

凤香型白酒的现状与发展

冯晓山,徐政仓,高洁

(陕西西凤酒股份有限公司科研所,陕西 凤翔 721406)

摘要:以西凤酒为代表的凤香型白酒自从1992年确立凤型以来,凤型白酒企业在保持其传统风格的基础上,不断进行技术创新,提升产品品质;以市场为导向,及时转变观念,适时调整产品结构,通过不断摸索和努力,终于走出了一条依靠技术进步、提升产品品质、通过品牌延伸走多香型发展之路的新路子,从而使凤型白酒企业走上了健康发展之路。

关键词: 凤香型白酒; 现状; 发展

中图分类号:TS262.3-1

文献标识码:C

文章编号:1001-9286(2006)02-0099-03

Present Status & The Development of Xifeng-flavor Liquor

FENG Xiao-shan, XU Zheng-cang and GAO Jie

(Scientific Research Institute of Xifeng Liquor Co. Ltd., Shanxi Fengxiang 721406, China)

Abstract: Xifeng-flavor liquor was eventually formed in 1992 with Xifeng liquor as the typical representative. From then on, Xifeng-flavor liquor enterprises had marched into a health development road through technical innovation (based on maintenance of traditional liquor styles) and the changes of staffs' viewpoint (market-oriented development viewpoint) and the readjustment of the product structure (brand extension to multiple-flavors liquor development) (Tran. by YUE Yang)

Key words: Xifeng-flavor liquor; present status; development

1 凤型白酒的发展概况

白酒是我国独有的传统民族产品,历史悠久,源远流长。以西凤酒为代表的凤香型白酒是我国白酒一枝绚丽的奇葩,在经历了数千年的传承和发展之后,和其他香型白酒一样,形成了自己独特的工艺和风格特点,其特殊的风格和诱人的品质受到了广大消费者的青睐和喜爱。据统计,凤香型酒生产厂家涉及陕西、甘肃、青海、内蒙、安徽、河南、湖北、山东、新疆、黑龙江等地区的70多个厂家,年产量达30余万吨。改革开放20多年来,凤香型白酒得到了长足的发展,为我国的经济建设做出了贡献。20世纪90年代初期,在凤型酒厂家及科研部门的努力下,弄清了凤型白酒的主要微量成分含量,揭示了凤型白酒风味特征与工艺、贮存容器之间的内在联系。白酒界专家认为:凤型白酒不同于其他香型白酒,它具有独特的酒品个性,具有明显的差异化特征,可以被单列为一大独立香型。1992年,以西凤酒为代表的凤香型正式确立。

1994年,国家标准化委员会正式颁布了

GB/T14867-94《凤香型白酒》国家标准。凤香型酒的确立促进了凤型白酒的快速发展。20世纪90年代中期,白酒市场风云变幻,酒类产品竞争日益激烈,凤型企业在旗舰企业的带领下,以市场为导向,及时转变观念,适时进行产品结构调整,加快技术创新步伐,不断提高产品质量,通过不懈的努力,终于走出了一条依靠技术创新、提升产品品质、通过品牌延伸走多香型的发展之路,从而使凤型企业走上了健康、发展之路。

2 凤香型白酒的现状

2.1 凤香型白酒的历史与现状

凤香型白酒具有辉煌的历史,其典型代表西凤酒曾经是“西凤人”的骄傲,她在历次评酒会上摘金夺银。1952年,更是达到了一个巅峰,与茅台、泸州老窖、汾酒齐命名为中国四大老牌名酒。在其后的发展过程中,和其他香型白酒一样,也经历了一些波折。1984年、1985年国家两次调整名白酒价格,大多数名白酒随之涨价,而凤型酒厂家却以物美价廉为宗旨,没有坚持价格的再次调整,致使产品在市场上的形象受到影响,将自己定

收稿日期:2005-12-06

作者简介:冯晓山(1956-),男,陕西凤翔人,副总经理,大学,经济师,主要从事技术、质量及科研管理,发表论文数篇。

位于中低档白酒,没有从良好发展机遇中淘得第一桶金,没有完成企业的原始积累,给消费者留下凤型酒无高档酒的印象。而以五粮液为代表的白酒企业,抓住了机遇,一举跃立于白酒高端柜台,身价倍增。二是没有抓住国企改革的机遇,在20世纪90年代,国家进行大中型企业改革,五粮液等其他名酒企业通过股份制改造使企业实力迅速增强,从而拉大了与凤型企业之间的差距,浓香型白酒迅速发展并充斥市场,如今浓香型白酒已占全国白酒销售额的70%左右,据此,凤型白酒企业必须正视现实,走出一条自我革新、不断改进的发展之路。

2.2 市场及消费趋势的变化对凤香型白酒发展的影响

从计划经济向市场经济的过渡中,浓香型白酒得到了长足发展,大量充斥市场的浓香型白酒培养了消费者的口味,国内出现了“万里江山一片浓”的局面,浓香型白酒一统天下。加之凤型酒又受到川酒、黔酒、皖酒、鲁酒的强有力的冲击,凤型白酒无论是在产量上还是销量上都与其他名优白酒无法相比。另外凤型白酒长期以来给消费者的印象是价格低,造成经销商积极性不高,利润空间太小,缺乏市场竞争力。凤型白酒还受到新型白酒强大的广告宣传、有奖销售、买断经营等许多新颖的营销政策的冲击,影响了市场销售,因此,凤香型企业要准确定位自己的发展方向,加大力度培养自己的目标消费群体,这是一项任重而道远的工程。

2.3 产品结构调整是凤型白酒企业的制胜法宝

在市场经济的今天,消费者的需求就是企业发展的风向标。凤型酒企业更应如此,必须搞市场调研,及时进行产品结构调整,加大科技投入力度,增加产品的科技含量,开发高附加值的产品,以凤型为中心,横向开发新产品,凤型酒必须走多香型发展之路。这是凤型企业制胜的法宝。如今西凤酒已带动整个凤型企业坚定不移地走多品种、多香型、多档次的产品结构调整之路。消费者喜欢喝什么,我们就生产什么,消费者认可什么香型,我们就提供什么香型。顺应了市场需求,适时开发出适销对路的产品,满足了不同层次、不同地域消费者的需求,培养了自己的消费群体,扩大了市场占有率,使凤型酒从一枝独秀发展成百花争艳的新局面。

2.4 注重凤型白酒的感官要求,顺应消费者的需求

凤香型白酒属固态发酵白酒,其品质是优良的,风格是比较突出的。其代表西凤酒醇香秀雅、甘润挺爽、诸味谐调、尾净悠长,符合我国相当一些地区消费者的口味。但随着消费者口味需求的变化,一些传统凤香型白酒产品不能很好地适应当今广大消费者的口感要求。市场迫使凤型白酒企业必须从口感上下功夫,解决部分凤

型酒产品的暴辣感、苦涩感,来顺应消费者的需求。凤型白酒企业应从源头抓起,改进制曲、制酒、勾兑工艺,使凤型酒的品质得到改善,使它的口感更加绵柔、适口。

3 凤型酒的技术创新

3.1 改进、完善凤型酒生产工艺

创新是所有企业发展的动力,对于凤型酒产品也需要从源头抓起,进行一次超越自我的技术革命,保持其传统的固态白酒风格,改善口感、张扬个性,使口味更适合于消费者。

“曲为酒之骨”、“曲定酒型”,大曲对确定白酒的风格特点具有举足轻重的作用。工艺改进前采用大麦:豌豆以6:4的原料配比,采用偏高温制曲(顶温58~60℃),工艺改进后,采用大麦:小麦:豌豆以55:35:10的比例混合制曲,减少了豌豆用量后,新产酒中的乙醛、糠醛、高级醇含量明显降低,从而减轻新产酒的暴辣味,很好地突出了醇厚感。增加了小麦,使得多种原料的制曲性能取长补短,增加了制曲微生物生长所需的营养成分,制曲工艺更加合理,提高了大曲质量。表1为制曲工艺改进前后各种理化指标的对比。

表1 工艺改进前后西凤酒大曲质量对比

项目	改进前	改进后
水分(%)	11.20	10.32
酸度(g/L)	10.68	10.62
糖化力(u)	1013.4	886.5
液化力(u)	0.19	0.20
发酵力(u)	60.5	64.52
感官评价	典型性好,有豆香	典型性好,香气浓郁

从表1可以看出,大火期温度高,大曲的糖化力降低,这样有利于控制前期发酵过快,使发酵缓慢进行,液化力、发酵力的提高则有利于延长发酵期,发酵彻底。由此可见,工艺改进后大曲的性能得到改善,品质得到提高,更有利于延长发酵期。

传统的西凤酒生产工艺,发酵期为14d,主酵时间一般在3~5d,后酵时间仅有9d。由于白酒在发酵过程中,前期发酵(包括主酵期)窖内物质主要进行酒精发酵,即糖分转化成乙醇的过程,而后酵才是酸类和醇类物质合成酯类物质的过程,即生香过程,14d的发酵期势必使后酵时间过短。没有充足的生香时间,经过严密论证和试验,适当延长发酵周期至28~30d,延长其后酵产香时间,同时调整大曲、红粮的粉碎粒度,低温入池,适温发酵,低温流酒。表2、表3是不同发酵期所产白酒中微量成分及几大酯的比例对比。

从表2可以看出,延长发酵期后,酒中总酸、总酯、单酯含量显著提高,新产酒中风味物质总量增加。感官

表2 不同发酵期新产酒的质量对比

项目	发酵时间(d)					
	14	14	14	30	30	30
生产年份	1993	1994	1995	2001	2002	2003
酒度	65.6	65.8	64.8	65.53	66.18	70.26
总酸	0.69	0.66	0.63	0.73	0.72	0.74
总酯	2.67	2.73	2.52	2.91	2.82	3.21
乙酸乙酯	126.3	91.9	99.9	128.8	112.7	135.1
乳酸乙酯	142.4	146.3	171.0	247.4	296.7	172.2
己酸乙酯	42.2	37.8	45.3	80.8	87.6	69.1

表3 工艺改进前后几项主要指标平均变化规律

项目	改进前	改进后
总酸平均值	54.1	78.2
总酯平均值	246.3	318.0
总醇平均值	83.2	68.0
酸酯比	1:4.6	1:4.1
醇酯比	1:2.9	1:4.7

品评结果也认为:酒的醇香味增加,新酒味明显减轻,酒体更加醇厚丰满。表3为工艺改进前后共10组数据的平均值。同样从表3可以看出,总酸、总酯、总醇都有不同程度的增加,酸酯比相差不大,但酸、酯绝对含量都较改进前有所增加,比例也较协调,醇酯比明显下降,降低了白酒的暴辣感,使酒体更加绵柔、醇和,使酒质得到较大的改善,个性更加明显。

凤型酒的贮存有其专用容器——酒海,是以藤条编织而成,以麻纸裱糊,内涂猪血、石灰,再用蛋清、菜油和蜂蜡做表面处理,烘干而成。酒海贮存有助于酒的老熟,且酒耗较少,一直沿用至今。但据我们长期的跟踪和分析检验发现,贮期较长时,会产生酒海味,香味物质损耗较多,而且长期贮存还会使白酒的总酸含量降低。凤型酒本身总酸含量就较低。另一方面,酒海中的融出物会使凤型酒的固形物升高,所以不宜长期贮酒。因此我们现采用先在酒海贮存一段时间,再转入不锈钢罐,这样既可保留凤型酒的特点及个性,又可快速促进凤型酒的老熟,而且不损害酒质,相得益彰。

凤型酒的勾兑工艺也是严格遵循以酒勾酒的原则,无任何添加成分,保持名白酒个性突出、天然生成的本色。凤型酒勾兑从小样到大样再到成品酒包装,勾酒师及评委层层把关,整体确保了凤型酒的质量。

3.2 延伸凤型酒品牌,实现战略性突破

凤型白酒曾一度走单香型之路,但随着市场经济的发展,凤型企业必须实施品牌延伸策略,在保持原凤型风格特点的基础上,研制开发系列产品,这样既可以保持凤型酒的个性,又可以丰富产品内涵。20世纪90年代后期,西凤人以凤型酒为基础,进行工艺改进,先后研制出特制西凤酒(凤兼浓西凤酒)、珍品西凤酒(凤浓酱西

凤酒)统称为“凤兼复合型西凤酒”。新产品上市后一炮打响,为企业获得了丰厚的利润,同时又增加了市场份额,扩大了市场占有率。如今,凤兼型西凤酒的销量已占到企业白酒销量的三分之二,并向周边省份有效渗透。正像专家所讲:凤兼复合香型白酒酒质优良,酒体丰满,质量好,档次高,走在了中国白酒香型发展的前列。当今的西凤旗下已有4大香型,200多个产品,西凤家族可谓“人丁兴旺”。它们有凤香型西凤酒、凤兼浓西凤酒、凤浓酱西凤酒和浓香型西凤酒,每种香型下有高中低度、高中低档系列产品。西凤酒的外延在不断扩大,为了有效保护西凤酒的知识产权,国家标准化委员会及专家共同起草、制定了《原产地域产品西凤酒》GB19508-2004国家标准,新标准重新界定了西凤酒的概念及内涵,它是指在特定的地域保护范围内,以优质高粱、大麦、小麦、豌豆、水为原料,按照西凤传统工艺与创新工艺而生产的白酒。因此,西凤酒的涵盖面更广。此标准的贯彻执行将对西凤酒的发展和振兴起到里程碑的作用。西凤酒将以全新的面貌展现在消费者面前。

4 凤型白酒的发展展望

4.1 坚定不移地走多香型发展之路

凤型企业必须以市场需求为导向,利用现代科技手段,创新香型,走香型多元化发展之路,以凤香型酒为基础,进行品牌延伸,开发系列产品。西凤人开发研制的凤兼型西凤酒,特别是高端产品,受到消费者的青睐,在市场上获得成功。其中西凤15年、16年陈酿已成为陕西人心目中高档酒的代名词。事实证明,这条道路是成功的,今后我们将坚定不移地沿着这条道路走下去。

4.2 凤型白酒要进一步超越自我、与时俱进

凤型白酒必须在发展变化的市场经济环境下,不断进行自我革新、超越自我,提升品质,不断为其注入新的活力。首先要加大力度发展凤香型,使凤香型所蕴含的市场能量予以释放,将凤香型潜在的消费群体予以挖掘,使凤香型白酒继续发扬光大。其次要紧跟时代步伐,与时俱进,加快技术创新,时时注入新的元素,不断满足消费者新的口味需求,使消费者常品常新,使它与时代发展同步。

4.3 在发展中张扬个性,保持风格

凤型白酒应强调个性制胜、保持风格,其代表产品西凤酒已有3000多年历史,曾以“不上头、不干喉、回味愉快”的独特品质被世人称为“三绝”。这说明它的工艺、口感和风格自有它的独到之处。凤型企业应进一步挖掘它的工艺精髓、提升它的品质、彰显它无与伦比的风格、

(下转第104页)

7 创新研制调味酒

7.1 采用高温堆积发酵制备调味酒。高温堆积是为了网罗微生物,达到培菌和糖化的目的。堆积时使四周及顶部温度在 47~50℃,粮醅有明显的酒香和微甜味。若堆积时间不够或糖化堆积温度不够,则产酒酱味不明显,若时间过长则产酒糙辣,甚至带邪味。我们将高温堆积与传统浓香型生产工艺结合起来,生产的酱香调味酒酒体醇厚丰满,而且越陈越香,能提高酒的复合香味。

7.2 陈味调味酒。优选部分调味酒在陶坛中贮存 3 年以上,这种酒可提高酒的柔和度,该酒带有幽雅的陈香。

7.3 高酯调味酒。利用压池度夏发酵期长的阶段,优选酸酯含量高的、浓香和醇甜度大的、粮糟香浓的酒贮存,这种酒可以提高酒的主体香。

8 量化微量成分控制产品质量

公司建立了每个产品的毛细管色谱图谱,并制订了含量波动区间,控制成分由过去的 20 余种增加到现在的 50 余种,实现了色谱分析和感官评价的有机结合,保证了产品风味的相对稳定。

通过近 3 年的应用,取得了良好的社会效益和经济效益。首先是扳倒井酒的质量品质得到了大幅提升,完善了自己独特的风格特点,在市场上形成了良好的口碑效应。其次是利用先进的生产技术,特别是酒体设计和评价技术,使产品理化指标更趋合理,总酸和总酯含量适度,甲醇和杂醇油含量明显降低,利于人体代谢,使人饮后不口干、不上头。公司销售额每年以 38% 的速度递增,2004 年实现销售收入 18000 万元,利税 4000 万元,经济效益显著。●

~~~~~

(上接第 101 页)

突出它的个性,使消费者一经饮用就成了忘不了的好朋友。当今酒类市场个性制胜尤为重要,不论在酒店的橱窗还是超市的货架乃至全国糖酒会,成功企业都以个性化的品质、包装甚至个性化的广告语来张扬自己的品牌,以加深消费者对这一品牌的印象。

#### 4.4 以质量求生存,以效益图发展

质量是企业的生命。在市场竞争中,竞争的焦点是质量,消费者最为关注的是产品质量;“质量第一,让顾客满意”是凤型企业乃至所有企业的宗旨。如今西凤人已将“西凤美酒一流质量、顾客满意再创辉煌”作为庄严

承诺写进公司《质量手册》。企业从上到下广泛宣传贯彻,要求每位员工深刻理解其含义,通过全体员工的工作质量来保证产品质量,从而吸引更多的消费群,牢固地占领市场,为企业带来更大的经济效益。这种做法值得其他凤型企业学习。

总之凤型白酒必须坚持在继承中创新,在自我更新中发展,以适应市场和迎合消费者的需求。我们相信:凤型白酒作为中国白酒百花园中的一个独特品种,能够保持自己的独特地位;我们深信:经过凤型厂家的共同努力,凤型企业能够不断发展壮大,为中国白酒事业做出新的贡献!●

## 中国轻工业出版社图书邮购目录

| 书 名                | 定 价<br>(元/册) | 邮 费<br>(元/册) | 书 名            | 定 价<br>(元/册) | 邮 费<br>(元/册) |
|--------------------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|
| 酒精工业手册             | 30.00        | 5.00         | 葡萄酒工业手册        | 48.00        | 8.00         |
| 酒精与蒸馏酒工艺学          | 55.00        | 10.00        | *白兰地工艺学        | 20.00        | 4.00         |
| 酒精工艺学(中专教材)        | 18.00        | 3.00         | *新版配制酒配方       | 20.00        | 4.00         |
| 酒精蒸馏技术(第二版)        | 56.00        | 10.00        | 果酒工艺学(中专教材)    | 20.00        | 4.00         |
| *生料酿酒技术            | 36.00        | 6.00         | 特种啤酒酿造技术       | 24.00        | 4.00         |
| *玉米酒精生产新技术         | 50.00        | 10.00        | 啤酒工业手册         | 98.00        | 12.00        |
| 白酒生产技术全书           | 120.00       | 18.00        | 啤酒生产问答(修订版)    | 32.00        | 6.00         |
| 固态法白酒生产技术          | 12.00        | 2.00         | 啤酒生产工艺(技工教材)   | 48.00        | 10.00        |
| 白酒生产指南             | 32.00        | 5.00         | 啤酒工艺学(中专教材)    | 36.00        | 7.00         |
| 白酒工人培训教程           | 55.00        | 10.00        | 黄酒工艺学(中专教材)    | 18.00        | 3.00         |
| 低度白酒生产技术           | 30.00        | 6.00         | 黄酒生产工艺(第二版)    | 36.00        | 7.00         |
| 白酒勾兑技术问答           | 16.00        | 3.00         | *药酒生产实用技术      | 28.00        | 5.00         |
| 小曲白酒生产指南           | 22.00        | 4.00         | 药酒配方 800 例     | 15.00        | 3.00         |
| 白酒工艺学(中专教材)        | 15.00        | 3.00         | 酶制剂应用手册        | 28.00        | 5.00         |
| 白酒生产问答             | 40.00        | 6.00         | 酶制剂应用技术        | 20.00        | 4.00         |
| 酿造酒工艺学(第二版)        | 50.00        | 10.00        | 新编调酒师手册        | 36.00        | 7.00         |
| *英汉意法葡萄酒词典         | 45.00        | 7.00         | 调酒师教程          | 40.00        | 6.00         |
| *葡萄酒酿造学—原理及应用(引进版) | 88.00        | 14.00        | 工业微生物实验技术手册    | 30.00        | 6.00         |
| *国际葡萄酒药典——葡萄酒辅料标准  | 28.00        | 5.00         | 英汉发酵工业词汇       | 30.00        | 6.00         |
| *葡萄酒品尝法            | 20.00        | 4.00         | *发酵食品微生物学(引进版) | 85.00        | 12.00        |
| 葡萄酒酿造与欣赏           | 16.00        | 3.00         | 生物工程设备         | 50.00        | 8.00         |

(1) 邮购办法:收款地址:北京东长安街 6 号 中国轻工业出版社·发行部 收款人:读者服务部  
 邮政编码:100740 联系电话:010-65241695 传真:010-65129020  
 (2) 字迹务必清楚,以免误投。在汇款单的“附言”栏内注明所购书名和册数 (3) 有\*号为近期出版的新书。