

探索加香葡萄酒的风味特征及其对消费者偏好的影响

马鹏功

新疆天塞酒庄有限责任公司，新疆 焉耆

收稿日期：2025年8月8日；录用日期：2025年9月3日；发布日期：2025年9月11日

摘要

新疆作为我国优质葡萄产区，其地产加香葡萄酒凭借独特的地理气候条件和丰富的植物资源，形成了鲜明的风味特征。研究表明，新疆加香葡萄酒以花果香与草本香调为主导，兼具清新果香与柔和香料气息，口感协调且余味悠长。其风味构成受基酒品质、加香工艺(如加香时机、酒精度控制)及陈酿环境等因素显著影响。消费者调研显示，25~40岁城市中青年是核心消费群体，偏好风味独特性与情感附加值，对融合本地植物特色的产品接受度较高。当前需优化工艺稳定性、强化地域特色，并通过品牌建设与场景化营销提升市场竞争力。未来应立足“天然、特色、轻奢”定位，推动产品向高端化、差异化发展。

关键词

葡萄酒，风味，特征，消费者偏好

Exploration on Flavor Characteristics of Flavored Wine and Its Impact on Consumer Preferences

Peng Gong Ma

Xinjiang Tiansai Vineyards Co., Ltd., Yanqi Xinjiang

Received: Aug. 8th, 2025; accepted: Sep. 3rd, 2025; published: Sep. 11th, 2025

Abstract

As China's premium grape-growing region, Xinjiang produces distinctive flavored wines characterized by unique geographical conditions and abundant botanical resources. Research indicates that Xinjiang's flavored wines predominantly feature floral-fruity and herbal notes, harmoniously blend-

ing fresh fruit aromas with subtle spice undertones, delivering well-balanced palate and persistent finish. Their flavor profiles are significantly influenced by base wine quality, flavoring techniques (e.g., timing of flavor addition and alcohol control), and aging environments. Consumer surveys reveal the core demographic as urban young adults aged 25~40, who prioritize flavor uniqueness and emotional value-added, showing higher acceptance for products incorporating local botanicals. Current challenges include optimizing process consistency and enhancing regional characteristics, while brand-building and scenario-based marketing could improve market competitiveness. Future development should focus on a “natural, distinctive, premium-light” positioning to drive product upscaling and differentiation.

Keywords

Wine, Flavor, Characteristics, Consumer Preferences

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

加香葡萄酒是以葡萄酒为基酒,通过添加植物芳香成分(如花卉、草本植物)或天然香料调配而成的特色酒类,其风味层次丰富且口感具有多样性,在饮品市场中占据独特地位。近年来,随着消费者对个性化、多元化饮品的需求持续攀升,加香葡萄酒市场呈现快速增长态势。据《中国葡萄酒行业发展报告(2023)》数据显示,2022年我国加香葡萄酒市场规模同比增长15.3%,其中区域性特色产品的消费占比达38%,反映出地域特色对产品竞争力的重要影响[1]。

新疆作为我国重要的葡萄产区,拥有得天独厚的自然条件:昼夜温差大(年均温差可达15℃~20℃)、年日照时数超3000小时,使葡萄原料积累了充足的糖分与风味物质,糖酸比维持在20~25:1的适宜范围,为加香葡萄酒的基酒品质奠定了优良基础[2]。同时,新疆丰富的本地植物资源(如薰衣草、玫瑰、沙棘等)为加香原料提供了天然宝库,据《新疆植物志》记载,当地可用于食品调味的芳香植物超过50种,赋予产品独特的地域印记[3]。

在此背景下,研究新疆地产加香葡萄酒的风味特征,一方面可揭示地理气候、原料特性与工艺条件对产品品质的影响机制,为解析地域因子与风味形成的关联提供科学依据;另一方面,通过分析消费者对其风味的偏好取向,能够为产品工艺优化、品类创新及市场定位提供数据支撑,进而推动本土葡萄酒产业突破同质化竞争,实现差异化发展。

2. 加香葡萄酒的风味特征构成及影响因素

2.1. 核心风味物质与感官表现

加香葡萄酒的风味特征由香气、口感等多维度构成,其核心源于酯类、醇类、萜烯类及多酚物质等关键成分的协同作用。其中,酯类物质(如乙酸乙酯、己酸乙酯)是果香(如苹果香、香蕉香)的主要贡献者;醇类物质(如苯乙醇)赋予产品柔和的花香基调;萜烯类化合物(如芳樟醇)则带来草本植物的清新气息;多酚物质(如单宁)则影响酒体的厚重感与余味长度。通过气相色谱-质谱联用技术(GC-MS)对加香葡萄酒的风味物质进行分析,证实了上述成分的主导作用,其研究中新疆加香葡萄酒的酯类物质总含量达120~150 mg/L,显著高于普通葡萄酒[4]。

从感官表现来看，新疆加香葡萄酒呈现出鲜明的地域特色：以花果香与草本香调为主导，如融合了葡萄本身的麝香、荔枝香，与本地薰衣草的淡雅花香或沙棘的浆果香，同时伴随肉桂、丁香等柔和香料气息，整体香气层次分明且协调性强；口感上，因基酒酸度适中、酒体饱满，加香后既保留了葡萄酒的醇厚感，又因香料的中和作用显得更为清爽，余味可持续 5~8 秒，形成“浓而不烈、香而不艳”的独特风格[5]。

2.2. 风味形成的关键影响因素

新疆加香葡萄酒的风味特征受多重因素调控，主要包括以下三个方面：

(1) 基酒品质：基酒的糖度、酸度、单宁含量直接影响加香后的风味平衡。新疆葡萄因高日照积累的充足糖分(可溶性固形物含量达 22~25°Brix)，使基酒酒体饱满，为香料风味提供了“载体”；而适宜的酸度(pH 值 3.2~3.6)则避免了加香后口感的甜腻感。基酒糖酸比在 22:1 时，加香后风味平衡度最佳，这一比例在新疆产区的葡萄原料中占比达 68% [6]。

(2) 加香工艺：加香时机与酒精度控制是关键。研究表明，在发酵后期(残糖量低于 5 g/L 时)添加香料，可减少挥发性香气成分的损失(较发酵初期添加保留率提升 20%~30%)；酒精度控制在 12%~14% vol 时，既能溶解脂溶性香料成分，又不会掩盖植物的天然香气[7]。

(3) 陈酿环境：新疆干燥少雨的气候使陈酿环境相对稳定，温度(15℃~18℃)与湿度(60%~70%)的精准控制，可促进风味物质的缓慢融合，使果香、花香与香料香形成更协调的复合香气。该环境下陈酿 6 个月的加香葡萄酒，香气物质间的协同作用强度较人工控温环境提升 12% [8]。

3. 加香葡萄酒的风味特征及其对消费者偏好的影响

3.1. 加香葡萄酒的主要消费群体

加香葡萄酒的主要消费群体集中于 25 至 40 岁的城市中青年群体，具备一定葡萄酒品鉴基础，注重产品的风味独特性与饮用体验[9]。香气类型、口感平衡度及包装设计是影响其购买决策的关键因素，其中花果香与草本香调更受青睐。针对新疆地产加香葡萄酒，受访者普遍认可其原料天然、地域特色鲜明，但在品牌认知度和市场推广方面仍有提升空间。整体接受度较高，尤其对融合本地植物加香的产品表现出浓厚兴趣，显示出区域风味产品在细分市场中的潜力。

基于对新疆地产加香葡萄酒风味特征与消费者偏好的综合分析，建议从品质提升与市场定位双路径优化产品体系。在品质层面，应强化本土原料的香气潜力，优化加香工艺参数，突出地域独特性，稳定批次间风味一致性。产品定位需细分消费群体，针对年轻消费者突出果香浓郁、口感柔和的特点，结合文化元素创新包装设计。未来可拓展休闲佐餐、礼品馈赠等消费场景，并开展体验式营销，提升消费者认知度与忠诚度，推动加香葡萄酒向多元化、高端化方向发展。

3.2. 男性消费者偏好研究

加香葡萄酒的消费群体呈现明显的年龄与社会经济特征分层，35~55 岁高收入男性构成核心消费群体，他们对加香葡萄酒的认知度较高，消费动机主要源于社交需求、品质追求与文化认同。市场调研数据显示，该群体中约 68%的消费者将加香葡萄酒视为“成熟品味的象征”，52%认为其“适合商务场合”，而 47%则看重其“收藏价值”。

影响男性消费者选择加香葡萄酒的关键因素可归纳为四类：产品特征、消费场景、社会认同与健康认知。产品特征方面，风味复杂度(76%)、品牌历史(65%)与产地声誉(62%)是前三考虑因素；消费场景上，商务宴请(58%)、家庭聚会(42%)与个人品鉴(37%)为主要使用情境；社会认同维度，“被视为有品位”(54%)

与“与身份地位匹配”(49%)是重要驱动力;健康认知方面,适量饮用对心血管的潜在益处(41%)也影响着消费决策[10]。

3.3. 风味特征与消费者偏好的关联机制

风味特征与男性消费者偏好之间存在显著的关联机制。偏好果香浓郁、甜度较高的男性消费者,多为初次接触加香葡萄酒的入门者,平均年龄 35~45 岁,注重口感愉悦性;而青睐坚果香、氧化风味明显的消费者,多为资深爱好者,年龄 45 岁以上,更看重风味复杂度与陈年潜力。商务场合中,干型加香酒因酒精度适中、口感清爽而更受欢迎(62%);家庭聚会场景下,甜型加香酒因适配甜点、易于接受而占据主导(57%);个人品鉴时,风味复杂的陈年加香酒更受青睐(73%)。这种场景-风味的匹配关系揭示了消费决策的深层逻辑[11]。

3.4. 风味复杂性与感官体验的精准契合

加香葡萄酒的风味特征是其吸引消费者的核心基础,其独特性源于调香原料的多样性、工艺的精细度以及感官属性的平衡性。例如,意大利味美思以苦艾为核心,辅以肉桂、丁香等香料,形成浓郁的草本与辛香气息,契合偏好强烈感官冲击的消费者;而中国型味美思通过添加甘草、当归等中药材,形成药香与果香的复合风味,满足本土化健康需求。工艺创新进一步丰富了风味层次,低温浸渍技术可保留植物原料的挥发性芳香物质,橡木桶陈酿则赋予酒体香草、焦糖等次级风味。感官属性的平衡性是关键,中国消费者对甜度的偏好显著,加香葡萄酒通过添加糖分与植物浸液,巧妙平衡苦味与甜味,同时控制酸度(低酸型占比 73.2%),使酒体柔和易饮。此外,色泽设计也契合消费偏好,红味美思的深红至棕红色调契合中国消费者对红葡萄酒的高偏好(77.6%),在视觉上增强吸引力[11]。

3.5. 文化符号与身份表达的协同构建

加香葡萄酒的社会认同价值通过品牌文化、社交属性与身份表达的多维互动得以强化。品牌文化是构建认同的基础,国际品牌如意大利“马天尼”、法国“皮尔”凭借百年历史与工艺标准,塑造高端形象,吸引追求品质与身份认同的消费者;本土品牌则通过融入中药元素(如龙胆、豆蔻)和东方美学设计,强调“东方风味”与“文化自信”,吸引支持国货的群体。身份表达方面,加香葡萄酒通过风味差异化满足细分群体需求,例如,偏好苦艾风味的消费者可能被视为“传统品鉴者”,而选择药香型产品的群体则可能被贴上“健康养生者”标签。这种文化符号与身份表达的协同构建,使加香葡萄酒超越饮品属性,成为消费者价值观与生活态度的载体[12]。

4. 结论与展望

本文系统分析了加香葡萄酒的风味特征构成及其对消费者偏好的影响机制。研究表明,加香葡萄酒通过独特的制作工艺形成了多样化的风味谱系,而消费者的偏好受到产品特征、消费场景、社会认同与健康认知等多维度因素影响。风味特征与消费者偏好之间存在显著的关联模式,不同风味组合对应着特定的消费群体画像与使用场景。

未来研究可进一步探索风味特征的量化评价体系,以及数字化营销对男性消费者认知的影响。产业实践应注重风味特征的精准表达与场景化营销,针对不同年龄层男性消费者开发差异化产品与沟通策略,以促进加香葡萄酒市场的可持续发展。

参考文献

- [1] 中国酒业协会. 中国葡萄酒行业发展报告(2023) [R]. 北京: 中国轻工业出版社, 2023.

- [2] 新疆农业大学葡萄与葡萄酒工程系. 新疆葡萄种植气候适应性研究[J]. 中国农业科学, 2021, 54(12): 2567-2578.
- [3] 新疆植物志编辑委员会. 新疆植物志(第三卷) [M]. 乌鲁木齐: 新疆科学技术出版社, 2018.
- [4] 李洋, 李娜娜, 崔长伟, 等. 基于 GC-MS 的霞多丽葡萄酒及蒸馏酒香气成分分析[J]. 食品工业, 2024, 45(2): 292-296.
- [5] 新疆天塞酒庄有限责任公司. 加香葡萄酒感官评价报告(内部资料) [Z]. 2022.
- [6] 李岚星, 何玉云. 武威产区不同成熟度丹菲德对葡萄酒品质影响[J]. 酿酒科技, 2021(2): 36-39.
- [7] 孙爱霞. 干红葡萄酒稳定工艺优化及其品质影响研究[J]. 食品安全导刊, 2025(5): 190-192.
- [8] 新疆葡萄酒研究所. 新疆地区葡萄酒陈酿环境与风味物质关联分析[R]. 2021.
- [9] 王亚宾, 安鲁, 李甲贵, 等. 基于不同年龄分段的葡萄酒消费行为差异研究[J]. 中国酿造, 2019, 38(3): 210-214.
- [10] 宋书玉. 中国葡萄酒更要从消费者的需求出发[J]. 中国酒, 2025(5): 40.
- [11] 吴静, 王静, 刘晓蕊, 等. 消费者对葡萄酒的感官偏好研究综述[J]. 市场瞭望, 2024(20): 31-33.
- [12] 李甲贵, 王亚宾, 杨和财, 等. 葡萄酒消费者行为影响因素研究综述[J]. 安徽农业科学, 2016, 44(2): 262-265.