



白酒专家点评川酒新品

——访国家酒类及加工食品质量监督检验中心主任、中国白酒金三角地理保护标志产品标准起草专家组组长钟杰



李宗强 邹强

随着全国秋季糖酒会的完美落幕。我们来到了古说“蜀道之难，难于上青天”的巴蜀大地(四川省简称川或蜀)成都采访了全国著名白酒专家、国家酒类及加工食品质量监督检验中心主任、中国白酒金三角地理保护标志产品标准起草专家组组长、中国白酒品鉴普及推广第一人、中国食品工业协会优秀白酒科技专家钟杰。

六朵金花香不同

《中国企业家》: 请你给大家分享一下对白酒产区的认知。

钟杰: 一路走来近30年的白酒职业生涯, 虽说自己不代表某一个企业、某一个产区, 而是服务于中国白酒整个产区, 但对川酒有更深厚的感情, 毕竟自己是在川酒产区的浸润下成长起来的。

在我看来, 白酒产区的形成源于风土, 就是酒业地域生态的条件, 一杯酒可以用天、地、人、和来诠释。成熟产区的风味, 是该产区的核心, 研究和推动白酒的产区概念, 有利于中国白酒的消费认知, 也有利于推进中国白酒的国际化进程。而川酒产区作为中国白酒的重要产区尤其值得大家共同再次认识与思考。

《中国企业家》: 请问目前川酒的概况是怎样的?

钟杰: 要谈川酒, 离不开这几组数据, 2014年中国白酒产量1257万千升, 利润近700亿元。四川拥有许可证的酒企1300多家, 其中377家规模以上企业累计生产白酒350万千升, 占全国总产量的27.8%, 主营业务完成了1837.8亿元, 占全国总产值的34.9%。而2014年整个四川的食品工业产值6300亿元, 川酒产值占四川食品工业总产值的近三分之一。川酒数据足以说明其在中国白酒及

四川食品工业中占据的重要地位。

川酒最典型的特征是多种香型并存, 浓香百家争鸣, 名优品牌聚集。川酒有六朵金花, 五朵均以浓香为主, 还有一个是郎酒的酱香。除了四川发育成型的浓香白酒之外, 川酒的代表还包括已经发展起来的酱香型白酒以及小曲清香型白酒。丰富的香型完善了川酒的品类, 为川酒的工艺变革和酒体设计的创新提供了更多的物质基础。

天时地利人和 造就不一样的川酒

《中国企业家》: 你是中国白酒金三角地理保护标志产品标准起草专家组组长, 请问生态和川酒风格之间有着怎样的关联?

钟杰: 川酒产区具有独特的水源、土壤、空气、气候以及生物的多样性, 概括为风土、原料优势、酵池优势和不断代技艺的优势, 被联合国教科文及粮农组织誉为“在地球同纬度上最适合酿造优质纯正蒸馏白酒的地区”, 这种典型的酿酒优势造就了川酒的风格。

第一, 川酒的气候温和湿润, 适宜微生物的繁殖, 是川酒独特风味的根源。四川盆地地形形象地比喻成一个酿酒的大酵池。

第二, 酿酒原料的优势, 川酒有两大酿酒原料的优势。一是, 川南的小红高粱, 淀粉含量高, 而且出酒率高, 曲体比较绵软。二是, 软质小麦是四川制曲的重要原料, 这个软质小麦更有利于生料酿制的需要, 给酿酒带来了发酵所需要的酿酒动力的酶类。四川的平板曲、包包曲, 同等入池条件下, 发酵更加透彻, 这也是川酒曲料方面的优势。

第三, 四川的筑窖, 是川酒风格的重要来源。为什么古人会想到要挖窖池呢? 古人在中国酒的酿造过程中, 由原来的小坛、小缸, 发展到大缸, 由于酒的产量满足不了更多人的饮用, 而就地挖窖池, 正好解决了大容器酿造的问题。后来发现, 长期和糟醅接触的窖池四周和底部的泥发生了很奇妙的变化, 形成了特殊的微生物, 利于酿酒的香气成分的生成。窖池酿酒为什么发源于四川呢? 四川的黄泥比较细腻, 含沙比较少, 经过长期的发酵, 富集在窖泥的微生物, 为发酵起到了重要的作用, 这也是四川的优势。在川酒金三角地区, 其中100年以上的老窖池有200多口, 形成了泸州老窖以及四川成都为核心周边的窖池群, 这也得益于四川的黄泥优势。

《中国企业家》: 俗话说“天时地利人和”是成事的要素, 请问你对川酒的人和优势有着怎样的理解?

钟杰: 请介绍一下公司技术方面的一些情况。

屈明安: 我公司一直致力于打造传统文化与现代科技相结合的绿色产业, 邀请业界专家担任顾问, 通过坚持不懈地努力, 持续开展品牌创新、技术创新、产品创新、营销创新。

2014年3月19日, 公司与国家酒类及加工食品质量监督检验中心签订了战略联盟合作协议, 在生产上和技術上都接受国家酒检中心战略指导, 公司还购置了一批国家一流的检测仪器, 可以有效检测出酿酒水源重金属以及粮食原料农药残留等, 能够对酿酒作业过程进行全方位、全流程的质量管控。

与国家酒检中心的技术合作, 也是我公司提升和健全蒙顶酒业质量管理体系, 推动白酒由量到质、从优到精的一次升华。精心打造“中国白酒金三角企业精品实验室”, 力争通过3-5年的努力, 建设成为国家级第三方酒类检验检测平台。

目前, 公司已经通过了中国白酒金三角(川酒)地理标志保护产品专用标志证书的审核, 加入了金三角大品牌。

《中国企业家》: 蒙顶酒业在打造与传统酒厂有所不同的酒庄概念, 那经营的重点在哪一块呢?

钟杰: 依托于天地, 依托于地域的优势, 川酒工艺的形成和酿造技艺的不断传承离不开最重要的酿酒艺人, 川酒的人才优势, 造就了川酒技艺的传承与创新。另外, 随着四川省白酒产业的壮大, 围绕着白酒产业的配套产业, 集聚了配套的纸箱、塑胶、印刷、玻璃以及初具规模标准化的原料生产基地, 形成了川酒较为完整的配套优势和川酒的产业价值链条。

源于市场勇于创新

《中国企业家》: 请你谈一下新时期下川酒如何发展?

钟杰: 苏鲁豫皖板块的快速崛起, 川酒感受到了巨大的压力和挑战。需要做这几个方面的应对。

第一, 提出和打造中国白酒金三角川酒, 以国际化的视野定位川酒。通过标志产品, 中国白酒金三角川酒系列标准以及中国白酒金三角川酒地理标志产品的保护办法, 强化了川酒地理标志产品的保护, 原料基地的保护和酿造基地的保护, 这种以国际化视野的方式定位川酒产区, 走在了前列, 这也对国内其他白酒产区的发展提供了一些思考。

第二, 主动加强和兄弟产区的协作, 促进川黔白酒产区的共同发展。

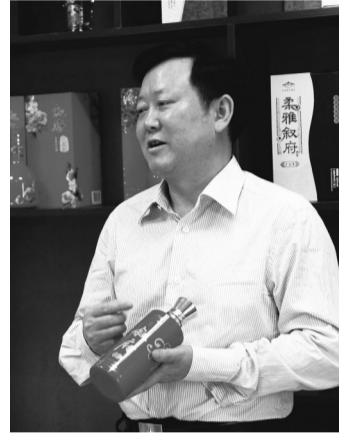
第三, 强化管理, 促进川酒规范发展。为强化白酒生产环节的监管, 四川省食药监局组织制定白酒生产环节食品安全监管指南, 我正在牵头制定四川省白酒的监管手册。这些工作的开展推动川酒企业按照新《食品法》的要求加强对白酒安全的管理, 促进着川酒持续健康稳定发展。

第四, 紧跟市场的需要, 在传承中创新川酒的风格。在新的时期, 川酒一定要奋进, 要“源于市场, 回到市场, 持续改进, 勇于创新”。以酒体研发为例, 以前酒体设计一般是自上而下, 一群人、一帮人、一个大师的口感, 有可能代替一个市场或者一个区域的口感, 这种研发思路是错误的, 酒体研发思路应该是自下而上的, 应该是源于市场, 回到市场, 不断改进源于创新, 这才是未来的, 才是市场的导向, 才是消费者的关注。

另外, 川酒是以滋味浓厚、香气浓郁为特征。在新的时期下, 川酒要做幽雅酒体的创造者。什么是优雅酒体呢, 就是中国白酒的五度, 什么是中国白酒的五度呢? 闻香的优雅度, 入口的绵甜度, 留口的醇厚, 落口的爽净度以及饮后的低醉酒度, 这是中国白酒幽雅风格的方向。当然, 要引导消费者, 引导理性健康的喝酒。我们是给懂酒的人酿美酒, 为好酒寻找懂酒的人。

品质营销 以质量赢得市场

——访四川省宜宾市叙府酒业股份有限公司董事长陈泽军



李宗强 朱莹

随着近年来高端白酒市场的持续低迷, 如何在现在的市场环境突出重围, 重塑白酒行业的辉煌, 是摆在每个白酒厂面前的课题, 对于这些问题, 叙府酒业董事长陈泽军向我们做了解答。

据陈泽军介绍, 白酒行业进入深度调整期, 这本是白酒产业整合发展的必经阶段, 而伴随着国家廉政建设的相关政策, 无疑促使这场变局来得有点迫不及待, 甚至“早产”。其实当前环境下, 与其怨天尤人, 不如正视现实的环境变化, 生产出更多更好的产品来满足消费者的需求。

产业调整, 叙府酒业忙“强身”

当被问到白酒行业的产业调整, 必然会导致白酒企业的优胜劣汰, 叙府酒业将如何面对这种情况时, 陈泽军对此早有准备, 他说: “这正是一个考验白酒企业‘基本功’的时候, 能否坚持专注白酒的品质而不急功近利, 能否踏实地做市场终端, 或许成为决定白酒企业未来命运的关键。最近一些行业大佬都开始有所动作, 茅台的经销商新政和系列酒的大幅度降价, 五粮液特曲、头曲腰部产品的发布等等, 似乎这些名酒企业都忙着‘壮腰’, 忙着进军大众市场。而对于叙府而言, 这里无所谓什么‘腰部’, 名酒是‘壮腰’, 我们是‘强身’。”

“这是由企业长期发展形成的特点决定的, 一是名酒的‘腰部’价格正是我们公司产业链的高端, 所以相对于名酒的腰部发力, 我们应该算是全方位调整。宜宾市场激烈的竞争格局, 决定了五粮液在渠道上对政务团购的主导性把控, 小企业相对竞争优势较小, 当时选择发力商超、烟酒店等渠道也是无奈之举。然而, 近年形势的急剧调整, 受冲击最大的反而是这一渠道, 所以相对来说我们受到的冲击更小一点, 这就是优势。其次, 公司的主打产品一直都是大众酒, 即价格在300元以下的。就目前的情况来看, ‘民酒’是白酒行业未来发展的大势所趋, 这一点上算是占据先机。从今年的销售数据来看, 200—300元之间的销售量有所下滑, 100—200之间销量基本稳定同比略有增长, 而100元以下的销售业绩大幅度增长, 可以有效地弥补200元以上高端产品销量的下滑。所以, 正是基于大众酒的战略定位和长期终端渠道的深耕细作, 今年的增幅虽有所放缓, 但始终机遇性要大于挑战性。”

千大万大, 品质最大

在被问到以前的白酒消费, 外部环境起到了很大作用, 但在行业调整, 消费紧缩的今天, 叙府酒业将以怎样的方式来拓展属于自己的市场时, 陈泽军表示: “面对今年的调整, 白酒生产企业最关键的一点还是在于对品质的把控。所有的问题归根结底还要回到品质上面去, 随着大众酒时代的来临, 消费者的消费观念会更加理性, 对酒质也一定会更加挑剔, 要求更高, 更加关注健康。这种趋势就要求白酒企业要严把质量关, 诚信经营, 做良心企业, 让消费者喝的放心, 从而获得消费者的认可。一方面努力实现技术创新突破, 白酒说到底是一门工艺。努力做到酿制工艺的不断完善提高, 追求酒质口感的不断进步, 是值得每个酒企思考的命题。另一方面, 不能忽视企业内部管理等‘软件’的与时俱进。不断采用现代化的企业管理方法, 引入先进的员工绩效管理, 保证企业的可持续发展; 同时保证公司内部分工明确, 在相互制衡的基础上实现优势的互补。”

陈泽军认为, 现在的川酒企业普遍存在这样一个现状: 一方面品牌力和知名度较高, 原酒的品质较好; 另一方面, 在具体终端市场运作的经验不足, 对市场的把控能力较差。未来叙府的发展目标是在保持传统原酒OEM输入方式的同时, 加强企业品牌力的塑造和增强终端市场的把控力。固然不能保证品质是所有品牌中最好的, 但是努力向一个目标靠近, 在同价位要做到品质最好, 要做到性价比最好。

四川蒙顶酒业: 古典园林式酒庄

李宗强 邹强

雅安市位于北纬30度, 属亚热带季风气候湿润类型, 是我国著名的生态气候城市, 冬无严寒, 夏无酷暑, 降水集中于夏季, 70%以上均发生在夜间, 是“巴山夜雨”的典型代表, 这种独特的降水方式构成了良好的自然温湿调节机制, 也为白酒的酿造提供了绝佳的自然生态条件。四川蒙顶酒业就位于雅安市名山区官田生态园里, 蒙顶酒业总经理屈明安日前和我们聊起了酒文化。

《中国企业家》: 作为一家新概念白酒企业的老总, 请简单地介绍一下企业和企业的发展理念。

屈明安: 我们公司前身为成立于1956年的名山县酒厂。集团公司于2012年将酒厂从传统的生产型工厂转型到高端的原酒生产基地和白酒体验中心, 成为集原酒生产、酿造工艺展示、酒文化宣传和白酒品鉴为一体的可供观光体验的古典园林式酒庄。汲蒙顶山泉, 倡导原生、原粮蒙顶酒的概念, 向广大消费者宣贯喝真酒、喝好酒、喝自己的藏酒的宗旨, 倡导科学、健康和文明的饮酒风尚。

《中国企业家》: 大家都知道, 白酒的生产酿造一直到进入市场, 整个环节都需要强大的技术支



屈明安: 我们目前的重点主要在白酒展示与品鉴、“酒文化”主题休闲旅游、白酒文化宣传及白酒知识讲解。着重打造的是白酒个性化定制, 让客户在环境优雅的蒙顶酒庄, 不但可以感受到源远流长的中国白酒古法酿造绝艺, 品鉴到产自各地的珍贵名酒, 甚至还可以在专业酒师的指导下, 通过不同的酒体设计与勾调方法, 亲自调制出一款最适合客户的专属美酒。