

专家论坛专栏

编者按:中国酒业市场规模庞大,其高质量发展可提升产业竞争力、推动国民经济增长。本期栏目特邀专家从中国酒业与酒业文化发展现状、葡萄酒品质提升2个维度展开深入阐述,全方位呈现中国酒业的整体态势和文化内涵,系统探讨提升葡萄酒品质的方法。希望有助于推动中国酒业在产业升级、品质提升等方面的高质量、可持续发展。

(栏目策划:李 宁)

doi:10.12301/spxb202400609

文章编号:2095-6002(2025)01-0017-09

引用格式:宋书玉. 中国酒业与酒业文化发展现状[J]. 食品科学技术学报,2025,43(1):17-25.



SONG Shuyu. Current situation of China alcoholic drinks industry and its culture development[J]. Journal of Food Science and Technology, 2025,43(1):17-25.

中国酒业与酒业文化发展现状

宋书玉

(中国酒业协会,北京 100048)

摘要:科技创新和文化创新已经成为中国白酒产业发展的核心驱动力。质量和文化共同塑造了中国酒业的核心竞争力。从整体上看,中国酒业正处于高质量发展阶段,行业总体产量和销售收入均保持稳定增长,显示出市场需求强劲。同时,产品创新活跃,不同酒类如白酒、啤酒、葡萄酒等的产品种类均有不同程度的增长,反映了行业的创新活力。从研究现状来看,中国在酒类相关领域的研究成果日益丰富,涉及酿造工艺优化、新型原料探索、关键成分分析、保健功能研究、质量控制等诸多方面。这些研究有助于推动传统酿酒技艺与现代科技的融合发展,但中国酒业同时也面临一些问题,如优质原料来源不足、监管力度不足、品牌建设和国际竞争力不足,以及健康理念和消费观念的普及不到位等。这些问题需要行业共同努力予以解决。从文化遗产的角度来看,中国酒业文化包括消费文化、酿造文化和美酒文化3个层面。消费文化体现了中国人的浪漫主义和现实主义特质;酿造文化强调“文化+品质=中国酒”的理念,注重传统与创新的结合;美酒文化则突出了中国传统美酒的独特性和不可复制性,尤其强调时间价值。未来,中国酒业发展的方向包括依托科技创新推动产业升级,紧跟消费市场的变化趋势,提高产品质量和完善标准体系,重视文化与品牌建设,以及关注环保和可持续发展等。总之,中国酒业正朝着更高质量、更有竞争力的方向发展,为推动国民经济高质量发展做出应有贡献。

关键词:白酒;啤酒;葡萄酒;市场规模;品牌建设

中图分类号: TS201.2

文献标志码: A

中国是酒的故乡和酒文化的发源地^[1],中国酒业历史悠久、底蕴深厚。作为中国传统饮品,酒类产品在人们的生活中扮演着重要角色,不仅满足了物

质需求,也体现了中国人独特的审美情怀和生活理念。

从数千年前的古代酿酒技术,到现代化生产线

和品牌建设,中国酒业经历了巨大的发展与变革。近年来,随着经济社会的快速发展,中国酒业正处于一个新的历史发展阶段。产业整体呈现出多元化、高端化的趋势,既有传统酿造工艺的传承,又有现代科技的创新应用。同时,消费者的需求也日趋多样化,对酒类产品品质和文化内涵提出了更高的要求。

因此,深入研究中国酒业的发展现状、面临的问题以及未来的发展方向,对于推动行业高质量发展具有重要意义。以下将从产业发展、文化遗产、科技创新等多个角度,全面分析中国酒业的现状与趋势,以为行业的未来发展提供有价值的思路和建议。

1 中国酒业发展现状与面临的问题

当前,中国酒业正致力于探索传统工艺的科学机理,构建品质和价值表达体系,推动高质量发展。产业发展呈现出多元化趋势,包括产品高端化、工艺流程再造、商业模式创新和消费文化创新。同时,行业也在积极拓展国际市场,提升中国酒在全球舞台上的影响力。

1.1 中国酒业市场规模与前景

中国酒业市场规模庞大,是全球最大的酒类消费市场之一。从市场结构来看,白酒、啤酒、黄酒是中国酒业的三大支柱。2023年,全国酿酒行业总产量613.1亿L,同比增长1.1%。其中,白酒、啤酒、葡萄酒和黄酒等主要酒种均实现不同程度的增长。白酒行业总产量62.9亿L,销售收入7563亿元,同比增长9.7%;利润总额2328亿元,增长7.5%。啤酒行业总产量378.9亿L,销售收入1863亿元,增长8.6%;利润260亿元,增长15.1%。黄酒行业总产量19.0亿L,销售收入210亿元,增长2.1%,利润19.5亿元,增长8.5%。葡萄酒行业总产量3.0亿L,销售收入90.9亿元,增长4.8%,利润2.2亿元,增长2.8%。

当前,中国酒业正处于高质量发展阶段。一方面,主要酒种销售收入和利润均实现了较快增长,显示出市场需求强劲。另一方面,行业整体产量保持稳定增长,说明生产能力不断提升。同时,我国酒类产品种类日益丰富,其他酒类产量和利润均有较大增长,反映了行业创新活力持续提升。

中国酒业消费呈现立体化多维度发展趋势。

1) 品质化,消费者更加注重酒的品质和口感,高端

酒市场增长迅速;2) 健康化,低度酒、果酒等健康型酒品受到青睐;3) 个性化,小众酒品、定制酒成为新兴市场;4) 年轻化,“90后”、“00后”逐渐成为主力消费群体,带来新的消费理念和习惯。未来,随着消费升级和酒类产品多样化,行业整体质量效益有望不断提高。同时,通过科技创新和文化遗产,中国酒业有望实现更高质量、更有竞争力的发展,为推动国民经济高质量发展贡献更大力量。

1.2 中国酒业领域研究现状

酒业的发展离不开科技创新力的驱动,通过Web of Science数据库对酒(包括白酒、啤酒、红酒、伏特加、威士忌、白兰地等)相关文章及专利数量进行统计,2003—2023年,酒类食品的研究成果发文量增加了3.6倍;经过20年的积累,中国科研人员在酒类研究领域的发文总量跃居世界第一。特别是近年来,中国科研人员在世界上的酒类研究领域发文量遥遥领先,2023年的发文量是第二位的3倍多(图1)。同时,从事酒业领域研究的科研人员数量较多,科研投入和成果均较高。此外,酒领域相关的研究最重要的主题,在全球范围内是葡萄酒(图2),在中国是白酒(图3)。特别地,对比全球酒类领域科研论文的数量,我国酒领域相关的研究基础虽然低于国际水平,但近年来发展迅速。鉴于我国拥有的广阔发展前景,核心科技理论的创新水平和自主知识产权的提升是推动我国酒类产业发展的关键。

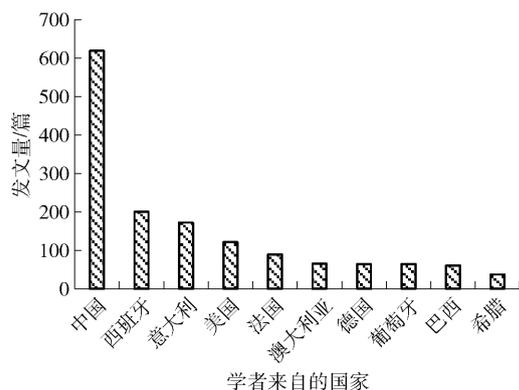


图1 2023年全球酒类研究领域发文量排名前10的国家

Fig. 1 Top 10 countries with highest number of publications in global alcohol research field in 2023

1.2.1 酿造工艺的优化

聚焦研究连续发酵、固态发酵等新型发酵方式,以及膜分离、超临界萃取等新型分离提纯技术在酿酒中的应用^[2]。利用物联网、大数据等技术,实现

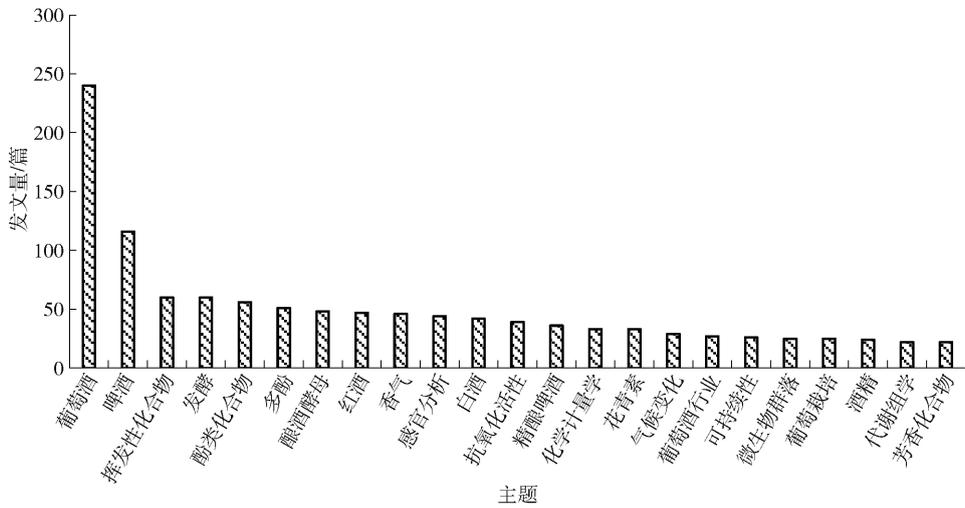


图2 2023年全球酒类领域研究论文的主题统计

Fig. 2 Topic statistics of research papers in global alcohol industry in 2023

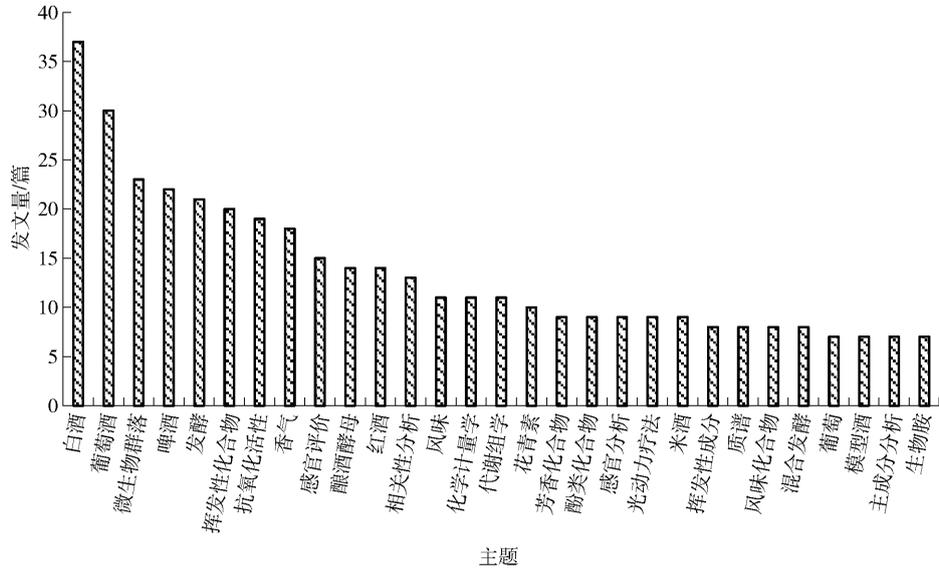


图3 2023年中国酒类领域研究论文的主题统计

Fig. 3 Topic statistics of research papers in field of Chinese alcoholic beverages in 2023

酿造过程的精准控制和品质提升,探索低温发酵对酒品质的影响,尤其是对香气物质形成的影响等^[3]。

1.2.2 新型酿酒原料的探索

重点研究特色小杂粮、果蔬等非传统原料酿酒的可行性和潜力,开发具有独特风味和营养价值的创新酒品,如小米酒、枸杞酒等^[4-5]。

1.2.3 酒体成分分析

采用色谱-质谱联用、核磁共振、红外光谱等分析技术,解析酒体风味成分^[6-7]。深入研究香气物质的生成机制和前体物转化,利用代谢组学技术全

面分析酒体的特征风味物质的生物合成途径和代谢调控机制^[8]。

1.2.4 保健功能研究

开发具有特定保健功效的功能性酒品,研究特定酒类对人体免疫系统的调节作用,从分子机制上阐释酒中多酚、黄酮、肽等活性物质的抗氧化、抗炎、调节肠道菌群等保健作用^[9-10]。

1.2.5 酒品安全与质量控制

建立酒品安全风险评估模型,研究酒类中污染物的毒理学效应及其控制方法。开发基于化学传感器、生物传感器、光学传感器的快速检测技术^[11]。

利用大数据、区块链等数字化技术,记录从原料到成品的全过程,确保产品安全性和可追溯性^[12]。

1.2.6 酿酒微生物研究

采用基因组学、蛋白组学等手段,解析酿酒微生物的代谢调控网络和风味物质合成机制。定向进化培育高效、优质的酿酒菌种,提高产酒效率和品质^[13-14];研究多种微生物协同发酵对酒品质的影响,探索通过调控微生物群落结构改善酒质的方法^[15-16]。

1.2.7 智能化酿造技术

构建基于机器视觉的酿酒过程在线监测系统。利用电子鼻、电子舌等传感器实现酒体品质的在线快速无损检测^[17-18]。开发基于物联网的酿造过程实时监控,通过传感器网络实时感知和采集生产过程中的各种数据,为酿造过程的优化和智能化控制提供关键信息^[19-20]。

1.2.8 酒体老熟香研究

从原料、酿造、贮藏等环节探索老熟香形成机理;研究老熟香与微生物群落演替、风味物质转化的关系;构建老熟香评价体系,识别酒体老熟香的关键化合物,探讨酒体陈化过程中的化学反应机理^[21]。

1.2.9 环保与节能技术

研发高效的酿酒废水生物处理技术、膜处理技术等深度处理技术。利用余热回收、高效节能设备和清洁能源替代传统能源,减少能耗和碳排放,优化酿造能耗结构,提高能源利用效率。通过酒糟资源化利用、酵母泥资源化利用等,实现固体废弃物处理与利用。严格执行国家和地方污染物排放标准,提高工业固体废弃物的利用处置率^[22]。

1.2.10 酒文化与消费心理

研究如何在现代社会中传承并发展传统中国酒文化。同时,深入分析不同群体对酒类的饮用偏好以及消费心理^[23]。此外,探讨酒业如何与文化旅游相结合,开创新的商业模式。

1.3 中国酒业发展面临的问题

1.3.1 优质酿酒原料来源短缺

酿酒对原材料的要求极高,尤其是优质的粮食、水源和环境条件。然而,随着城市化进程的推进,具备优质酿酒条件的地区逐渐减少,原材料供应渐趋紧张。此外,原材料基地的交通运输条件也对酒业生产造成了限制。因此,有必要规划和建设酒类原材料生产基地,建立稳定的原材料供应链,并探索新

型酿酒技术和原材料来源,以确保酒类生产的可持续发展。

1.3.2 产业监管力度不足

目前,酒类市场总体质量稳定,但个别不法商贩以次充好、夸大酒类产品功效甚至是假冒伪劣产品的问题损害了消费者的信心,对产业造成了负面影响。因此,应加大对酒类产品的监管力度,完善酒类产品的标准和质量评估体系,并加大执法力度,确保市场的规范化和透明化。

1.3.3 品牌建设与国际竞争力不足

尽管我国拥有悠久的酿酒历史和丰富的酒文化底蕴,但在国际市场上的品牌影响力和竞争力仍显不足。许多酒企在品牌建设和推广方面存在短板,未能充分挖掘和利用自身的文化优势,导致市场份额被国外品牌占据。因此,酒企需要强化品牌战略,提升产品品质,注重文化宣传和国际市场开拓,提高中国酒类产品的国际竞争力。

1.3.4 健康理念与消费观念的普及不到位

随着健康饮食观念的普及,消费者对酒类产品的科学饮用知识需求增加。然而,酒类市场的科普宣传力度不足,部分消费者对饮酒的健康风险认识不够,存在过度消费或不科学饮用的现象。因此,需要加强健康饮酒知识的科普宣传,推广适量饮酒的理念,并通过专业机构和专家引导消费者科学、健康地饮酒。

2 中国酒业文化传承与发展

酒文化,是人类关于酒的物质创造和精神创造的总和,是一个蕴含丰富的课题。除了传承中国酒的技艺和文化,也应该在民族文化支撑的基础上推送研究现代的酒文化。在现实中,常把酒的消费文化当作酒文化,这是不够全面的。如果换一个角度,从酒产业的发展脉络来看待酒文化,可以将其分为“人的文化”和“美酒文化”两个部分。“人的文化”又可以分为“消费者文化”和“酿造文化”。“人的文化”是消费者的文化,“酿造文化”是酒的酿造者、销售者及相关经营者秉持的理念与价值观,统称“产业文化”。据此,可以从消费、酿造、美酒3个维度阐述中国酒业文化。

2.1 消费文化

文化心理是指一定的民族在长期生活中形成的稳固的心理定式。酒的消费文化,是世界各民族最

深层的文化基础和最底层的文化逻辑,每个民族都有着极其稳固的饮酒模式、场景、仪式。酒文化心理倾向和酒文化精神结构,是“民族性”中难以动摇的特质之一。

2.1.1 浪漫主义

浪漫主义是中国消费者千百年来的共同追求。浪漫主义精神,又分为文人雅士的“诗酒精神”和人在江湖的“英雄主义”。“琴、棋、书、画、诗、酒、花”中的酒,代表的是“诗酒精神”;“大碗喝酒、大块吃肉”,代表的是“英雄主义”。从文化意义上讲,“诗酒文化”是中国酒文化的主流。“对酒当歌,人生几何”、“李白斗酒诗百篇”、“明月几时有,把酒问青天”、“天若不爱酒,酒星不在天”、“三杯通大道,一斗合自然”,这样一些深入中国人骨髓、流淌在中国人血液中的诗句,让“诗酒精神”成为中国酒文化特质。我国台湾诗人洛夫说:“要是把唐诗拿去压榨,至少会淌出半斤酒来。”这形象地表达了中国的诗酒文化。

中国热爱生活的人们于“浪漫主义”酒文化的熏陶之中,构成了中国酒文化最深沉、最广泛、最坚实的强大基础。

2.1.2 现实主义

现实主义是中国消费者千百年来的共同底色。中国美酒消费文化的现实主义主要体现为“酒礼”和“酒德”。

第一条原则,是“序”。总的来说,“序”就是把尊卑长幼的儒家伦理秩序贯彻到美酒消费之中。中国古人讲究“一人不喝酒”,饮酒需对酌。美酒消费属于社群消费。既然不是一个人消费,酒桌上就有了尊卑长幼之别。明代开国皇帝朱元璋曾专门对酒桌之“序”下过诏令:居官之人在宗族或至亲的家宴上,可以按长幼之礼饮酒,但是在正式宴席上,则必须按尊卑之礼,居官之人在亲戚宗族中即便辈分较低,也要坐在长辈、长者的上席。这样的酒礼,在当今的中国仍然流传。

第二条原则,是“敬”。宾主坐定之后,开始饮酒。第一杯酒是主人先敬酒于宾,称作“献”;第二杯是客人回敬主人,称作“报”;第三杯酒,称作“酬”,是希望大家“吃好喝好”。3杯酒过后,大家就开始按照尊卑长幼的次序互相敬酒。

第三条原则,是“友”。醉翁之意不在酒,中国人饮酒的主要目的是沟通感情,融洽关系。相聚是为了分享,举杯是为了表达。分享快乐,分享感悟,

分享幸福,分享对美好生活的向往;表达感恩、感谢,表达亲情、友情、爱情。

第四条原则,是“欢”。宾主尽欢,是中国美酒消费文化的愿景。无论主人、客人,每一位都很开心、很尽兴,就达到了圆满境界。

第五条原则,是“节”。孔夫子曰:“唯酒无量,不及乱。”要根据自己的酒量,做到有节、适量。而且中国人把“饮而有节”提升到人格操守和修养的高度去看待,要不沉不淫,不緇不酗。

第六条原则,是“慎”。这主要指酒后。切忌:酒后失言、酒后失德,否则是会被鄙视的。

第七条原则,是“稀”。物以稀为贵,这种“贵”往往体现为价格。由于喝酒的目的是融洽人际关系,因此主人拿什么价位的酒招待客人,被认为是对宾客的重视程度,是衡量酒宴品质的重要标准。

以“浪漫主义”为追求,以“现实主义”为底色,以“诗酒文化”、“酒礼文化”为特征,这是中国美酒消费文化的不同之处。

在东亚有个“汉字文化圈”——日本、韩国的文字中现在依然有许多汉字。其实,在“汉字文化圈”还存在着另外一个共同的行为基础:汉酒文化圈。日本、韩国和中国一样,主体至今依然是群饮美酒,一样有着大大小小的汉式酒局,一样讲等级、座次,“唯酒无量,不及乱”是我们的共同准则,酒礼、酒德是我们的共同遵循。“汉酒文化圈”是一个值得研究的课题。

2.2 酿造文化

一个产业,当文化表现出比物质和货币资本更强大力量时,当产业、产区、企业、品牌和产品体现出文化品格、文化气质时,这个产业的经济才能进入更高质量发展阶段。今天的中国酒业,正在从“企业文化时代”迈向“产业文化时代”。

企业文化侧重于彰显个性,产业文化着眼于挖掘共性;企业文化的特征是文化多样性,是“各美其美”;产业文化的特征是聚焦于产业的宏观视野,是共同的价值观、共同的纲领、共同的标准、共同的文化体系框架等。

文化蓬勃世界,品质磅礴未来,是中国酒业的愿景。“文化+品质=中国酒”,让中国酒业文化成为“文化中国”的重要名片,让中国美酒品质成为世界美酒产业的典范。

2.2.1 中国酒业的核心价值

“君子之酿,和而不同”的中国酒业核心价值

观,强调“独立自主”,强调“尊重不同”,强调“最大公约数”,强调“海纳百川”,强调“命运共同体”。“君子之酿,和而不同”是中华酒文化的精髓,其核心含义是匠心独运、各美其美、各表其美、美人之美、美美与共。

2.2.2 中国酒业的使命

“共同富裕,美酒相伴”是中国酒业的使命。中国发展已经到了扎实推动共同富裕的历史阶段。共同富裕是全体人民共同富裕,是人民群众物质生活和精神生活都富裕。这就需要中国酒业不断满足消费者多层次、多元化的酒文化需求,让消费者在消费美酒的同时,能够感受到美酒所带来的精神享受、情感熏陶、艺术魅力、丰富多样的文化内涵。

合天人,法自然;存敬畏,尚礼敬;重道义,尊匠心;崇诗酒,守诚信;讲竞合,求大同,是中国酒业的核心价值观。

天人合一,自然酿造,是中国酒业的本质特征;敬畏自然、敬畏五谷、敬畏先贤、敬畏时间、敬畏消费者,是中国酒业的自觉;以礼而酿,以德而酿,以孝而酿,是中国酒业的酿造初心;铁肩担道义,匠心酿美酒,是中国酒业的职业道德;诗酒文化是中国酒业的精神内涵;诚实守信是中国酒人的基本素养;竞合理念,是社会主义市场经济的正念;大同世界,是中国式现代化的格局。

中国酒业核心价值观源于历史文明又适合现代文明,既是民族精神,包括思想、道德、情感、思维、审美的结晶,也是社会主义核心价值观在中国酒业的具体体现。

2.2.3 中国酒业的酿造观

“传承中创新,创新中传承”是中国酒业的酿造观。传统不等于落后,创新不等于真理。中国美酒传统酿造的科学性,已经被大量科研成果所证实。创新,必须建立在充分理解和掌握传统酿造的基础之上。解析传统,是探寻规律;敬畏传统,是尊重规律;超越传统,是发展规律。超越传统、发展规律,酿出更美的美酒,是我们创新的目的。

2.2.4 中国酒业的文化观

“以文兴业,以文强企,以文立酒,以文化人”是中国酒业的文化观。文化,是中国酒业的核心竞争力。构建中国酒业文化的话语体系、认知体系、叙事体系、传播体系,以科学文化讲好美酒酿造,以执着的匠心打动消费者,以理性健康的饮酒理念引导消费者,以贴心的服务温暖消费者,以精彩的美酒故事

感动消费者,是中国酒业文化的重要任务。近年来,我们发布了中国酒业新文化发展的战略规划和行动纲领,将每年9月确定为“中国酒文化月”,中国酒业文化正在蓬勃发展。

2.3 美酒文化

什么样的酒可以称为美酒,不同的酒标准不同,不同的地域,有共性也有区别。中国传统美酒,包括白酒、露酒、黄酒。美酒的标准是:历史悠久、产区独特、工艺独特、感官风味美、标准体系健全、不可复制、全国具有较强影响力的品牌。

真正意义上的中国名酒,都有其悠久的历史底蕴。非物质文化遗产,酿造活遗址不迁徙,不间断;特殊的产区生态资源,酿酒微生态多样性、稳定性;酿造器皿,酿造原辅料,酿造工艺的独特性,共同形成了其独特的感官风味。同时围绕产区生态、微生态,原料,酿造技艺,贮存等构建起严苛的标准化体系,使每一个名酒都是不可复制的,个性特征非常突出。“独特的人文、独特的技艺、独特的自然生态”,成就了美酒美的个性张扬。

时间价值是美酒的第一属性。在中国酒业,品牌的时间价值就是“老字号”。经过漫长的历史考验,老字号在消费者心目中就是质量的代名词。我们有许多不迁徙,不间断的酿造场所,非遗传承的技艺都是时间的锻造。1952年、1963年、1989年评出的中国名酒至今依然是中国白酒产业的领军品牌。时间支撑了中国传统名酒的价值。

文化也是有时间价值的。“兰陵美酒郁金香”,“牧童遥指杏花村”,“何以解忧唯有杜康”,“九酝酒法”等千古流传的诗词、文献,都是不可再生的,都是唯一的。时间越长越珍贵,具有无限的使用价值。

品牌的辨识同样也是时间的积累。世界有许多名酒,例如威士忌和白兰地等长期使用的商标,酒瓶、色调、包装等都有极强的辨识度。中国名酒也有许多经典案例。更为重要的是这些品牌在消费者心中留下了深深的烙印。

中国故宫里的文物都是有时间价值的,但都是静态的。它们的创造性转化和创新性发展,是对静态文物的活化,但中国白酒不同,无论酿造场所、酿造工艺、微生物环境都是活态的,是“活文物”。既是时间的产物,又是鲜活的载体。

中国美酒的时间价值是中国美酒重视历史、重视传统、重视文化的内在逻辑。时间价值,是中国传统美酒的第一属性。

3 中国酒业发展方向

在目前的形势下,酒业创新是产业发展的主要动力。这包括了生产技术的创新、市场策略的创新,以及文化遗产的创新等多个方面。中国酒业正锚定更高质量和更具竞争力的方向,全面提升行业竞争力,实现可持续发展。

2024年全国两会期间,习近平总书记强调:“以科技创新为引领,统筹推进传统产业升级、新兴产业壮大、未来产业培育”。这一重要论述的提出,不仅是因为传统产业在我国制造业中占有很大比重,是社会经济的基本面;更是因为通用技术、先导技术向传统产业渗透的过程中,会与传统产业技术发生神奇的化学反应,成为传统产业加快发展的“加速器”,促使传统产业迸发新生机,促使“老树”发“新枝”。在尊重传统、坚守匠心的基础上,融入现代科技的力量,方能推动中国酒业向更高层次、更广领域发展。

3.1 科技创新推动产业发展

在科技创新已成为推动传统酒业发展重要力量的当下,我们要用现代科学审视和解析传统酿造技术,挖掘其科学性,使之与现代科技相结合^[24]。通过自动化、智能化的酿酒设备和管理系统,减少人力成本和人为误差,确保每批次产品的稳定性和一致性。例如,通过智能控制系统对发酵等环节进行精准管理,可以大幅提升生产效率,确保产品质量稳定。同时,也要积极探索与新兴技术的融合,积极利用大数据、人工智能等,优化工艺,提高品质,减碳降碳,绿色发展,实现传承中创新,创新中发展。

3.2 满足消费市场的变化趋势

中国酒业应注重产品的多元化和创新,满足不同消费群体的需求,特别是年轻消费者对健康、品质和文化的重视。市场国际化进程中,中国酒业需增强在全球市场上的竞争力,应对国外酒类品牌的影响与挑战。行业要实现市场国际化,将产品推出国门,成为中国文化的重要标志,就需要在产品开发、品牌建设和市场推广等方面进行创新和扩展。除了传统的白酒,还可以研发低度酒、果酒、鸡尾酒等新品类,吸引更多年轻消费者。例如,通过引入现代酿酒技术,研发新的酒类产品,以及与时尚元素结合,推出限量版和联名款产品,提升品牌的时尚感和吸引力。

随着消费者健康意识的提升,酒类产品需向健康化和功能化方向发展。通过科学研究,开发出具有保健功能的酒类产品,如添加药食同源成分等,满足消费者对健康饮品的需求。例如,开发低糖、低热量的酒类产品,以及具有抗氧化、增强免疫力等功能的酒类产品,让消费者在享受美酒的同时兼顾健康。

3.3 提高产品质量与完善标准体系

目前酒类市场是稳中向好的,个别夸大产品功效、假冒伪劣产品的问题,严重损伤了消费者的信心。在信息技术迅猛发展的今天,酒企需积极推进数字化与智能化管理,提高行业自律。通过大数据、区块链等技术,实现从生产到销售的全流程数字化管理;通过区块链技术实现产品的溯源管理,增强消费者对产品质量的信任。

3.4 重视文化与品牌建设

中国酒业需要注重品牌建设,提升品牌的知名度和美誉度。以文化为载体,通过品牌故事的讲述让消费者了解产品的历史和文化底蕴,增强品牌忠诚度。同时,酒企需要积极开拓国际市场,参与国际展会和活动,提升中国酒类产品在国际市场的知名度和影响力。例如,茅台、五粮液等品牌已在国际市场上取得了一定的知名度,但仍需更多品牌走向国际,让世界了解中国酒。

3.5 关注环保和可持续发展

环保和可持续发展是现代产业发展的重要方向。酒业也需注重绿色生产,通过节能减排、废弃物循环利用等措施降低对环境的不良影响。例如,采用清洁能源、优化生产工艺、减少废水排放等方式,提升酒企的环保形象。同时,推广有机酿酒原料的使用,生产出更加健康环保的酒类产品,满足消费者对绿色产品的需求。

4 结语

“君子之酿,和而不同”。中国美酒承载着中华工匠精神和民族历史文化,浓缩了中华文明的精神标识和文化精髓,具有典型的民族性。世界美酒亦是如此,在全球化进一步强化的今天,加强国际酒文化交流是世界酒业共同的需要。为世界上爱好和平,热爱生活的人们酿造更好的美酒是我们共同的憧憬。所以,世界酒业应该共同去研究和探索世界的酒文化,致力于建设一个共建共享、合作共赢、交流互鉴、绿色低碳的酒世界。

参考文献:

- [1] 孙宝国. 国酒[M]. 北京: 化学工业出版社, 2019.
- SUN B G. Baijiu & Huangjiu Chinese National Alcohols [M]. Beijing: Chemical Industry Press, 2019.
- [2] JIAO A Q, XU X M, JIN Z Y. Research progress on the brewing techniques of new-type rice wine [J]. Food Chemistry, 2017, 215: 508–515.
- [3] DONG N H, XUE S Y, GUO H, et al. Genetic engineering production of ethyl carbamate hydrolase and its application in degrading ethyl carbamate in Chinese liquor [J]. Foods, 2022, 11(7): 937.
- [4] WANG J J, ZHANG W W, GUAN Z J, et al. Effect of fermentation methods on the quality and *in vitro* antioxidant properties of *Lycium barbarum* and *Polygonatum cyrtoneuma* compound wine [J]. Food Chemistry, 2023, 409: 135277.
- [5] LI S P, LIANG J J, MA Y L, et al. Physicochemical properties of red millet: a novel Chinese rice wine brewing material[J]. Journal of Food Processing and Preservation, 2021, 45(6): e15556.
- [6] LIN M W, YANG B Y, DAI M Q, et al. East meets west in alcoholic beverages: flavor comparison, microbial metabolism and health effects[J]. Food Bioscience, 2023, 56: 103385.
- [7] ZHOU J, YANG Y, et al. Application of mid-infrared spectroscopy in the analysis of key indexes of strong flavour Chinese spirits base liquor[J]. Spectroscopy and Spectral Analysis, 2022, 42(3): 764–768.
- [8] MA Y R, DENG Q B, DU Y J, et al. Biosynthetic pathway for ethyl butyrate production in *Saccharomyces cerevisiae* [J]. Journal of Agricultural and Food Chemistry, 2020, 68(14): 4252–4260.
- [9] XU J L, WU H J, WANG Z W, et al. Microbial dynamics and metabolite changes in Chinese rice wine fermentation from sorghum with different tannin content [J]. Scientific Reports, 2018, 8(1): 4639.
- [10] LI L X, SUN B S. Grape and wine polymeric polyphenols: their importance in enology[J]. Critical Reviews in Food Science and Nutrition, 2019, 59(4): 563–579.
- [11] PAN T, LI J Q, FU C L, et al. Visible and near-infrared spectroscopy combined with Bayes classifier based on wavelength model optimization applied to wine multi-brand identification[J]. Frontiers in Nutrition, 2022, 9: 796463.
- [12] KANG Y X, SHI X L, YUE X P, et al. Enhancing traceability in wine supply chains through blockchain: a stackelberg game-theoretical analysis [J]. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 2023, 18(4): 2142–2162.
- [13] PEI J J, LIU Z, HUANG Y G, et al. Potential use of emerging technologies for preservation of rice wine and their effects on quality: updated review[J]. Frontiers in Nutrition, 2022, 9: 912504.
- [14] WANG C X, TANG J D, QIU S Y. Profiling of fungal diversity and fermentative yeasts in traditional Chinese Xiaoku [J]. Frontiers in Microbiology, 2020, 11: 2103.
- [15] 刘娅, 刘双平, 刘甜甜, 等. 低产杂醇高产酯酵母菌株的选育和共酵对黄酒品质的影响及机制分析[J]. 食品科学技术学报, 2024, 42(4): 31–44.
- [16] ZHOU W Y, SHU Q, ZHANG X L, et al. Application of mixed-culture with *Lactobacillus brevis* and *Saccharomyces cerevisiae* to Chinese yellow rice wine brewing for ethyl carbamate regulation[J]. Food Control, 2021, 122: 107821.
- [17] TANG F, CAI W, SHAN C, et al. Dynamic changes in quality of jujube wine during fermentation[J]. Journal of Food Processing and Preservation, 2020(8): 14704.
- [18] HAN F K, ZHANG D J, AHETO J H, et al. Integration of a low-cost electronic nose and a voltammetric electronic tongue for red wines identification[J]. Food Science & Nutrition, 2020, 8(8): 4330–4339.
- [19] YE W X, XU W, YAN T Y, et al. Application of near-infrared spectroscopy and hyperspectral imaging combined with machine learning algorithms for quality inspection of grape: a review[J]. Foods, 2022, 12(1): 132.
- [20] HAN B, HAN X Y, DENG H, et al. Profiling the occurrence of biogenic amines in wine from Chinese market and during fermentation using an improved chromatography method[J]. Food Control, 2022, 136: 108859.
- [21] ZHU S M, XU M L, RAMASWAMY H S, et al. Effect of high pressure treatment on the aging characteristics of Chinese liquor as evaluated by electronic nose and chemical analysis [J]. Scientific Reports, 2016, 6: 30273.
- [22] WANG J B, KONG B, FENG J W, et al. A novel strategy for comprehensive utilization of distillers' grain waste towards energy and resource recovery[J]. Process Biochemistry, 2022, 113: 141–149.
- [23] GONG W Y. A historical survey of Chinese wine culture [J]. The Journal of Popular Culture, 1993, 27(2): 57–74.

- [24] 孙宝国. 双轮驱动创新提升未来食品安全与健康内涵[J]. 食品科学技术学报, 2022, 40(4): 1-4.
SUN B G. Dual wheel driven innovation to elevate safety

and healthy connotation of future food [J]. Journal of Food Science and Technology, 2022, 40(4): 1-4.

Current Situation of China Alcoholic Drinks Industry and Its Culture Development

SONG Shuyu

(*China Alcoholic Drinks Association, Beijing 100048, China*)

Abstract: The two pillars on which the development of China alcoholic industry had long relied were technological innovation and cultural innovation. Quality and culture have jointly shaped the core competitiveness of China alcoholic industry. On the whole, China alcoholic industry is in a stage of high-quality development. The overall output and sales revenue of the industry have maintained steady growth, showing strong market demand. At the same time, product innovation is active, and the product varieties of different liquors such as Baijiu, beer and wine have all witnessed increased to varying degrees, reflecting the innovation activity of the industry. From the research status, the research on the field of Chinese liquor is increasingly rich, involving brewing process optimization, new raw material exploration, key component analysis, health function research, quality control and many other aspects. These studies help to promote the integrated development of traditional brewing techniques and modern brewing techniques. However, China alcoholic industry also faces some problems, such as insufficient sources of high-quality raw materials, insufficient supervision, weak brand building and international competitiveness, inadequate popularization of health concepts and consumption concepts, and etc.. These problems need the joint efforts of the industry to solve. From the perspective of cultural inheritance, Chinese liquor culture includes three levels: consumption culture, brewing culture and liquor culture. Consumption culture embodies the romanticism and realism characteristics of Chinese people. Brewing culture emphasizes the concept of 'culture + quality = Chinese liquor' and pays attention to the combination of tradition and innovation. Liquor culture highlights the uniqueness and unrepeatability of Chinese traditional liquor, especially the time value. In the future, the development direction of China alcoholic industry includes relying on scientific and technological innovation to promote industrial upgrading, meeting the changing trend of the consumer market, improving product quality and perfecting the standard system, attaching importance to culture and brand building, and paying attention to environmental protection and sustainable development. In short, China alcoholic industry is developing in a higher quality and more competitive direction, making due contributions to promoting the high-quality development of the national economy.

Keywords: Baijiu; beer; wine; market size; brand building

(责任编辑:李 宁)