

第十九届中国国际酒业博览会
THE 19th CHINA INTERNATIONAL ALCOHOLIC DRINKS EXPO
第三届问酒论坛
The 3rd Alcoholic Drinks Q&A Forum
2023.10.13 | 中国·上海 China, Shanghai

从误解到科普,十位嘉宾“问酒”论坛答疑解惑

中国酒业协会理事长宋书玉指出,酒类知识的通达与普及,不是一朝一夕可以解决的问题,这是一件难而正确的事情,值得业内同仁坚持不懈、全力以赴。

本报记者 张瑜宸 发自上海

10月13日下午,第十九届中国国际酒业博览会第三届“问酒”论坛在上海举办。在主持人、导演、演员刘仪伟

的带动下,权威专家与网络大V面对面交流,金句频出,同时Ai技术的应用也为论坛增添了趣味性,呈现出一个关于

酒的多维视角,将传统与现代、文化与科技完美融合。

把酒问清楚,才能喝明白

论坛上,中国酒业协会理事长宋书玉表示,通常而言,认知事物需要通过四个阶段:未知、自知、知道、已知。而该如何向消费者介绍酒,让消费者从疑惑到通达,最终开启美酒消费的大门,同样是个系统的工程。

比如“酒是陈的香”这个问题,说复杂很复杂,说简单也可以很简单,那就是只要是好酒、高品质的酒就是越陈越香。不仅是各种香型的白酒,黄酒、露酒亦是如此。当然,这只是普遍道理,真正做到“酒是陈的香”其实并不容易,还取决于基酒的品质、贮存的容器、贮存的环境,甚至贮存的工艺、工法等等。

作为消费者真正体验到酒是陈的香同样不容易。

再比如有人提出黄酒容易上头的问题,其核心在于,人们在品饮黄酒时的警惕性不够。舒适的香气、口感,往往不经意间喝多了。黄酒之所以给人留下饮后舒适度不好的印象,这与不文明的酒桌陋习有关系。

还有很多消费者以为“露酒”就

是配制酒,不知道“露酒”背后蕴含的历史文化,更不知道“露酒”是自四千多年以来传承的古老酒种“鬯”。当然,更不知道,如今“露酒”是和发酵酒、蒸馏酒等平行的四个分类之一的重要酒种,在2021年发布的GB/17204《饮料酒术语与分类》国家标准中已经作出了明确规定。

……

“大家在这论道求真,直击敏感话题,问酒之问,科学缜密地问酒之答,让消费者对很多疑惑豁然开朗,从此更新对美酒的许多认知,更加明白白酒,当然会更加明白白酒地喝酒。”宋书玉指出,酒类知识的通达与普及,不是一朝一夕可以解决的问题,这是一件难而正确的事情,值得业内同仁坚持不懈、全力以赴。

“期待我们和大家一起,把酒问清楚,才能把酒喝明白。”宋书玉如是说道。

三届问酒论坛,变的是形式,不变的是宗旨,展现出了中国酒业协会服务酒业高质量发展的决心。

一场关于酒的有趣见解和洞见

当下,有个不容忽视的事实就是,对很多消费者来说,他们爱喝酒,但却对酒不是特别地了解,酒与消费者的关系更像是最熟悉的陌生人,也因此,长久以来,社会上流传的有关酒的偏见与误解颇多,严重影响了酒行业的社会声誉,误导了酒类消费。

从“什么是酒?”“酒从哪里来?”“人类是什么时候掌握的酿酒方法?”“白酒是什么时候出现的?”“酒与我们的生活又有哪些关系?”到“将葡萄酒滴在纸巾上鉴别真假的方法科学吗?”“葡萄酒瓶的瓶底凹陷,为什么有深有浅?凹陷越深酒的品质越好,是真的吗?”“对白酒来说,度数越高越值钱,高度酒就是比低度酒好喝吗?”“香型到底是怎么回事?浓香、清香、酱香型白酒的区别究竟在哪里?”“摇晃酒瓶,酒花持续时间越长,说明越是纯粮好酒,是这样吗?”“网上

流传将碱面加入白酒当中,加热之后即可通过酒色变黄与否鉴别是不是粮食酒,此方法靠谱吗?”……

我们发现,有关酒的谣言越来越“专业”,但消费者对酒也越来越疑惑。并且因为“民间科普”常常打着所谓的专家称号,却往往是盲人摸象或有意误导,导致有关的喝酒科学越来越不科学,专家变成了砖家,因此,厘清关于酒的谣言,让流言止于智者就显得十分有必要。

本次论坛,围绕“适量饮酒是否真的有益健康?”“为什么说酒是陈的香?”“露酒是什么酒?”“为什么黄酒的度数低,却后劲十足?”“喝啤酒与痛风到底有没有关系?”这五个消费者关心的话题,国家标准化委员会原主任、党组书记,国家制造强国建设咨询委员会委员纪正昆,分析化学家,中国科学院

院士,新基石研究员清华大学化学系教授、学术委员会主任、分析中心主任李景虹,天津科技大学校长路福平,江南大学原副校长、教授、博士生导师徐岩,中国食品发酵工业研究院首席顾问,首届中国酿酒大师张五九,经济学家、中国民营经济研究会副会长、中原银行首席经济学家任泽平,著名媒体人路一鸣,著名财经评论家、沃伦财经创始人水皮,著名财经评论家、《中国经济周刊》首席评论员兼首席研究员钮文新以及人民酒业总经理王伟这十位嘉宾结合自己所在领域的知识文化,从不同的角度出发,参与了话题的讨论,为大家带来一场关于酒的有趣见解和洞见,并且形成的思想火花通过近百位媒体代表和包括《华夏酒报》在内的多家媒体直播平台触达到了千万级的消费者与网友面前。

(上接A3版)

林锋:浓香名酒推动了中国酒业格局的转变



“70年前,国家举办了首届‘全国品酒会’,由此定义了浓香、酱香、清香等基本香型,并开启了中国酒业的名酒时代。70年来,浓香型白酒蓬勃发展,不仅成为市场最大、品牌最多的白酒品类,也形成了‘五同五新’等浓香名酒的精神。如今,浓香型白酒仍然是发展速度最快、潜力最大、前景最广的香型之一,是中国酒业崛起和腾飞的重要引擎。”泸州老窖股份有限公司党委副书记、董事、总经理林锋在致辞中表示,今天的浓香名酒正处在全新的历史性机遇期,品牌、资金、信息、人才达到了新的水平,各产区之间合作红火开展,新技术、新理念、新构想不

断涌现。浓香名酒推动了中国酒业格局的转变,新一轮白酒产业升级蓄势待发,向品牌集中、向品质集中、向文化集中、向原产地集中的趋势将更加凸显。

在林锋看来,浓香名酒的未来已经站在关键的十字路口,浓香型企业应一道践行五同五心精神,加强酒企业之间的沟通交流,把品牌的多样性、差异性转化为增长的潜力和动力,吸收更多的智慧与力量,坚持互利合作,发展各自优势,变赢者通吃为多方共赢,做大市场蛋糕,促进行业大繁荣、大跨越。

同时,应该彼此信任,利己达人,走开放融通之路。通过坦诚沟通、增信释疑,让名酒企业秉承和而不同的理念,尊重技术道路、品牌道路、经营道路的选择,继续深化行业合作,助力实现协同化变革,推动兄弟企业之间的技术融合,发展联动、成果共享。

今后,希望浓香名酒企业之间加强沟通交流,把品牌的多样性、差异性转化为增长的潜力和动力,吸收更多的智慧与力量,坚持互利合作,发展各自优势,变赢者通吃为多方共赢,做大市场蛋糕,促进行业大繁荣、大跨越。

周庆伍:让世界爱上中国浓香



安徽古井集团党委副书记、股份公司总经理周庆伍在致辞中表示,近年来,白酒行业进入结构性增长和消费升级的新时代,形成向名酒集中、向优质集中的显著趋势,但是横向来看,浓香型白酒依然存在着发展不平衡、价值挖掘不充分、品质表达不突出等问题。

“今天的商业主动权掌握在消费者手里,未来的白酒比拼归根结底还是质量。要反对任何形式的短期主义和投机行为,用长远的眼光来干事业。”周庆伍认为,回归本源,深入挖掘浓香型白

酒品质表达、文化内涵和稀缺价值,合理输出浓香白酒的文化符号,在传播形式上要创新新媒体,拓展新方式,让浓香型白酒科普知识、文化故事更加生动,更加趣味。同时,他强调,浓香型白酒企业合作要加深,要一同努力推动国家有关部门制定统一的出口标准,加快实现中国白酒标准与国际标准的统一接轨,把更多的浓香型白酒卖到国外去,同时要形成抱团出海的姿势,联合起来争取国家立法支持、关税支持等政策,获得与国外酒品对等的贸易条件。

圆桌对话:以品质赢未来

本次论坛上还进行了圆桌对话环节。五粮液集团技术研究中心主任郑佳,著名白酒专家、江南大学教授、博士生导师徐岩,资深媒体人朱学东,江苏苏糖糖酒食品有限公司董事长陈国锁,洋河股份总裁助理、产品总监张学谦,分别就浓香白酒的传承与创新、扩大国际市场份额、以文化品质带动浓香品质未来的核心价值、构建厂商关系,以及构建和维护强大的品牌形象五个方面,进行了深入探讨。

郑佳表示,窖池微生物的选择性和极致的工艺体现了浓香白酒的高度稀缺性,浓香型白酒正在窖泥的研究、风味研究和饮酒健康领域的研究等方面不断进行创新;徐岩认为,中国浓香酒走向国际市场需要增强中国白酒在全球的知名度和消费者的体验感,文化表达、标准表达、品质表达、科技表达、产区表达这五个方面不断发力;朱学东认为,浓香型白酒地域覆盖率高、电商平台占有率高、市场认可度高,可以用“国

色天香”进行概括,通过新的叙事方式,围绕品类特长更好地触达消费者;陈国锁则从速度、品质、营销、机构、文化、消费者培育、共建、相互学习、做好服务等方面,为浓香型白酒在市场转型期如何建立更好的厂商关系进行了深入思考;张学谦就产品品质特点和打造品牌、品牌建设、时代价值三个方面,分析了洋河品牌建设和文化品质的创新,并表示,要坚持做快乐健康的倡导者、美好生活的创造者、时代潮流的引领者。