

中国果酒路在何方

专家各抒己见,观点精彩纷呈

4月22日,“时尚果酒 赢接未来——首届中国果酒发展高峰论坛”上,来自各地的果酒专家就中国果酒的现状、果酒产业的发展趋势、果酒存在的问题以及果酒的崛起等方面,进行了细致全面的分析。接下来看看,各专家都讲述了哪些观点?

记者 袁建龙 登封时报 刘俊苗/文 付文龙/图



果酒是民族的,是世界的

华夏酒报、中国酒业新闻网总编辑 韩文友

随着人们生活水平的提高,越来越多的人注重健康,果酒三楂红在这样的背景下诞生了。而现在果酒越来越受到年轻人的喜欢,因为健康、时尚是它的标识,这代表着果酒行业开始兴起。

我认为果酒是民族的,也是世界的。我们有世界8个第一,其中就有山楂,多年以来是我们中华民族的一部分。我去年在墨西哥参加了国际烟酒大会。我认为只要有水果的地方都有果酒,因为果酒在世界地区和国家都有,果酒也遍布了整个世界,因此说,果酒是中华民族,也是世界永远的主要饮品之一。

果酒这几年的发展,从河南走向全国、走向世界,是我们资源的整合和合作的共赢,我们不再单打独斗,需要整合。我们现在都在训练一种增长点,从中国的酒业大咖等多渠道进行合作,已经成为不可逆转的趋势,这样做的主要就是在行业的调整期,能够让企业走得更远更长。



其实需要讲一下品牌,我们做果酒这个论坛,是树立品牌很好的形象,能把果酒论坛持续下去,也是对果酒带来思想的转变,品牌是企业的生命,也是一个企业无形的价值。无论经济怎么波动,品牌永远是强大的,我们注重品牌就应该多渠道、多方位地传播品牌。

果酒也是中国酒业的一部分,我们希望能把中国的果酒带给世界,让世界品尝到我们中国的果酒,这样让我们中国的美酒真正展示我们中国酒的魅力。

果酒历史悠久,打造知名果酒品牌

中国食品发酵工业研究院酿酒研发部主任、博士 薛洁

世界大多数国家都有果酒的生产历史,但我们必须明确,中国是果酒的发源地,考古工作者在河南贾湖遗址考古发现,9800年前我们就有果酒的存在,所以中国是果酒的发源地。目前中国有100多家果酒企业,而且果酒的品种多达数十种。

中国的宏观经济有利于中国果酒产业的发展,果酒发展受制于经济的发展,基本与经济同步保持一致,果酒这种饮料酒发展速度是比较快的。

而从生产工艺来看,新技术新工艺在果酒行业的应用,为果酒开发提供了多样性的选择,让果酒产品品质实现了质的提升,众多的新技术得到了应用。例如超声波、红外线以及低温发酵技术等的应用,提升了果酒的品质。

研究发现,山楂酒中的柠檬酸成分最高,这也是果酒具有开胃的重要原因。现今居民的保健意识大大增强,果酒越来越被消费者认可和接受,表现出了巨大的市场潜



力。现在的消费群体主要是90后和00后,这些人群对保健更为重视,所以果酒产业符合未来酒业发展的趋势,前景非常乐观。

目前果酒没有一个统一的标准,造就了果酒产量参差不齐,缺乏品牌知名度、消费者认知度,虽然品牌较多,但是品牌的影响力不大。所以果酒行业要快速发展,必须有自己的一套体系,要发挥行业组织的领导作用,制定行业标准,规范果酒市场,提高果品质量和水平,打造国内知名果酒品牌。

满足消费需求,做大做强果酒产业

中国食品工业协会葡萄酒、果酒专家委员会秘书长 杨强

在国际上果酒是通向的产品,与国外相比,中国同样具有丰富的果酒产品,但目前规模较小,在我们酒行业中是个小品种,和白酒、啤酒的体量是不能相比的。

当然中国果酒产业有着趁势而起的趋势,2016年我国规模以上果酒企业实现产品销售收入357.9亿元,同比增长7.86%。另外,在很多中国的水果产区,果酒是外来资本的投资热点,市场上不断有新的产品出现,但是大部分产品和品牌目前还没有形成较高的认知度。但是果酒产业具有很好的发展潜力,当前随着消费时代的变化,健康饮酒、饮酒健康成为大势所趋,果酒越来越受到消费者的青睐,以80后、90后接受软饮料等成长起来的消费群体,对低度、健康的果酒产品是喜爱的。

现在大型的白酒企业已经开始布局果酒产业,像茅台和五粮液分别推出了系列果酒,茅台集团打造的果酒中国市场,开拓女性市场,这应该成为茅台新的增长点之



一。因此,果酒企业在未来的产品开发中要考虑到所使用原料的酿酒特性以及针对性的技术手段,使产品具有应有的特点和个性,以满足消费需求。

中国果酒发展高峰论坛的召开,让酒行业重新审视了果酒产业应该注重品牌价值,在原有的市场营销模式和推广模式上也应该有所创新。中国果酒产业在行业协会的大力支持和行业引导下,加之大家的共同努力,定能快速实现果酒做大做强的目标。

新机遇下,中国果酒赢得未来

著名葡萄酒专家 郭松泉

随着时间的改变,有些果酒改变了,也有一些新的果酒在兴盛起来,这次会议把山楂酒作为一个果酒的定位,统统讨论怎么把果酒做大做强,或者说今后若干年发展的趋势,也就是果酒的崛起必定赢在未来。

果酒崛起是因为消费需求,在安定的环境中,随着经济的增长,有不同的消费。产业升级,果酒做大做强之后,它有一个崭新的面貌。挖掘特产,特产里面有潜在的价值,有必要把它转化成商品,造福于消费者。世界潮流,中国的果酒和葡萄酒与世界潮流相比,还需继续努力。

但果酒的发展赢在未来,宁夏的枸杞酒,在上个世纪末是一个小的果酒厂,到现在将近20年的时间,我们都知道这个名字,就是宁夏红。

现在需要怎么做,才能使果酒赢得未来?做出来的水果酒要突出水果的特点,就是说果酒是这种水果的果酒,一定要喝出这种水果的境界和概念来。要掌握中国人的口味,中国人的口味更喜欢口香味



重的,总体来讲,就是一喝就明白的酒,而不是喝了以后琢磨半天,更喜欢一饮而尽。

要与菜肴密切配合,今后要走出登封、走出河南,拿山楂做例子,到消费比较多的江浙、广州、北京等推广的时候,和当地的菜肴结合,研究当地人吃什么,再把自己的酒拿出来,找到菜和酒相辅相成的效果,而不要相克。而普通级别的果酒要突出它的营养,优质酒突出特色,优质酒的消费群体是追求更多更好的食品和饮品。