

## 通过技术创新将白酒风味个性化做到极致



宋书玉

中国酒业协会理事长

近年来,协会、酒类企业与科研院所共同开创了白酒产业科研创新的辉煌时期,在风味化学、白酒贮存、酿造机理、品质与安全提升、微生物与微生态等关键领域,涌现出大量成果,系统解析并科学证实了中国传统酿造技艺的合理性与智慧,深化了我们对白酒作为多风味、多活性物质复杂体系,及其微生态复杂性、稳定性是酿造核心这一根本认知。但我们也要看到,目前大量研究仍停留在试验和成果层面,推广与应用相对薄弱。

基于过往研究实践和对产业未来的判断,我们需在以下关键研究方向持续发力。

聚焦风味个性化。未来,中国白酒一定会呈现出风味多样化,这是产业的生命所在,更是每家酒企的风格所在。香型在白酒产业的影响力将日

趋淡化,未来的国评大赛将重点考察参赛选手们能否区分出每杯酒是哪个厂家、哪个品牌、哪个酒度的产品。酒企的市场竞争要点在于风味个性化,风味个性化需要从原料、酿造、工艺特色、蒸馏、贮存、文化、感官、品质等多层面进行系统性构建。

强化微生态研究。中国白酒存在自然生态与酿酒微生态双向特征。随着国家环保制度的不断提升和ESG可持续发展理念的逐渐深入,自然生态将日趋稳定,酿酒微生态的多样性和稳定性将成为白酒产品个性化表达的核心因素。酒企需围绕产区的自然生态和酿造微生态,重点研究酿造微生态的多样性和稳定性,涉及酿造微生态的复刻技术、组装机技术等,以及外源原料、酿造环境等多个微生态体系。

推进蒸馏技术创新。我们围绕蒸

馏技术的演进、蒸馏技术创新、装备创新、辅料创新应用、材质创新应用等层面做了大量的科学研究。一些研究成果显现成效,甾体蒸馏新技术的研究应用,保守估计能提升5%-15%的出酒率。“十五五”期间要进一步优化推进,为产业效益提高、品质提升起到重要作用。

低度酒风味提升。从消费层面看,更低的酒精度、更高的风味度已经成为消费市场不折不扣的需求方向。越来越多的消费者更加注重健康,他们既需要欢快愉悦的饮酒氛围,更需要开怀畅饮的饮酒场景。突破传统降度勾调技术,研发通过“剔除酒精、保留风味”新路径生产更低酒度、更高风味品质的产品,实现与消费者的品质共鸣,这是满足市场健康化、高品质需求的重要方向。

深化贮存技术研究。未来,白酒产业的竞争一定不是各家酒企产了多少酒、存了多少酒,而是产了多少好酒、存了多少好酒。不久的将来,当优势酒企对社会承诺并宣布只卖五年以上的年份酒、只卖十年以上的年份酒的时候,白酒市场竞争格局将出现加速定型。因此,白酒如何贮存、什么环境贮存、什么容器贮存、要不要在贮存当中进行勾调、如何通过贮存实现品质提升,也应当是产业重点研究的方向。

副产物高值化利用。随着产业持续的进步和提升,尤其是绿色生产酿造理念的不断落地和践行,酿造副产物的高值化利用是一个重要的研究领域。整个酿造过程的副产物很丰富,而且经过长周期、反复酿造,副产物中含有许多活性物质或者有价值的物质,要加大提取和应用层面的研究力度。

## 五大趋势为露酒带来发展机会



刘淼

泸州老窖集团(股份)公司党委书记、董事长

当前,随着中国经济步入深度调整期,人口结构趋势发生根本性转变,中国酒类行业乃至整个消费市场都面临转型与重塑。目前,中国酒业至少体现出五个方面的新趋势,即个性化趋势、低度化趋势、健康化趋势、场景化趋势、多元化趋势。这五大趋势为露酒带来了巨大的发展机会,或将成为中国酒业又一个新的增长极,至少拥有三个发展新机遇。

一是人口结构调整机遇。露酒产品更加多元化,能满足各类不同人群的饮酒需求,其中,三类人群特别值得关注。一类是25岁-40岁的新生代。他们平均学历高,消费理性,有个性化消费主张,偏好悦己型消费;其次是新时代女性消费机会。低度利口的果酒备受女性同胞喜爱;另一类是中老年人,对养生酒、保健酒等有较强的偏好。

二是科研技术进步机遇。科研技

术进步推动了露酒数智化发展机遇,实现了从原材料提取到酒源后处理全过程的自动化、智能化和信息化。科研技术进步对露酒品质提升保驾护航,同时改善了产品风味,拓展了产品功效。技术进步让露酒健康化、多元化、低度化成为可能。

三是市场规模扩张机遇。一方面体现在露酒市场规模持续增长,另一方面体现在露酒产品结构持续优化。有品质、有底蕴、有特色的露酒品牌将脱颖而出,成长为现象级露酒大单品。随着露酒渠道的不断完善,特别是电商渠道的快速发展,露酒品牌全国化并参与国际竞争成为可能,露酒未来发展前景更加广阔。

露酒未来发展依旧遵循酒业发展的基本逻辑,在顺应市场发展的同时,需要持续练好五大内功。

一是筑牢品质根基。首先是坚持

纯粮固态酿造,坚决把好原粮关,坚持弘扬传统技艺,推动数智酿造;其次是强化全链条质量溯源,建立健全从农田到餐桌的全过程质量监管溯源体系;第三是持续建立和完善行业标准,通过清晰的标准体系,向消费者讲清楚露酒的特点、功能和价值所在;第四是围绕露酒的健康属性和酿造机理,应用风味学和定向调控等前沿技术,实现风味与功能的完美平衡。

二是科技创新引领。未来,泸州老窖将持续探索和建立健全露酒科研技术体系,提升中国露酒在整个酒类行业的影响力和话语权,推动露酒从“小众品类”向“大众选择”迈进。

三是创新消费场景。露酒消费群体多元化,推动了露酒产品创新,以及露酒消费场景创新。从“功能需求”到“悦己体验”和“情感纽带”,围绕消费者、贴近消费者、满足消费需求,打造

“情绪价值引擎”,构建消费者喜爱的体验场景,提供消费者青睐的产品服务,实现从“饮酒”到“体验”转变。

四是丰富文化底蕴。加强露酒历史文化研究与传播的同时,将历史文化、非遗文化与AR、VR、数字人、人工智能等现代技术结合,打造露酒品饮与体验的沉浸式互动,创新露酒文化体验。同时,推出低度化、利口化露酒产品,结合国潮文化,吸引Z世代消费者从“文化旁观者”变为“品牌共建者”,努力实现从“产品输出”到“价值共创”的转变。

五是共建市场生态。一方面,我们倡导以“竞”强筋骨,各美其美,立足产区优势,深耕核心技术,形成差异化特色;另一方面,我们呼吁以“合”聚势能,共生共赢,共建生态圈。推动产业链共融,加强技术交流合作,持续推动降本增效,合力讲好“中国露酒故事”。

## 功能性,无酒精饮品未来发展的核心引擎



Rachel Arthur

Beverage Daily撰稿人

当前,无酒精与低酒精饮品市场正经历一场深刻的变革,其爆发性增长的背后,是消费者健康意识的觉醒与对饮品“功能性”需求升级的双重驱动。

行业数据显示,无酒精与低酒精饮品增速远超传统酒精饮料,被权威机构定义为“变革性增长期”。这种增长绝非简单的品类替代,而是折射出消费价值观的根本性迁移——人们不再满足于戒酒带来的健康收益,而是要求饮品能“主动创造价值”:精准替代酒精在放松身心、催化社交、提升情绪等场景中扮演的不可替代的角色。

当健康成为优先级,酒精的生理代价被重新审视,但人类对“微醺感”背后所承载的心理慰藉与社交润滑的渴望从未消失。无酒精饮品的竞争本质,已从早期的“去除酒精”升维至“功能再造”。领先品牌正以精密配方为

笔,以适应原(如南非醉茄、红景天)、益智药(如GABA、L-茶氨酸)、特定植物活性成分为墨,书写一场关于“清醒愉悦”的体验革命,其目标直指:提供一种可量化、可感知的“情绪分子”。

这种创新具有颠覆性意义,它打破了“饮品=解渴或麻醉”的二元认知,赋予饮料以情绪管理工具和社交连接媒介的新属性。例如,通过复配灵芝与L-茶氨酸模拟葡萄酒的舒缓神经效果,或利用特定益智药组合激发α脑波提升专注与愉悦感——这些设计不再追求醉意,而是锚定“放松而清醒”“愉悦而自控”的精准状态,其产品哲学可概括为:用科学定义的清醒体验,替代化学诱导的混沌状态。

当然,挑战犹存。消费者面对陌生的“适应原”“神经递质前体”等术语时,天然存在认知壁垒,但行业对此的

回应充满信心。后疫情时代,公众对健康成分的求知欲与接受度空前提升,功能性软饮(如能量饮料、助眠水)的普及已完成了初步市场教育,破局关键在于建立透明的价值沟通体系。头部品牌正通过与医学权威共建科研背书、用可视化语言诠释成分机理、聚焦“睡前放松”“社交自信”等具体场景化收益,将复杂的生化反应转化为可感知的生活解决方案。

更深层看,这场变革不仅是品类增长的机会,更在重构饮品的社会文化意义。当一杯无酒精功能性饮品能精准适配下班后的减压时刻、创意迸发前的思维激活或聚会中的情绪升温,它便从单纯的消费品,升格为生活方式的基础设施。未来市场的决胜点,在于谁能在“功能精准性”(成分配伍的科学性)、“体验共情力”(口感与

情绪曲线的契合度)与“信任构建力”(沟通的清晰与权威性)上建立三位一体的壁垒。

### 拟申领新闻记者证人员名单公示

根据《新闻记者证管理办法》规定,我单位已对拟申领新闻记者证人员的资格进行严格审核,现将人员名单进行公示,公示期2025年7月1日至7月10日。

举报电话为0531-51775927  
0535-6785287。

拟申领新闻记者证人员名单:  
马越

华夏酒报  
2025年7月1日