

# 馥郁香型白酒的发展历程

张 勇

(酒鬼酒股份有限公司,湖南 吉首 416000)

**摘 要:** 白酒香型的发展是历史发展的必然结果。从酒鬼酒、湘泉酒香型发展中主要问题的提出、研究、定型和完善等各个阶段来阐述馥郁香型白酒的发展历程,从历史文化、生产工艺特征、感官特点及香气组分特征阐述了馥郁香型白酒的内涵。

**关键词:** 馥郁香型白酒; 发展; 历程; 特征

中图分类号:TS262.3-1;TS261.4

文献标识码:B

文章编号:1001-9286(2011)10-0117-05

## Review of the Development Process of Full-bodied-flavor Liquor

ZHANG Yong

(Jiugui Liquor Co. Ltd., Jishou, Hu'nan 41600, China)

**Abstract:** The development of liquor flavor types is the necessary results of social development. In this paper, the development process of full-bodied-flavor liquor including Jiugui liquor and Xiangquan liquor was reviewed. And the inner meaning of full-bodied-flavor liquor was elaborated from the angle of historical and cultural backgrounds, production techniques characteristics, liquor sensory characteristics, and flavoring compositions characteristics etc.

**Key words:** full-bodied-flavor liquor; development; process; characteristics

### 1 中国白酒香型概况

中国白酒是世界著名的蒸馏酒品种之一,已有几百年历史,而白酒以香型来分类仅有 30 多年的时间。香型概念的提出、发展和创新与评酒密不可分,细分白酒香型是白酒品评技术进步的重要体现。

白酒中乙醇和水占 98%,而其余 2%左右是数量众多的微量成分,其含量与量比关系决定着各种香型白酒的风味特征。1963 年,国家轻工业部组织了茅台酒及汾酒试点,开始剖析名酒香气成分。1975 年,内蒙古轻工科研所发表了采用气相色谱法剖析国内 60 余种白酒香气成分的分析结果,从而对白酒香型开始有了科学而正确的认识,为正确进行产品的品评提供了基础。至今已划分大小 12 种香型,其相互关系见图 1。

不同香型白酒体现着不同的风格特征(或称典型性),而这些风格的形成源于酿酒采用的是各自独特的原料、糖化发酵剂、发酵容器、生产工艺、贮存老熟、勾调技术以及不同的地理环境,从而形成了中国白酒百花齐放、各有千秋的特色。从 20 世纪 70 年代确立的浓香、清香、酱香、米香四大基本香型,它们独立存在于各种白酒香型之中,到 20 世纪 80 年代,诞生的兼香、凤香;再由 20 世纪 90 年代到 21 世纪初,又派生出了特型、药香、鼓香、芝

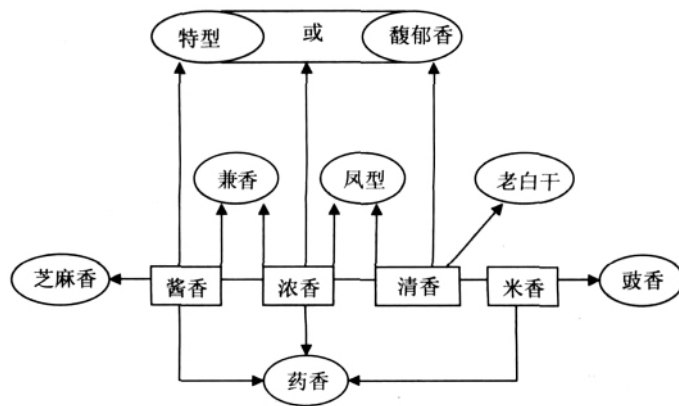


图 1 12 种香型的相互关系

麻香、馥郁香、老白干等,可以说,后来的 8 种香型是在前面 4 种基本香型基础上,以一种、两种或两种以上的香型衍生出来<sup>[1]</sup>。随着酿造技术的发展,各香型白酒已经发展到独具特色阶段,这是工艺创新的结晶。各种香型白酒之间互相借鉴和融合,不再受传统束缚,白酒的香型也会更加丰富。

### 2 馥郁香型白酒的发展历程

1956 年 4 月成立的吉首酒厂就是酒鬼酒股份有限

收稿日期:2011-06-07

作者简介 张勇(1974-)男,湖南人,大学,工程师,第七届白酒国家评委,现任勾储中心主任,从事酿酒及酒体设计工作近 20 年。

公司的前身。到 20 世纪 70 年代后期,企业一直没有自己的拳头产品,发展缺乏后劲,创造自己的名牌产品成为当务之急。1976 年初,酒厂成立了名酒研制攻关小组,先后派人到全国的名优酒厂学习取经,并获得了宝贵的经验和启示,最后决定在原料成分上借鉴五粮液,在发酵工艺上借鉴董酒,同时尽量保留湘西传统酿造配方来生产自己的酒。该酒以湘西香糯米和云雾糯高粱为原料,取龙、凤、兽三眼穿石而出的泉水,采取大小曲结合发酵,于 1978 年成功酿出了自己的好酒,并取名为“湘泉”。20 世纪 80 年代末期成功开发了更高档的“酒鬼酒”,“酒鬼”是“湘泉”的高起点延伸,其青出于蓝胜于蓝。企业凭借“酒鬼”、“湘泉”而走上了腾飞之路。在经历了“七五”起飞(1986~1990)、“八五”辉煌(1991~1995)和“九五”腾飞(1996~2000)后,酒鬼酒公司完成了从传统小作坊式工厂到现代大型上市企业的蜕变,“酒鬼”也成为香飘海外的著名品牌和国家驰名商标。“十五”期间,受诸多因素影响,酒鬼酒发展一度陷入低迷。进入“十一五”,随着 2007 年中皇公司成为公司第一大股东,企业重组改制工作的成功告罄,标志着公司进入了一个崭新的恢复性发展阶段。纵观企业成长历程,酒鬼酒在追求高品质的道路上凝聚了几代管理团队和科研团队的心血,馥郁香型白酒的研制、定型、论证和提升的过程就是几代酒鬼酒人的一部奋斗史。

### 2.1 香型的困扰

湘泉酒 1978 年试制成功并批量生产,集大小曲酒工艺为一体,容各香型为一味,出厂酒度为 54 %vol,后生产 38 %vol 低度湘泉酒。1988 年,全国著名酿酒专家秦含章对湘泉酒的评价是:“湘泉酒具有用料独特、用曲独特、工艺独特、包装独特之独到之处,为酒类形象之新姿。”湘西是著名作家沈从文的故乡,也是美术界泰斗黄永玉、歌唱家宋祖英的故乡。时任厂长的王锡炳运用名酒、文化与名人三位一体的办法,走文化路线,极大地扩展了“湘泉”品牌影响力。1989 年,酒鬼酒正式面世,产品兼具“泸型之芳香、茅型之细腻、清香之纯净、米香之优雅”,乃酒中无上妙品。著名画家黄永玉为该产品设计了麻袋状紫砂陶瓶,创造出定位准确、契合白酒消费者心理的高档精品品牌,巧妙地绕过了以低档酒带动高档酒销售所难以逾越的“坎”。在 20 世纪 90 年代初就大胆将零售价调控到 300 元左右,高于国内的高档酒品牌。酒鬼酒的成功已经成为酒界经营实战的范例,实际上,其产品自产自销,保证了独特品质和上乘质量,这才是其根本。

20 世纪 70 年代后期,白酒就有了香型的概念,并逐步得到了社会的广泛认可。酒鬼酒和湘泉酒尽管有着独特的生产工艺和产品风格,也有良好的口碑声誉,但由于

起步较晚,企业的生产规模、科研水平、销售额、市场覆盖面等未能达到国家确定独立香型的基本标准和条件。因此,酒鬼酒、湘泉酒只能长期标注“兼香型”和“其他香型”,错失了进入国家名优酒行列的历史机遇。酒鬼酒、湘泉酒只能以异军突起的地方名酒身份出现,严重影响了品牌形象和行业地位,制约了企业核心竞争力的进一步提高。

### 2.2 香型的首次提出

在 20 世纪 90 年代初,凭借雅俗共赏的包装、独具风格的质量和笑傲群雄的市场定价,酒鬼酒在业内已小有名气,但其品牌的缔造者王锡炳深深感到:唯有把产品质量做好、做精,才是企业生存发展之根本。在当时学术舆论中,国内许多著名的酿造专家共同认为,湘泉和酒鬼酒博采国内诸多名酒之长,兼纳酱香、浓香、清香、米香、兼香等五大香型之优,从而独树一帜,不能归入任何一种香型,应为“第六香型”或“湘泉香型”。1992 年 3 月,湘泉集团组建酒业研究所,并把研究湘泉酒、酒鬼酒的香型申报列为省级科研项目。开始从湘泉酒、酒鬼酒的生产环境中微生物分布变化、发酵微生物的消长变化、生产工艺特点、微量成分含量和量比关系等方面进行深入研究与分析。同时,多次邀请周恒刚、沈怡方、高景炎、陶家驰、刘洪晃、金佩璋等白酒专家来厂考察指导工作。1994 年 4 月,在吉首召开了“湘泉酒香型研讨会”,到会专家充分肯定了湘泉酒和酒鬼酒独特的生产技术和风格特点,并提出了“保持特色、稳定工艺、扩大家族、形成流派”的要求。会议首次就酒鬼酒、湘泉酒香型的具体名称进行了讨论,初步设想为“复合型”或“结合型”。

### 2.3 香型的研究过程和定型

1985 年湘泉集团白酒产量只有 500 t,1991 年发展到 2000 t,1995 年达到 8000 t,1997 年湘酒鬼股票上市。上市后获得了强大的资本支持,1998 年生产目标确定为 2 万 t 湘泉酒和 2000 t 酒鬼酒。2000 年“酒鬼”获中国驰名商标,2001 年成为中国白酒业五大畅销品牌、文化酒第一品牌。随着规模的不断扩大,迫切需要质量的提升和香型的准确定位。酒鬼酒的香型从 1992 年初提出至 2005 年 8 月通过鉴定,经历了十几年,其具有飞跃性的研究与突破,可分为 5 个阶段。

#### 2.3.1 第一阶段:曲药的改进

酿酒主要是靠微生物新陈代谢,曲药是发酵的动力,是决定白酒风格质量的关键之一,所以筛选菌种和优化制曲工艺是前期研究的一项基础工作。湘泉酒和酒鬼酒采用典型的大小曲结合工艺,培菌糖化过程是形成其清香特征的重要工序。原来所用的小曲是沿袭湘西药曲的传统制作方法。药曲以大米粉为原料,添加 30 余种中药

材,用种曲接种的办法,培养成直径 5 cm 左右的球形曲。随着生产规模的扩大,这种原始的生产方法很难满足批量需求,加之酒中的药香味在多数消费者中不受欢迎。1992 年,经过试验对比后,决定用纯种根霉菌代替传统药曲作为糖化剂,既能保证良好稳定的糖化效果,又能降低成本和便于扩大生产规模。这充分体现了现代生物技术与传统酿酒工艺的完美结合。在大曲生产上,通过实践中的长期摸索探讨,中温制曲改中偏高温制曲,类似酱香型制曲。通过适当提高培曲温度,有利于富集更多的生香功能微生物,使产品的香味更趋丰富协调,高温曲本身的幽雅曲香是普通白酒难以达到的境界。

### 2.3.2 第二阶段:开始香型的专题研究

1994 年,由白酒界泰斗周恒刚带队和在著名白酒专家沈怡方、高景炎、陶家驰、刘洪晃、金佩璋、肖继岳等的指导下,从生产工艺、发酵微生物、微量成分检测分析等方面首次对湘泉酒、酒鬼酒进行系统全面的研究,研究的总结报告及结论成为以后工作和生产的指南。1994 年 4 月,召开了“湘泉酒香型研讨会”,到会专家初步设想为“复合型”或“结合型”。该提法基本符合湘泉酒、酒鬼酒的实际情况,当时生产工艺和风格质量的现状是:前期培菌糖化而非清香或米香、使用泥窖续糟发酵而非浓香、中偏高温制曲而非酱香或兼香、大小曲皆用而非药香。1994 年 10 月,周恒刚、沈怡方、金佩璋、金凤兰等专家再次来到公司,就蒸馏工序进行了查定和试验,并组织检测、尝评和勾调培训班,提高生产技术人员的基础酒品评分级和酒体设计水平,为稳定产品的风格质量奠定坚实基础。

### 2.3.3 第三阶段:以课题项目推动工艺研究

1997 年,“湘酒鬼”股票成功上市,足够的资金实力为科研工作提供坚强保障。1998 年,成立了湘泉酒长沙酒业研究所,聘请著名白酒专家雍级三为副所长并主持工作,对酿酒工艺进行系统的研究和准确的总结,完成了“提高酒鬼酒原料出酒率及优级品率研究”的省级课题。同时,采用气相色谱系统分析了酒鬼酒香味成分,为总结其香味成分规律提供了基础。该课题通过采用双轮底发酵工艺、窖泥微生物研究与人工培养窖泥提高了基酒优级品率 4.5%,通过采用合理配糟、二次冲酸除杂的转排工艺提高了原料出酒率 4%。该课题获湖南省科技进步二等奖和湘西自治州科技进步一等奖。2000 年,进一步比较了糖化工序“老箱”和“嫩箱”对入池发酵的影响,得出“嫩箱”对质量和产量都是有利的科学结论<sup>[2]</sup>。是年,公司的科研中心被授予省级企业技术中心。

### 2.3.4 第四阶段:改善口感,把握亮点,打造文化酒的引领者

进入新千年,白酒的销售模式从“做终端销售”向“文

化营销”过渡,而白酒从传统的作坊酒、工业酒、广告酒逐步过渡到以品牌文化为宣传手段的文化酒。2000 年底,田家贵接任董事长一职,抓住时机,以酒鬼酒十余年“文化营销”的深厚功底迅速打出了“做中华文化酒引领者”的旗帜,先后开发出新世纪酒鬼酒、珍品酒鬼酒、三千年酒等新产品。2001 年,公司启动“洞藏文化酒工程”,开始了对洞藏白酒老熟的技术研究。采用洞穴储藏的方式,保障酒的老熟,改善酒的口感,实实在在地体现“酒是陈的香”,激活了湘西独特的自然及文化资源,被喻为“中国白酒第一藏”,成为业界一大亮点。2004 年,经过较长的生产周期对比,决定把酿酒原料由高粱和糯米改为高粱、糯米、大米、小麦、玉米 5 种粮食,利用各种粮食自身的香气特点形成复合粮香,改善产品的风味。

### 2.3.5 第五阶段:香型的确定

经过公司科研团队的潜心研究和精心准备,完成了从不同侧面、不同角度对工艺和产品特性的研究,香型鉴定的时机基本成熟。2005 年 8 月,湖南省科技厅在吉首主持召开了“酒鬼酒馥郁香型研究”成果鉴定会,经沈怡方、高月明、高景炎、曾祖训、陶家驰、李克明等 15 名国内著名白酒专家组成的鉴定委员会鉴定,由湖南省科技信息研究所查新,正式确立了酒鬼酒独树一帜、独一无二的香型——馥郁香型。专家们认为:酒鬼酒生产工艺大胆吸纳大、小曲工艺之优点,微妙地揉合了酱、浓、清香型酒的风味,无色透明、芳香秀雅、绵柔甘冽、醇厚细腻、后味怡畅、酒体净爽,其工艺独特,属国内首创,馥郁香型为我国白酒行业的一种创新香型。酒鬼酒香型的确立,开创了中国白酒界的一个新局面,同时也为酒鬼酒在市场上的开拓扫清了障碍,增强了产品竞争力。从白酒的特性上来说,馥郁香型奠定了酒鬼酒在行业内的新地位。

### 2.4 近几年馥郁香型在发展中不断完善

2.4.1 2007 年,中糖入主酒鬼酒股份公司,技术团队对酒鬼酒、湘泉酒酒体风格进行了进一步定位和升级。馥郁香型白酒“一口三香”即前浓、中清、后酱的美妙得到充分体现,黄永玉大师为新品酒鬼酒设计包装,题写了“不可不醉,不可太醉”,很好地诠释了面对物质和生活的一种人生态度,使饮酒从物质享受提升到高层次的精神享受。是年夏天,公司在吉首举办“馥郁香型酒鬼酒质量研讨会”,酒鬼酒被以沈怡方为首的专家组誉为“文化酒鬼酒,和谐馥郁香”。

2.4.2 2008 年 7 月 8 日,在凤凰县齐梁洞封藏了 7 年之久的“洞藏文化酒”如期启封。大师黄永玉再次进行包装设计,推出了收藏版、纪念版两款洞藏酒鬼酒。为完善“洞藏酒鬼酒”质量技术体系,公司与湖南大学合作,成立了“纯粮固态发酵白酒洞穴贮存工艺研究”课题组,以酒鬼

酒独有的“馥郁香型”及其香味成分的定性定量分析为基点,以湘西独特地域文化资源和自然资源为依托,以白酒贮存“时间、容器、环境”三要素为核心理念,进一步从“神秘性、稀缺性、独特性、科学性”四方面提升酒鬼酒的品质和品位。2008 年,国家质量监督检验检疫总局正式批准将酒鬼酒列为国家地理标志产品。

2.4.3 2009 年是公司的“质量管理年”,2009 年 5 月与国家酒类及加工食品质量监督检验中心签订了战略合作协议,构建了以企业内部控制为主导、国家权威监督检测机构为支撑、国家著名白酒专家团队为指导的三位一体的质量管理体系。同年 7 月在长沙举办了一场主题为“新机遇、新使命、新辉煌”的高端酒鬼酒系列产品上市发布会和品鉴会,沈怡方、高月明、高景炎、曾祖训、胡永松、李大和、雍级三、赖登辉、李克明、肖继岳、钟杰、胡承、林东等组成的专家组,对酒鬼洞藏系列酒,酒鬼封坛年份系列酒和湘泉原浆系列酒的口感、香型、风格等方面给予了高度评价。这两件大事对提高酒鬼酒品质,扩大馥郁香型白酒的影响力,提升酒鬼酒品牌竞争力具有重要意义。

2.4.4 2010 年,酒鬼酒通过“相信品质的力量”核心广告登陆中央电视台、湖南卫视的黄金标段,极大提升了品牌形象。随着生产规模的不断扩大,酿酒车间启用压醅老窖,充分利用 6000 余口老龄泥窖的资源,大幅延长发酵周期,由传统的 40 d 发酵期延长到 60 d 左右,突出基酒的醇厚绵柔感,强大的原酒生产能力是馥郁香型持续发展的基础保障。同时,公司斥资数千万元修建万吨基酒库和标准化包装车间,从硬件上保障“大勾兑”和体现清洁生产的理念,保持馥郁香型产品质量的长期稳定。

2.4.5 “十二五”是酒鬼酒发展的关键时期,公司紧紧围绕“以质量为本、以产品为重点、以销售为龙头、以管理为基础、以企业文化为动力、争创中国酒业一流品牌”的经营思路,确定到 2015 年销售额达 20 亿元,股票定向增发工作正在进行,新募集的资金将用于进一步加大产品研发和品牌宣传。可以说,通过艺术大师设计、权威机构加盟、白酒专家团队护航、生产储备优质原酒,确保了酒鬼酒品牌的尊贵品位和卓越品质,馥郁香型白酒将在中国酒业版图中占有重要的一席。

### 3 馥郁香型白酒的特征

“馥”指香气,“馥郁”是香气浓郁的意思。“馥”是“香”与“复”的组合,意指这种香气不是一般的单体香气,也不是几种香气的简单叠加,而是由多种单香构成的完美协调的复合香气,在包容中共同繁荣,这蕴含了中华民族“海纳百川、中庸和谐”的传统文化精髓。在白酒界,对传统白酒香型的命名,都力求从字面上表述出该类酒的风

格特点,如“浓香型”表述了窖香浓郁的特点;“酱香型”表述了酱香幽雅的风格;“清香型”体现了干净纯正的优点。专家们对酒鬼酒香型的命名,从最初的“结合型”到“复合型”再到现在的“馥郁香型”,不但真实、客观地表述了酒鬼酒具有多种工艺结合、多种香型复合的特点,也反映了科技工作者严谨务实,精益求精的工作作风。酒鬼酒是馥郁香型白酒的典型代表,具有如下特征。

#### 3.1 文化特征

所谓“文化酒”,她实际上是对酒文化的一种物化,是中华民族千年文明史的缩影,是人类社会发展中与酒相关的物质与精神财富的凝炼。当代诗人艾青赞美酒鬼酒是“水的外形、火的性格”,非常符合地域、产品的文化属性。湘西位于“鱼米之乡”和“天府之国”的中间,是适宜食品酿造发酵的黄金地带,酒文化源远流长。“酒鬼”二字为产品命名,确是非常人所能想象的大胆创举。这两个字既含褒扬之情亦存贬抑之趣,既透着灵性之光又充满博爱之心,飘逸而超凡脱俗,其浓厚的浪漫色彩与神秘气息使人们十分自然地联想到湘西奇丽的自然风光与源远流长的湘楚文化之源。

出自艺术大师黄永玉之手的“酒鬼”酒瓶堪称绝世之作。它形似饱满且捆扎好的麻袋,初看很土很俗,像出土文物,然大土大俗之中又显大雅大致,具有极高美学审美价值。以紫砂陶为制作原料,在返璞归真中显示历史的厚重感;她的构思创意巧妙且喻意深刻,用“麻袋”盛酒,暗示酒是粮食精华。“酒鬼”的瓶型设计化麻袋为神奇,借助天才想象和精妙手笔将湘西这块土地的神秘、奇妙和荒远,湘西人民乐观豪放的人文情感以及湘西少数民族纯朴率真,崇尚自然的民族天性描摹得淋漓尽致。这种艺术化、拟人化包装设计为“酒鬼”酒文化形象的最终确立奠定了坚实基础。

#### 3.2 生产工艺特征

白酒的生产工艺决定其典型风格。酒鬼酒、湘泉酒的工艺集浓、酱、清香型工艺之所长,把清香型小曲酒和浓香型大曲酒工艺有机结合在一起,酿造出独特的馥郁香型白酒,其工艺特征可以概括为:

##### 3.2.1 多粮颗粒原料

采用高粱、糯米、大米、小麦和玉米五粮配方,高粱要高温浸泡、粮食要清蒸除杂,要求原料干爽、熟而不粘、内无生心。

##### 3.2.2 小曲培菌糖化

小曲糖化相当于“二次制曲”,料醅在培菌过程中网罗了空气中的大量微生物如细菌和酵母菌。同时,部分淀粉转化为还原糖,并形成一定量的呈香前体物质,是南方小曲清香型白酒的典型工艺。

### 3.2.3 大曲配醅发酵,泥窖提质增香

在完成培菌糖化工序之后,转入了类似浓香型大曲酒的续糟发酵工艺。在泥窖中发酵约 60 d,使酒具有浓郁的复合香气。

### 3.2.4 粮醅清蒸清烧

蒸粮与蒸酒彻底分开,有利于保持酒体的净爽感,与清香型白酒操作方法类似。蒸馏时严格执行分层出糟、分开上甑、匀速馏酒、截头去尾、分级入库。

### 3.2.5 洞穴贮存陈酿

用陶坛密封盛装,存放于天然洞穴,湿度、温度变化较为平稳,有利于酒的老熟,改善口感,提高质量。

### 3.2.6 精心组合勾兑

依靠成熟的技术团队,采用先进的检测分析手段,根据成熟的色谱骨架成分来设计方案和放大生产,以保持产品的质量稳定。

## 3.3 感官特点及香气组分特征

酒鬼酒是馥郁香型白酒的典型代表,它揉和了酱(陈)香、清香和浓香的特征,具有“馥郁幽雅、酒体醇厚丰满、绵甜圆润、余味净爽悠长”的感官独特风格。其香气组分特征如下:

3.3.1 乙酸乙酯和己酸乙酯含量突出,在 150 mg/100 mL 左右,二者呈平行的量比关系。四大酯的比例关系为,己酸乙酯:乙酸乙酯:乳酸乙酯:丁酸乙酯=1.00:1.14:0.57:0.19,这种含量及量比关系与浓、清香型酒,四川小曲酒有很大差别,说明酒鬼酒用小曲工艺而非清香小曲酒,用大曲工艺而又不同于浓香大曲酒,形成了自己的独特风格。

3.3.2 有机酸含量丰富且高,总量达 200 mg/100 mL 以上,除低于酱香型酒外,高于浓、米、清香型酒和四川小曲酒。其中,乙酸和己酸占 70%,乳酸占 19%,丁酸占 7%,比例关系与浓香型白酒大致相同。

3.3.3 高级醇含量适中,总量在 110~140 mg/100 mL,高于浓香型、清香型白酒,低于小曲清香型白酒。含有较多的是异戊醇、正丙醇、正丁醇、异丁醇,它们的比例是

1.00:0.79:0.47:0.36。其中正丙醇达 25~50 mg/100 mL,其清雅的香气和酯香复合,很好地衬托出酒鬼酒馥郁幽雅的风格特征。

3.3.4 乙缩醛含量较高。白酒中含有较高的醛类物质被视为是名优白酒的重要特征,酒鬼酒的醛类总量达到 75 mg/100 mL 左右,其中乙醛和乙缩醛占总醛的 88%。其主要功能是对白酒香气的平衡和协调作用,在酒鬼酒中乙醛:乙缩醛为 1.00:1.21,与浓香白酒相近,高于清香和四川小曲白酒。

3.3.5 酒鬼酒存在四甲基吡嗪等含氮化合物,这可能与酒鬼酒的酱(陈)香有关。

## 4 回顾过去,开拓未来

随着中国经济逐步地融入世界经济大潮之中,传统、古老的中国白酒与世界的联系也越来越紧密。如今社会已进入体验经济时期,白酒的消费习惯也随之发生了变化,消费者对现有的白酒香型模式逐渐淡化,而突出的是卫生、健康、醇爽、舒适的要求,追求的是高品质的名优白酒。他山之石,可以攻玉。在白酒生产中,不仅要注意国内不同香型酒工艺的相互借鉴,同时也要学习国外著名蒸馏酒工艺上先进的经验。

馥郁香型是酒鬼酒的特点和优势,应重视这一消费观念和白酒国际化趋势的变化,全力打造白酒的内在质量,追求白酒风格的个性化、香味的复合化、酒度的系列化和价格的层次化,以满足消费者常品常新的需求变化。因此,只有真正做到“传统工艺与现代科技相结合、技术与市场相结合”,馥郁香型白酒的发展才会越来越好。更希望在业界同仁共同努力下,使中国白酒生产技术水平再上一个新台阶。

## 参考文献:

- [1] 赖登燊.中国十种香型白酒工艺特点、香味特征及品评要点的研究[J].酿酒,2005(6):1-5.
- [2] 卓忠惠,等.湘泉酒小曲糖化培菌过程的研究[J].酿酒科技,2001(2):27-28.

## 全国啤酒品酒职业技能竞赛河南选拔赛落幕

本刊讯 据《华夏酒报》报道,“赛诺杯”第二届全国啤酒品酒职业技能竞赛河南赛区选拔赛日前在郑州圆满落幕。

按照中国酿酒工业协会相关文件要求,河南省酒业协会、河南省财贸轻纺烟草工会于 2011 年 9 月 6 日~9 日在郑州市举办了河南赛区选拔赛。来自金星啤酒集团、新乡亚洲啤酒公司等 15 个企业的 43 名选手参加了选拔赛。经过理论考试和 12 轮次的实际品评竞赛,金星啤酒集团的郭俊荣获第一名,新乡亚洲啤酒有限公司的李刚、南阳天泉啤酒有限公司的何晓军、新乡亚洲啤酒有限公司刘勇分获第二名、第三名,第四名至第八名分别是南阳天泉啤酒有限公司的刘捷、金星啤酒集团的张合林、刘国林、邵红侠。另从河南省酒业协会获悉,以上 8 人均被推荐参加第二届全国啤酒品酒职业技能竞赛总决赛。(马纪念文 小小荐)

来源:华夏酒报 2011-9-19