

绵柔口感 现代饮酒新典范!

中国历史上曾进行过5次对白酒的国际性评比。尽管每一次的名酒坐席次序都会略有不同,但仔细看来,能够有资格列入名酒排行的,总是那么几家。历史悠久、品质优良、口感出众、香味独特是这些名酒的共性。如果说,历史悠久和品质优良可以被看做是酒企深厚底蕴的象征,那么口感出众与香味独特则应该是酒企得以尽情绽放自我的独门绝技。

初接触中国白酒这一行业时,笔者曾以为中国白酒大抵也就是酱香型、清香型、浓香型和凤香型这几种口感香型了,后来在一次与某品牌酿酒师的谈话中,才恍然大悟,中国白酒的主要香型应该有十多种,除了上述四种外,还有兼香型、米香型、芝麻香型及豉香型等。

香型,应该可以算作是一个白酒品牌区别于其他品牌的特色标识之一。尤其是那些自己独创出新香型,并且获得社会广泛认可的品牌,不仅独辟蹊径地在市场上闯出了自己的一片天,同时也在日复一日的口碑传播中,被消费者认定是“××香型”的鼻祖、口感新典范,是“××香型”最高品质的典型代表。譬如,有人想尝尝酱香型的酒,必然首选贵州茅台。哪怕诸如“市面上90%的茅台酒都非真品”之类的传闻再如雷贯耳,多数人也仍愿意花更多的精力去寻找可信赖的茅台酒。

由此,也不难理解为什么目前有川酒酒企争相标注自己是“浓香鼻祖”。占据着市场95%左右份额的浓香型白酒,市场发展空间巨大,一句“浓香型鼻祖”的认定,便是对品质和历史的最好证明。然而事实上,我国白酒的浓香型标准现有新旧两个版本,2006年新发布的《浓香型白酒》标准现已取代1989年的旧版标准,成为业界酿酒新范本。新标准将1989年版的高度浓香型白酒和低度浓香型白酒标准整合到一个标准中,扩大了酒精度的范围,从而更适用于更多的浓香型白酒产品生产。

资料显示,2003年时,“很多年前,已是名酒”的洋河酒厂曾参与制定了新版浓香型白酒标准,与此同时,当时洋河酒厂的新作——“洋河蓝色经典”也正式面市。该系列酒品在参照了新版酿酒标准的基础上,更进一步地为公众带来绵柔型口感的新体验。这是洋河方面的自我创新,也是中国白酒界香型与口感的新革命。

著名白酒专家高景炎曾指出,如今消费需求日益变化,消费者在变化,白酒保持不变不行。数年前,另一位酒界老专家也指出:“未来五十年一百年,中国还有酒,但是什么样的酒,还是不是今天这个样,这很值得我们酒界同仁深入思考”。如何满足现代人“喝酒零负担”的新诉求,正成为每一家酒业迫切需要思考和进行工艺改进的新问题。

洋河绵柔型概念的提出,正是建立在充分了解消费者口感新需求的基础之上。为此,洋河在推出绵柔型口感新体验之前,也曾做过大量的酿酒工艺改进工作。其中包括窖泥培养方式的创新、酿酒参数的调整、酒体最优化设计、调味酒的研发等等。曾有一位酿酒师告诉笔者,在上世纪90年代期间,他和他的酿酒师团队也曾进行过白酒“低度化”的尝试,试图用低酒精度的白酒解决大家“喝酒时难入口、喝酒后不舒适”的难题,但是最终都因为成品酒分子结构很难达到恒定的稳定状态而放弃。因此,从这个意义上讲,洋河首创的绵柔型在整个白酒行业中不能不算作创举!

早在1999年末,洋河就已提出了“绵柔型”白酒概念。在研究白酒品质的未来升级方向时,洋河股份董事长兼总裁张雨柏说:“酒最主要的还是味,酒不是香水,酒是要喝的,要喝就要在味觉上下工夫”。为了成功研发出绵柔型白酒,洋河在2000年抽调了多名技术骨干,成立“绵柔型”白酒研发课题组。

该研发课题组首先是利用现代技术,选择优势功能菌,赋予白酒绵柔的品质。众所周知,名酒企业酿酒所用的窖池,都是历经千百年自然形成的,其中所含有的成千上百种菌种,都是促使白酒优良口感和馥郁酒香形成的无价之宝。在绵柔型白酒的酿造过程中,洋河的酿酒师们利用本厂自然形成的老窖泥作为菌源,成功培养

成人工老窖泥,同时创新性地对原料入池的水分、粮食配比、入池温度、入池酸度、淀粉浓度等参数进行调整和优化,以求酿出的酒口感绵柔、绵甜。

仅仅如上述操作,还不足以保证最后成品酒的绵柔品质和稳定的酒体结构。从1999年开始,洋河就开始尝试着进行酒体调整,对酒体进行最优化的设计,将基酒分级为不同的六段,用不同的储存方法存酒,并将这些酒再重新组合设计。洋河的品酒师陈诚表示,新的制曲工艺、窖泥工艺,能够帮助酒体形成绵柔的品质,把绵柔的基酒调整得更加绵柔,后期在勾兑和调味上,再进行新的尝试,最终可以帮助酒体绵柔品质的定型。

洞察市场,方能成其大。洋河绵柔型白酒代表作蓝色经典在问世之后,迅速赢得了消费者最广泛的认可。洋河在口感与香型创新上的成功,是有目共睹的。经过近10年的发展,绵柔型不仅成为了中国白酒的有力新军,更在全国范围内掀起了绵柔品鉴风潮。可以说,是消费者的现代化、健康化、时尚化的饮酒新需求,给了洋河新的发展机遇,同时也是洋河率先想人所想,始终以贴合市场的谦虚心态,引领着中国白酒走上了一个新的口感时代。

笔者观察到,尤其是在近两三年,推出绵柔口感的白酒品牌越来越多。包括被看做中国产酒宝地之一的四川,所产的众多品牌,如五粮液、泸州老窖等都争相推出绵柔口感的酒品。行业大佬茅台于2011年新出的汉酱酒,也同样强调“绵柔”的品质!但平心而论,上述的不论哪一种,在目前看来,都还属于小众化的尝试与推广。

如果说,五粮液给行业上了一堂生动的营销课,那么,从2003年迅速腾飞的洋河,则给整个行业上了一堂深刻的市场服务课!

文/竺颖



洋河酿酒厂房实景

