

过程中采用陶坛与大容器连续分质贮存,使老熟达到最佳程度。具体采取的方法为:对不同风味的基酒进行分级分类入坛,先期陶坛恒温贮存半年左右。经品评与检测分析,复评后并入木海贮存,最后不锈钢大罐混匀。在不增加贮存容器的基础上,充分利用各种贮存容器的优点,加快酒基老熟,稳定基酒质量风味,为陈店老酒的风味质量稳定打下坚实的基础。

3 创新白酒产品

白酒市场的竞争格局以及消费者对酒质的个性化诉求,是企业产品创新的立足点。只有以市场为导向,研究不同风格白酒对消费者的适应性,在产品的设计上才能避免同质化。走自己的路,实现酒体风格创新,才能提炼出研发产品的品质内涵。

3.1 开发淡雅绵柔型产品

为了适应广大当代消费者的消费需求,特别是 80 后的消费需求。产品以香气淡雅,藏而不露,口味纯正、纯净、柔爽的独特风格,以达到口味时代化、香型淡雅化。研发淡雅型、柔顺型产品,可满足消费者需要。

3.2 研发系列中国陈店老酒产品,注重饮后舒适度

中国陈店老酒自诞生起就以其独特的陈香、醇和甜润的酒体赢得赞许。扛起陈店高档白酒的大旗,正是酒体设计创新的基本呈现,其特有的品质是独具匠心地将不同工艺白酒融合结晶。在酒体设计的雏形期,把消费者的品味体验纳入设计开发的程序,全方位征询酒体风格的缺陷,进行调整和升华,把饮后舒适度作为衡量的标准,极尽完美之境界。

3.3 开发中度高档新产品

随着市场消费者对淡雅绵柔和低醉酒度的品质诉求,陈店老酒审时度势,适时调整产品结构,研发中度高档白酒系列。国家白酒评委、公司总工王贤带领她的团队,综合市场信息反馈,并把握市场畅销品牌的酒体风格,坚持从技术本位回归市场本位,构思酒体设计的新框架,以绵柔舒顺定位,从设计配比到基酒筛选均以酒质的绵甜、舒顺、尾净为架构,并以恒温窖藏工艺为依托。在窖香的浓郁与酒体的柔绵上寻求香与味的融合,在设计开发的基础上实施一系列的工艺质量控制。开展全方位全

过程的质量创新——精粮的定量细选、制曲的高温生香、多菌种培养窖泥、多香型工艺融合、恒温贮存新工艺、基酒的科学配比等,此一系列的创新设计提升了产品的内在品质。研制的“品鉴酒”其香与味相得益彰,被专家评为“豫酒金花”,成为公务活动的首选产品。研制的“元、明、清青花系列”、恒温窖藏年份酒均以特有的品质魅力征服了不同区域的众多消费群体为陈店老酒在新一轮的市场竞争中以质取胜奠定了坚实的基础。

4 引进新设备,创新过滤工艺,提升质量能效

陈店老酒技术中心总结多年的白酒澄清方法,在反复实验论证的基础上,引进新的片式精滤设备,设计出硅藻土机串联精滤机,稳压过滤工艺,将贮存到期的半成品酒一次成型过滤,达到清澈透明、口感稳定的质量标准。

原过滤工艺流程:半成品→粗滤→粗滤→精滤→灌装

改进后过滤工艺流程:半成品→粗滤+精滤→灌装

新设备的应用,减少了清刷次数,而且清刷简单,降低酒损;新工艺的改进,节约周转容器,同时达到质量标准;外观清澈透明,口感稳定。减少酒损 14.5 t,节电 8 kW·h,提高了贮存容器的使用率,在降低劳动强度提升效率的同时实现质量与能效的双突破。

2010 年陈店老酒有限公司通过各项技术创新和质量改进,成品合格率达 100%。产品优质品率提高到 45%,陈店老酒品牌影响力、竞争力显著提升,先后被省酒协授予“豫酒六朵金花”称号。在省酒协、河南日报等单位组织的河南名酒品牌推荐评选中,被评为“河南最具市场竞争力品牌”,在省轻工厅组织的河南名优产品评选中荣获“名优产品金奖”。

公司虽然在技术创新方面做了大量工作,也取得了较好的效果,但与全国知名品牌还存在着差距。应继续开展与传统陈店老酒相关联的基础理论研究,不断注入时代新元素,增强产品市场竞争力,使这一产品在传承中得以永存,在科学管理中得到发扬光大,在开拓创新中焕发青春活力,使产品质量得到持续改进,使陈店老酒品牌得到进一步提升。●

2011 年上半年中国啤酒巨头净利润排行榜

本刊讯 据《糖酒快讯-食品资讯》报道 2011 年上半年,中国啤酒巨头净利润排行榜如下:

排名	单位名称	净利润	排名	单位名称	净利润	排名	单位名称	净利润
1	青岛啤酒	9.900000 亿元	4	重庆啤酒	0.951543 亿元	7	西藏发展	0.132100 亿元
2	燕京啤酒	4.390000 亿元	5	珠江啤酒	0.592680 亿元	8	金威啤酒	0.014600 亿元港币
3	雪花啤酒	3.290000 亿元港币	6	兰州黄河	0.137900 亿元	9	香港生力啤酒	-0.245700 亿元港币

(小小荐)

来源 糖酒快讯-食品资讯 2011-09-05