会日益淡化的。浓香型白酒在当年研制低度白酒时出现的混浊、水味、香淡的问题,通过勾兑技术一一解决了。尤其是当应用酒风味物质的数学模型勾兑时,这些难题都不再是问题了,质量得到提高。同样,可通过研究,建立清香型白酒风味的数学模型,勾兑出各具特色的、市场满意的固液结合新型清香型白酒与低度清香型白酒的系列酒。

随着老年人口的增加,我国进入老龄化社会,利用清香型白酒的特点开发保健酒、滋补酒、药酒等,这是清

香型白酒得天独厚的优势。有人可能会认为这些小宗商品难成大气候。君不见一些名不见经传的厂,由于产品质量上乘,营销策略优良,硬是雄踞市场一隅。小宗商品同样可唱大戏。

3.2 研制具有中国特色的伏特加

随着国际交流的频繁进行和世贸组织的发展,我们能否研制出一些洋酒以供需求?而研制白兰地、威士忌完全没有必要。一是其生产周期太长,仅在橡木桶中贮存就要多年。二是生产技术陌生,研制出的产品难以达到国际要求,国内人士也不会接受,这不是扬长避短。如何发挥我们的优势,研制出能够进入国际市场的白酒?我们认为清香型白酒比浓香型、酱香型白酒更具优势,它接近伏特加酒质。国人钟爱的浓香型、酱香型白酒外国人是难以接受的。由于伏特加无色、纯净、无特殊气味,既可独酌,也可调制鸡尾酒。因此它的销售增长形势要好于威士忌和白兰地。但是我们要研制出与俄罗斯并驾齐驱的伏特加也难。俄罗斯有着近百年的研究历史,实力雄厚的研究队伍。即使我们研制出的酒质与俄罗斯的伏特加相近,挤入国际市场也难,因为你不是正宗,资历浅,难以得到消费者的认可。国人也不一定喜欢这种像水一样的酒。结果费了好大的劲,还处在两难的境地。可以利用清香型白酒成分简单、纯、净、无特殊香气的优点,吸收伏特加纯净的特点,研制出既有中国特色又有国外特点,既能为外人接受又能为国人接受的新型清香型酒,这是可以实现的。

3.3 利用高新科技和高科技产品改进生产技术、改善酒质,提高企业效益

严格按照传统生产技艺操作是必要的,那是前辈留下的宝贵财富。但也要采用高新科学技术与高科技产品来改造传统技艺,不能墨守陈规,要与时俱进,产品质量才能更上一层楼,企业才有生命力。

使用酶制剂、活性干酵母来减少酒糟中的淀粉含量,提高原料出酒率;利用生香活性干酵母、红曲来提高酒的酯含量等。在浓香型酒生产中已经成功运用了十几年,并取得了良好的效果,积累了成熟的经验,完全可以借鉴到清香型白酒生产中来使用。浓香型白酒酒质迅速得以提高,主要是得益于在气相色谱数据的指导下进行酒的勾兑。但有些清香型白酒厂的气相色谱仅仅局限作为检测手段,没有用到酒的勾兑上,充分发挥这种高精仪器的作用。

3.4 加强工人的技术培训,不断提高勾兑技术

常碰到一些老年消费者说,现在的清香型酒不如以前的好喝,也不如浓香型酒喝得顺口。我们喝了,也感到

(下转第108页)

行研究和商榷的。因此,为了对历史和人民负责,目前尚还不宜在中国传统白酒产品以及具体香型上宣传其保肝或伤肝作用,否则,中国传统白酒可能真的会不堪重负。

3.1 白酒与伤肝

白酒不是酒精,而是水以及粮食原料经自然固态发酵、固态蒸馏获得的乙醇和其他呈香呈味物质经过长期贮存、精心勾兑调味所构成的发酵生物制品。乙醇是白酒中的重要组成,但乙醇不是中国传统白酒,乙醇伤肝是无可非议的,过量饮用白酒造成肝损伤也是无可争议的。因此,我们认为,中国传统白酒应该“一保三低”,同时倡导科学、文明饮酒,适量饮酒才会有益健康。

3.2 白酒香型

中国传统白酒的香型是由地域资源所决定的,不同地方的中国传统白酒有着各自不同的风格特点,这些独特的风格已为广大消费者认可,才形成了各自的产品市场。浓香型大曲酒在全国白酒市场消费份额中占 70%~80%,已是不可争辩的事实。我们应当共同维护其在中国传统白酒市场中的乃至在国内外酒类市场的信誉,而不应当造成不同白酒香型生产厂家间的相互遗憾。

3.3 白酒科学研究与商业化

中国传统白酒的深入研究,包括白酒对肝脏作用及其影响等是应该进行的。我们希望国家、企业和消费者均应给予支持。应该将其同基于商业竞争而进行的宣传

和炒作严格区分和对待,否则会使学术研究被“商业化”。

祖先给我们留下了中国传统白酒这一宝贵遗产,中国传统白酒不同香型之间在技术工艺事实上已在相互渗透和结合,在一定程度上促进了白酒内在品质的提升,一些生产清香型白酒和酱香型白酒的企业近年来也在逐步开发浓香型曲酒,以增强产品的多样性和企业竞争力,去适应市场的需求。我们也只有通过学术思想的创新,技术思路的创新以及研究方法的创新才能使中国传统白酒得以继承和发展,实现中国传统白酒可持续发展的健康发展。

参考文献:

- [1] 陈益钊.中国传统白酒的嗅觉味觉的科学实践(第 1 版)[M]. 成都:四川大学出版社,1996.
- [2] 徐占成.剑南春微观非均相分布现象的研究[J].酿酒科技, 2002(3):17-18.
- [3] 钱松,等.白酒风味化学(第 1 版)[M].北京:中国轻工出版社, 1997.
- [4] 庄名扬.多粮浓郁型中国名酒——五粮液与饮酒健康[J].酿酒科技, 2004(5):116-117.
- [5] 康明官.白酒工业手册(第 1 版)[M].北京:轻工出版社,1991.
- [6] 胡承,等.对传统白酒与现代白酒的思考[J].酿酒科技, 2004, (4):101-102.
- [7] 洪昭光.健康快车(第 1 版)[M].北京:北京出版社,2002.
- [8] 卢家兴.给白酒“减毒”[N].科学时报, 2002-01-07.

(上接第 105 页)

有的清香型白酒是有“今不如昔,清不如浓”的现象。这种现象也好理解,现在中国生产行业普遍缺乏高级技工,白酒行业也不例外。过去清香型白酒的产量小,生产班组少,老工人多,技术力量强。老工人干活负责、细致,尤其对酒醅入缸、上甑蒸酒很是重视,酒质自然上乘。现在产量扩大了,班组多了,技术骨干不足,一些年轻工人干活图快、工作质量粗放,酒质自然不如以前,这叫“先天不足”。酒出厂前的勾兑技术含量又不如浓香型白酒,

基酒的缺陷未得到弥补,自然酒质不如从前,也不如浓香型白酒顺口,这称作“后天失调”。例如清香型白酒普遍存在因酒苦而不受欢迎。为什么过去的酒不苦,而现在的酒苦,这与装甑时酒醅是否疏松均匀,蒸酒时是否大汽,酒的流速是否大有关。怎样解决清香型白酒现在存在的质量问题?这需要做出更大的努力!要加强学习,提高工人技术素质,同行彼此促进,才能不断促进产品质量的提高。●

2005 秋季糖酒会将于 10 月 11 日开幕

本刊讯 据悉,备受行业关注的 2005 年秋季全国糖酒商品交易会将于 2005 年 10 月 11 日至 14 日在山东济南国际会展中心举行。本届糖酒会将继续实行集中布展的原则,糖酒会展厅将按商品分类,按产品划厅。参会人员将统一于 10 月 6 日至 8 日进行布展,布展时间为每日 8:30—17:30,预展时间为 10 月 9 日至 10 日。按相关规定,本届糖酒会撤展时间为 2005 年 10 月 14 日 15 时后,在此之前,任何展具或展品都不得撤出展区。

据了解,本届糖酒会展位价格如下:

室内展位:普通展厅 200 元/m²,优地展厅 230 元/m²,特优展厅 300 元/m²。室内标准展位:优地 3m×3m 展位每个 2300 元,普通 3m×3m 米展位每个 2200 元。

室外展位:室外特优展位 290 元/m²;优地标准展位 3m×3m 展位每个 2000 元,4m×4m 展位每个 3500 元;室外普通展位:3m×3m 展位每个 1600 元,4m×4m 展位每个 2800 元。(小江)