

# 白酒定制 白酒加盟

产品名称	白酒定制 白酒加盟
公司名称	安徽省老贡酒业有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	安徽省亳州市谯城区古井镇开发区
联系电话	13135474999

## 产品详情

### 一、减酒降香：高频消费改变白酒品味

细究全民普及以来的近30年来国人的饮酒史，白酒一直处于变化之中，而变化为明显的，除了外形明显的包装变化，白酒内在品质的变化，莫过于度数和口感的改变。

#### (1) 30年降10度：商务主导下的白酒消费

武松打虎是水浒传中知名的桥段，广泛流传，脍炙人口。话说武松走进一家名为“三碗不过岗”的酒家讨几碗酒提神解乏。一般人在这里喝上三碗后，都会酩酊大醉，走不过前面的山岗。武松却痛饮十八碗，然后继续赶路，在景阳冈赤手空拳打死了经常为害百姓的吊睛白额大老虎。

武松痛饮了十八大碗酒，还能继续赶路，说明他没醉的彻底，武松的酒量真的这么好吗？现代人中酒量再好，也不可能连喝十八大碗白酒吧！其实不是武松酒量惊人，而是古代的酒和现在的酒有差别。北宋年间，中国白酒（蒸馏酒）还没有出现，武松喝的是度数不高的发酵酒，而非蒸馏酒，酒度一般不会超过十度。

在中国白酒全面普及的1980-1990年代，因为刚从短缺与贫穷中走出，对于口袋里钱还不多的中国人来说，控制单次饮酒数量与成本，成为当时的重要消费心理，高度白酒是当时消费的主力军，白酒的主饮度数一度在55--65度之间，基本接近原酒的度数，白酒论斤作价，高度可以让人们少喝低费。

到1990年代中后期，随着改革开放的进一步扩大，商业交往扩大，商务应酬消费骤增，白酒高频消费人群大量出现，52度的浓香型白酒和53度的酱香型白酒的开始流行起来，白酒开启了降度征程。从1989年古井贡为降价而降度开始，到2018年丹泉推广低度酱香白酒，中国当前白酒的平均消费酒都约为45度，30年下降了10多度。

比起欧美蒸馏酒30多度与日韩的20左右的出厂酒度，中国白酒的酒度仍高了很多，比起欧美与日韩加冰加水加饮料后的大幅度降度混饮，中国白酒餐饮消费为主的纯饮方式，白酒的饮用时的酒度更是高了许多，约为欧美与日韩的4倍左右，虽然中国白酒的独特工艺制约了白酒向混饮方向发展，白酒消费文化可能倾爱高度，但频繁的餐桌应酬，让我们的身体不堪酒累，降度仍是中国白酒发展的重要趋势。

白酒降度不仅体现在高频消费的中端价位白酒，也体现在在低端与高端两大方向，在中端白酒下降10多度的同时，以红星牛栏山为代表的低端白酒，也平均下降了约10度，而以茅台与五粮液为代表的高端白酒，也早也开启了降度工程，其38--39度45--46度主品牌产品也在加大市场推广力度，虽然茅台一度砍掉了39度飞天茅台，也恢复，而今世缘则直接提出了中度高端白酒的概念，奏响了高端白酒大幅降度的序曲。与此同时，丰谷酒业在2008年就完成了“低醉酒度”成果研发，希望在不降度的情况下，降低醉酒度，虽未取得业界的广泛认同，却也算是另辟蹊径。

## （2）降香提醇：白酒消费的新变化

上世纪八九十年代，中国经济从短缺进入过剩的初期，白酒除了度数下降到了50多度外，另一个显著的变化就是久未闻香的中国人格外喜欢香艳，这不仅成就了浓香白酒风靡大江南北，也造就了白酒加香加味的制造倾向，白酒变得不那么纯净，变得不那么单纯了。

2003年一中字头的协会负责人告诉我，一位长期习惯喝某名酒的领导对其酒品味的变化甚为诧异，但随着该酒的窖香浓郁逐步减弱后，该品牌却开始在全国畅销起来，这引发了笔者的思考。

跟30年降10度一样，随着白酒产能的极大增加以及人们物质生活的极大改善，对酒的喜好也在悄然中改变，从初的重香已经开始向重味转变。这给了酱香的兴起和清香的复兴提供了机会。

为了顺应当下消费习惯的重大改变，我认为白酒是时候开启降香提醇新进程了。

**高端提醇：**在工艺一样品质趋白酒的品质产业，更多的实力比拼下的陈酿与提醇较量，一线企业除了技术与检测手段领先，更多的是拥有资本优势下的存酒与陈酿，从数量的短缺，到足够数量与足够时间的陈酿，高端品质的提升，随着投入的增加与产能的扩大，适当增加存放时间，增加不同批次存储，增加酒的醇厚度，让白酒变得更加醇厚。

**中端降度：**中端白酒是交际应酬场景消费的主力酒品，是高频消费人群的主战场，而长期饮用过高度数的酒对身体的危害较大，因此为满足高频次的商务与事务消费群体的中端白酒，降度化发展，仍是趋未来主要势，预计未来10-20年内，中国白酒平均度数还将降低5-8度左右。

**低端增厚：**低端白酒多为大众嗜好型消费产品，受限成本制约或基于竞争考量，低端白酒成品酒往往液态法居多，在当下产能过剩的背景下，随着消费升级，尤其百元以下的低端酒，控制好固液态结合比例，适度增加固态成分，适当增加原酒，增加醇厚度，让酒的口感更好。

**适当降香：**80后、90后新生代的白酒消费，已经成为行业重要力量，并在未来3--5年内，成为行业的主要消费力量，这些未经历过短缺经济的消费者，对短缺时代形成白酒传统的浓郁香艳，已经大为不感兴趣，他们饮酒更趋个性化、多元化，品牌文化的特色化。因此，白酒口感的时俱进，降低酒曲香味，适当保持原粮香味，向绵柔、清雅、复合方向发展，将是未来白酒口感的主要方向。