

1 八大名酒出口量 不如一个厨房用酒

据了解,中国白酒的产量占全世界烈性酒产量的38%,但在全球烈性酒市场所占份额却不足1%。

据商务部数据,2016年1—9月,我国白酒出口量和出口额分别仅为1.2万升和3.5亿美元,分别占白酒产量和销售额的1.2%和1.5%,且主要消费群体仍集中在海外的华人华侨,远未进入世界主流消费圈和文化圈。值得关注的是,在这些年出口量中占大头的,并不是我们熟知的贵州茅台、五粮液,而是厨房用酒。

2015年海关总署的分类统计显示,广东珠江桥生物科技股份有限公司以180万升的年出口量,成为中国白酒出口规模最大的生产企业,而该企业生产的珠江牌广东米酒,多用于烹调。

从全球范围的影响力来看,中国白酒的市场占有率与中国白酒自身的深厚文化底蕴相比,存在着明显落差。近年来,中国白酒“走出去”呼声极高,众多中国白酒企业、海外华商也已经开始布局国际市场,比如茅台、五粮液、洋河等,但收效甚微。

六大蒸馏酒之间的差异,无非原料和酿造方法。六大蒸馏酒的原料,无非富含果糖的水果和富含淀粉的粮食。酿造方法总体来看,都是发酵蒸馏贮存,有时候还需要一点勾兑技巧。

从理论上来说,白酒是唯一主动加霉菌参与发酵的品种,因此,它的口感百转千回,与同样是高度数无色的伏特加相比,有明显差异。白酒的复杂口感,来自于酒曲中的霉菌。酒曲酿酒,使白酒中含有大量的醛类,醛类和醇类发生酯化反应,形成了不同于其他蒸馏酒大类的“浓郁香味”。

2 白酒分类复杂 百口百味

同是中国白酒,但又有不同的酒体风格。不同香型之间,风格差异太大,分别占据着各自的市场,很少有人对所有香型大爱无疆。老酒鬼喝酒都要讲究个的酱香、清香、浓香型分类。但是在建国之前,至少在国家层面上,香型分类是不存在的……大家都是按照各自的口感喜好来喝酒。

比如民国时期,以胡适、鲁迅、闻一多为代表的知识界,大多青睐细腻度低的黄酒,以宋美龄、陆小曼、陈立夫为代表的名媛绅士界,则多喜好时髦名贵的洋酒。建国后,喜爱白酒的人民当家做了主,国家也就开始把白酒作为重点发展对象。

1979年,中国轻工业部举办的全国评酒会中,白酒开始按不同香型分类。

酱香型酒:酱香突出、幽雅细腻、酒体醇厚、回味悠长;

浓香型酒:窖香浓郁、绵甜甘冽、香味协调、尾净香长;

清香型酒:清香纯正、诸味协调、醇甜柔口、余味爽净;

米香型酒:蜜香清雅、入口绵柔、落口爽净、回味怡畅。

怎么样,看完了是不是只看懂了“蜜香”两个字?这些说法对绝大多数消费者而言,很不“友好”,让人云里雾里。

数据分析,中国市场主要以浓香型占据着大半壁江山,其他香型分别拥有忠实的消费者,整个消费市场呈割据状态。

但是,不管是哪个香型的白酒,都很难像伏特加、威士忌一样加冰、空口喝,也不大能兼容果汁饮料、雪碧、冰红茶。白酒复杂的浓郁口感,在年轻人和外国人看来,是难以接受的,这也是中国白酒消费老龄化和出口难的最大原因。

如果不是对白酒有长期饮用的习惯,或者说无与伦比的好奇心,要接受这个“火辣辣”的杯中物还真有点难度。所以白酒难在外国飘香也就不难理解了。

□记者 张浩 通讯员 吴省

中秋佳节将至,家庭聚会无缝衔接,一场接一场。闲话家常之间,长辈斟满你的酒杯。一杯杯白酒下肚,辣酒穿肠过的你,是否想念朋友聚会的酒吧里,那一杯威士忌兑可乐和伏特加鸡尾酒。

如果你不喜欢白酒,那么你和全世界绝大多数人都一样。作为世界六大蒸馏酒之一,白酒除了上了年纪的中国人爱喝,全世界几乎再也没人愿意喝了。中国白酒一直未能像白兰地、威士忌、伏特加、金酒、朗姆酒等其他烈酒一样,在全世界范围内获得广泛认可。

老外爱喝江小白 传统白酒受冷遇

专家:“低度数+清淡口感”是全球烈酒主流



“江小白金奖青春版”斩获了2017年布鲁塞尔国际烈酒大赛金奖。

3 老外受不了高度数

不管是哪个香型的白酒,复杂的口感加上高度数,都很难像伏特加和威士忌一样加冰,空口喝更是难以接受。中国酒的辛辣口感,高度数,这些老外都不喜欢,觉得是嘴巴里在着火。想要白酒风靡世界,首先要把白酒的度数降低,口感做简单,利口化之后,自然符合世界主流消费的口味。

英国《金融时报》一篇白酒国际化的报道称,曼哈顿Lumos联合创始人、调酒师奥森·萨利切蒂认为,白酒强烈的味道可以是优点,但其高酒精含量是个问题。

中国酒业协会副秘书长宋书玉曾指出,白酒企业走国际化道路一直受困于产品度数难

以与国际烈性酒接轨的问题。业内人士指出,低度白酒不是高度白酒加水,或者简单低度化,而是在更高技术水平上的低度化,技术含量要求很高。白酒降度,这是个有难度的技术活。

近年来,国内江小白做低度酒比较有点,将白酒度数降到了40度,更有一款25度的酒——据说可以大口畅饮,吸引了不少年轻消费者的关注。

各大名酒企业在消费需求指引下,其实也都在探索低度化之路。像五粮液、泸州老窖、剑南春等在内的名酒企业均推出了降度化产品。剑南春有46度和38度。国窖1573也有了38度产品。



老外接受不了中国白酒的辛辣口感。

4 口感国际化,轻口味高粱酒受欢迎

但是,度数降下来,也要改变中国白酒的复杂口感。世界主流的白酒酒体,像伏特加、威士忌,口感都比较清爽,强调花果香、谷物香、泥煤香、烤面包香等口感。而中国白酒强调酒糟香、窖泥香,这些并不受老外喜欢。

许多老板都觉得口感“terrible”!

“喝起来像石油。”

“好喝吗?明明就是腐烂的卷心菜的味道,又像是油漆稀释剂。”

“烧焦的轮胎味儿,像氨水的味道。”

……

所以,让白酒口感更清爽,更干净,更国际化,解决不同的喝酒习惯,也是影响白酒能否走出去的重要因素。一向强调清爽纯净口感的江小白,在国内老酒鬼都不喜欢,但它的轻口味高粱酒在国际上反而备受欢迎。据报道,江小白多款低度酒在“布鲁塞尔国际烈酒大赛”等多项国际专业酒类赛事中“屡获金银奖”,而且其产品畅销亚洲、欧洲、大洋洲等地的二十多个国家和地区。

《金融时报》报道说,中国

白酒的推广者们正努力在海外为其创造一个更时尚的形象,将中国酒变成酒吧饮品,一些酒吧的饮品单上现在已经出现了以白酒为基酒的鸡尾酒。纽约曼哈顿的Lumos就会用江小白这样的酒体,与杏仁牛奶、香料混合,做成杏仁鸡尾酒。

老外喝酒不但用餐时喝,酒吧、户外甚至办公环境里,都常是人手一杯酒。有许多酒,调制成鸡尾酒后可以像喝饮料一样喝。在这一方面,江小白的做法值得学习。江小白产品推出之初,做纯粹、顺口、甜净的国际化口感,这样的产品,有作基酒的先天条件。加冰,加果汁,加饮料,做成各种混饮也就不足为奇了。当前,用江小白加各种果汁、软饮料做混饮,也已经在国内开始流行。

在韩国、欧美国家的餐厅和超市陈列架上,不难寻到江小白的身影。Facebook上,也有老外晒出同江小白的合影,对其大加赞赏。白酒的出口路,任重而道远。希望不久的将来,中国白酒能在世界市场占领一席之地,有更多个江小白。



在韩国超市,江小白受到当地人追捧。