

广东省酒类行业协会会长彭洪： 广东有好酒，粤酒在振兴

“我们广东是产酒大省，我们有好酒，粤酒在振兴。”近日，广东省酒类行业协会会长、国家一级品酒师彭洪，接受了新快报收藏周刊记者的专访。在专访中，他介绍了广东佳酿的悠久历史，并表示，广东酒产业的两个宝“梅州客家娘酒”和“半固态蒸馏技术”，前者是“中国白酒的老祖宗”，后者是“中国蒸馏酒技术的鼻祖”，我们对此应有充分文化自信。他同时指出，在文化强省和乡村振兴的背景下，做大粤酒文化，使得“果香、稻田、绿悠悠，背后更有附加值”，前景令人期待。

■收藏周刊记者 潘玮倩

1 作为产酒大省和消费大省 广东酒业应更有作为

■用洋酒杯品酒的中国女子，广州十三行博物馆藏，王恒冯杰伉俪捐赠



众所周知，广东是全国酒类消费的最重要场地之一，也可能是全国酒类市场的风向标和桥头堡。在这个18万平方公里、常住人口1.26亿的经济和文化大省，市场极其繁荣。

“但很多人不知道的是，我们广东也是产酒大省”，彭洪介绍，“因为，除了众所周知的米香型白酒、豉香型白酒及配制酒和露酒之外，广东的啤酒产业，在全国是排名第二的，一年接近400万千升，占全国1/10左右——因此，就总产量而言，广东在全国排名第三。广东不单是酒类消费大省，更是产酒大省。”

“然而，就在这样的背景下，我们广东本地白酒类的年销售额，大概仅有30亿元，与

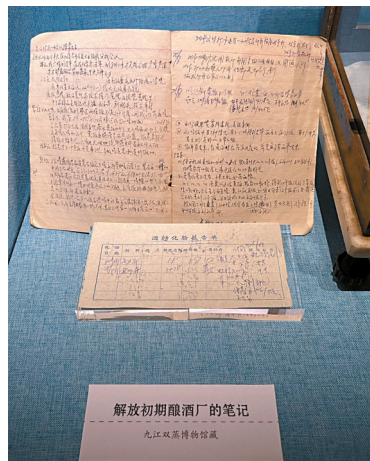
全省酒水消费接近580亿元的数量相比，占比不过5%。这与刚才说的这么大的一个经济前提条件相比，是很不对称的。”

为什么会出现这种情况？彭洪分析，这有多种原因。“其实，广东的豉香型白酒，在上世纪五六十年代计划经济时期，与内地酒的价格差别是不大的。”确实，记者在广东省博物馆目前正在展出的“酒歌——中国酒文化展”中，就曾看过一份《名酒和地方名酒、啤酒价格调整表》（1962年国务院财贸办公室），当时“贵州茅台酒”55°1斤瓶装，原定零售价为2.97元，而“广东佛山玉冰烧”50°0.5625斤装，为1.23元，折合比较之，两者售价相差无几。

“我们的原料是纯大米，相对高粱而言，成本更高；同时一直深受本土喜爱，粤酒和粤菜从来就是最好搭配。但是，正因市场庞大、消费基础好，结果造成本地厂家之间竞争意识淡薄了，一度没有跟进当代人的消费心理和时尚期待，也没有跟进产品的改革创新。比如，您说，像从前这样的一个光滑简单的玻璃瓶身，就算酒水品质再好，又怎能吸引消费者？我们还是太保守了，没跟上消费时代，没跟上发展步伐。”



■角形玉杯，西汉南越文王墓出土，器表上面线刻一尖嘴兽，回环往复。南越王博物院供图



■解放初期酿酒厂的笔记。九江双蒸博物馆藏，潘玮倩摄于粤博“酒歌”

简介



彭洪
广东省酒类行业协会会长

【知识链接】

●酒的分类

酒精性饮料按生产工艺、不同原料和产品特性等进行分类。

按生产工艺特征分类为发酵酒、蒸馏酒和配制酒。发酵酒是以粮谷、水果、乳类为主要原料，经发酵或部分发酵而成的饮料酒，如黄酒、啤酒、葡萄酒；蒸馏酒是以粮谷、薯类、水果、乳类等为主要原料，经发酵、蒸馏、勾兑而成的饮料酒；配制酒，又叫露酒，是以发酵酒、蒸馏酒或食用酒精为酒基，加入可食用或药食两用的辅料或者食品添加剂，进行调配、混合或再加工制成的已改变了原酒基风格的饮料酒。

按酿酒用的原料分类可分为粮食酒（谷物酒）、果酒、代粮酒。

按酒精含量可分为高度酒、中度酒、低度酒等。

●白酒十二种香型

浓香型白酒、清香型白酒、米香型白酒、酱香型白酒、豉香型白酒、凤香型白酒、芝麻香型白酒、特香型白酒、兼香型白酒、老白干香型白酒、馥郁型白酒、药香型白酒。

（“知识链接”部分资料据广东省博物馆《爱粤读》第50期：酒歌——中国酒文化展）

2 我们提出粤酒文化振兴“梅州客家娘酒应该申遗”

从五六年前开始，广东酒业意识到了转型的紧迫性和必要性，也意识到了应树立自信。

彭洪直言，“广东没好酒、米酒不高端”的说法是完全错误的，“我们有好酒，粤酒在振兴”。他说，“米香型”与“酱香型、浓香型、清香型”同属四大香型，历史悠久，地位重要。他展示了一份清代名酒地理分布图，广东就有20处，仅次于江苏的30处，而且，“我们自古以来对内对外贸易都是非常活跃的。今天，广东的酒水出口则占了全国总量的60%以上”。

“所以，三年前我们协会牵头，正式成立了振兴粤酒工作委员会，我兼任主任。这件事我们不去做不行，我们一定提出粤酒的振兴，一定要去做。”振兴粤酒，彭洪认为首先应有文化自信、品质自信和价值自

信。“广东酒文化的历史很长，西汉南越王墓中就曾出土精美的酒器具，比如玉角杯等。近代以来，还有一句俗语，‘有华人地方一定有广东酒’。”

“文化自信方面，我们应意识到，广东酒产业有两个宝：梅州客家娘酒和半固态蒸馏技术。客家娘酒是黄酒。黄酒与啤酒、葡萄酒一起并称世界三大古老发酵酒，有了这三种酒，才有现在市场上所有的酒。从文化角度说的，客家娘酒就是我们中国白酒的老祖宗、世界白酒的老祖宗。中国的酿酒，有从小曲到大曲的转变，客家娘酒就是用小曲，那个曲酒饼就是小曲，它是中国最早。现在江浙一般用大曲。所以我上次还呼吁，梅州政府应为客家娘酒申遗。”

“第二个‘宝’是半固态蒸馏技术。

这种蒸馏技术是中国蒸馏酒的鼻祖。因为，原先从黄酒转变为蒸馏酒，都是半固态直接蒸馏。我们现在，包括九江、石湾以及客家娘酒的工艺，依然是半固态发酵。中外对比而言，我们的黄酒蒸馏变成白酒，他们的啤酒蒸馏变成Whisky，葡萄酒蒸馏变成白兰地。”

关于品质自信和价值自信，彭洪进一步阐述：“就品质来说，五谷之首是大米，这绝对是好东西，而且我们采用的是单一大米发酵——纯净。而浓香型的原料可能包括有高粱、大麦、小麦和其它。而且我们的发酵是用缸发酵，不接地，最安全——纯净。我相信，卖得最好的酒，也将是最纯净的酒。素雅、天然、纯净，这符合当代和未来的消费和审美需求。因此，这样的历史、文化、技术，就能带给我们价值自信。”

3 好的生态是果香稻田绿悠悠 背后有附加值产业来支撑

彭洪说：“这三个自信我们先树立，然后从五个‘品’做文章。它们是品质、品牌、品味、品相和品鉴。品质上追求纯净无添加。品牌上，广东的四家中华老字号，梅州珍珠红、陈太吉酒庄、九江双蒸、顺德红米酒，我们接下来从这四个厂启动，重新塑造广东酒业品牌。我们还会调研不同产区、不同时间段酿造以及不同窖藏等各种数据，追求酒体更丰满、层次更丰富，创新调配出更适合现代口味的产品；并在‘颜值’的打造上发力。最后，通过品鉴活动，让受众更加了解广东酒的文化与精神。”

“有时候，我们为什么要喝酒？”彭洪用了八个字来总结他的感受：表白、激情、解脱、健康。他半开玩笑地说：“没喝交杯酒，怎能算结婚？”他认为，酒，在中国传统中，表白着对情感、对长辈、对亲情、对朋友的一种情感；而饮酒的激情，催生《将进酒》等众多灵感瑰宝；适量的饮酒，有时更会带来身心的释放。

“当然，我们必须讲求饮用时的适量。”他强调说。

他同时，站在系统分析的角度，对未来的粤酒振兴提出了更多思考。“现在，我们正在扎实推进文化强省建设，那么，我们也期盼粤酒文化

的进一步塑造。乡村振兴中文化产业的发展，也是文化强省建设的重要命题之一，酒产业对环境的要求很高，这就能在形成规模产业链之后，既能养好当地环境，又能促进当地从粮食种植直至包装物流等全链条的经济发展，实现环保、民生和经济的共赢，比如像梅州、东莞等一些地方，事实上很有这方面的发展潜力。

“我认为，最好的生态是果香、稻田、绿悠悠，背后有附加值产业来支撑。当我们把粤酒文化这个课题去做实、做好、系统调配，将会带来非常巨大的经济和社会效益。”



■宋，碳化稻，广东封开长安公社出土，广东省博物馆藏