

葡萄酒标准绑架果酒标准

中国正制定果酒行业标准

■ 张艳玲

近日,为规范我国果酒行业发展,中国果酒标准制定第一次研讨会在陕西省永寿县召开。此次果酒标准的制定得到了科技部农村技术开发中心的指导,由中国果酒产业科技创新战略联盟和西北农林科技大学联合相关科研机构、高校、行业协会、果酒企业等共同起草。

中国食品发酵工业研究院原副院长、标准专家熊正河,教授级高级工程师薛洁,中国酒业协会葡萄酒分会、果露酒分会秘书长王祖明,全国酿酒标准化委员会孟镇工程师,陕西科技大学杨辉教授,联盟特聘专家罗建华高级工程师,陕西云集酒业有限公司总经理李萍等参加研讨会。会议由联盟秘书长刘晓阳主持。

标准主要起草人西北农林科技大学李华教授介绍了果酒标准设计的背景、意义、定位与定义、范围、分类、要求等。他说,目前我国果酒酿造进入误区,葡萄酒标准绑架了果酒标准,不同的是果酒也走出了一条新道路——“复合酒”。

“果酒标准的制定必须‘实事求是’,前期已进行 300 个酒样分析与对比实验,在研究了现行有关果酒标准基础上,突出果酒个性,力图尽量涵盖现有果酒,引导企业生产符合市场发展的果酒。”李华表示。

中国果酒产业科技创新战略联盟理事长赵宏友表示,我国《果酒》标准的制定要理清思路。处于改革大潮的背景下,果酒企业首先要规范生产实践,结合中国传统文化和独特口味,打造国人认可、企业遵守、个性化的标准是十分必要的。

与会人士针对标准的设计、体系、指标等问题进行研讨。与会专家一致认为,果酒种类繁多,工艺多样,体系庞大,标准制定难度极大,下一步,还将继续开展数据征集和对比实验,尽量建设完整的、科学的、适应中国果酒发展的标准体系。

会议期间专家和参会果酒企业考察了云集生态园和兰溪金炫柿子酒庄。

酒瓶小说、酒瓶灯、酒瓶月相日历……

从酒瓶形状看卖什么酒？

■ 丁皓辰

你可能在酒吧见过造型酷炫的酒瓶灯。
你可能在家一边喝酒一边读瓶身上的小说。
你可能摆在客厅的是印在酒瓶上的月相日历。

但是你有好奇过这些葡萄酒瓶都是什么瓶身吗？

古时候人类是不用担心这个问题的,那时候葡萄酒都保存在橡木桶里,需要喝酒时人们用陶土或皮革制成的器皿装酒直接端上桌。而随着玻璃制造技术的发展,人们慢慢发现把葡萄酒装在玻璃瓶中并用软木塞封存,酒能保存的时间更长,而且开瓶后酒的香气也更加浓醇,于是玻璃瓶装葡萄酒便日益普及,这一做法也沿用到现在。

在最近几百年里,葡萄酒瓶的造型经历过一次又一次的变更,但如今葡萄酒瓶的造型已经非常固定,而且葡萄酒制造商们也习惯采用特定的瓶身装特定种类的葡萄酒这一做法。但不论世界上就有成千上万种,在酒架上你通常见到的是四种瓶身。分别是波尔多瓶、勃艮第瓶、香槟瓶和霍克瓶。

波尔多瓶(The Bordeaux bottle)应该是全世界应用最广的瓶身了。它两侧呈流线型,宽高的瓶肩被设计来挡住瓶中的沉淀物,平底深深的内陷设计也为最大可能留住瓶底沉淀。通常波尔多瓶有深棕、暗绿、淡绿和无色四色,分别装盛法国南部等地产的干红、经典的波尔多干红、干白以及甜白葡萄酒。

波尔多瓶(The Bordeaux bottle)
比波尔多瓶更早被使用的是勃艮第瓶(The Burgundy bottle)。勃艮第瓶比波尔多瓶宽,造型看上去也更加精致。从瓶颈到瓶身,勃艮第瓶的过渡非常自然,颜色多为绿色。不论是霞多丽干白、黑皮诺干红,还是水果酒、玫瑰酒都可以用勃艮第瓶来装。

勃艮第瓶(The Burgundy bottle)
在各类庆典酒会上,出镜频率最高的应该是香槟了。相较于其他设计能够相对轻薄的酒瓶,香槟瓶(The Champagne bottle)是必须更大更厚实见识。因为不论装的香槟还是其他起泡酒,香槟瓶必须禁得起瓶中的高压,否则开瓶时可能像木塞还没飞出来,玻璃瓶身反倒先碎了。

香槟瓶(The Champagne bottle)
颜色最多样的瓶身当属霍克瓶 (The Hock bottle)了。不论是棕色、绿色、无色还是蓝色,只要你看到霍克瓶又高又瘦的瓶身,你就能一眼认出它来。而且有趣的一点在于,霍克瓶中装的酒相对来说味道都更甜,不论是琼瑶浆、雷司令还是餐后甜酒,酒的味道都相对更加轻甜。

霍克瓶(The Hock bottle)
当然,也不是所有葡萄酒的盛装都得用玻璃瓶,为了符合不同消费者的携带和引用习惯,现在也有易拉罐装、盒装以及桶状葡萄酒,而且他们的味道也并不逊色。

啤市劲刮精酿风 诸侯争霸产业链

■ 本报记者 方文煜

夏天踏着独有的脚步,悠闲地走进人们的生活,在夏夜里带来啤酒的芬芳,不过,今年的啤酒宠儿可与往年大不一样。6月29日至7月1日,中国国际精酿啤酒展览会暨第四届中国精酿啤酒节在南京国际博览中心举办,涵盖原材料、酿造工艺与技术、酿酒设备、市场化运营等全产业链,汇集了国内外 300 多家参展企业,并有美国、比利时、澳大利亚、韩国等相关协会前来参展参观。

展会主办方中国轻工机械协会副秘书长李坚介绍,平时大家去超市购买的罐装啤酒,一般是工业啤酒。为了延长保质期需要低温杀菌,啤酒口感受到影响,精酿啤酒的优点是现酿现喝。现在,精酿啤酒已俨然成为高端啤酒的一个代名词了,动辄几十元甚至上百元一瓶的价格并没有阻碍精酿啤酒的增势。根据中国国际精酿啤酒展会发布的数据,直到今年 5 月精酿啤酒在中国啤酒市场所占的份额还不到 1%,但在 2016 年,它的市场占有率仅有 0.03%,一年内疯长 30 余倍。

直到今年 5 月精酿啤酒在中国啤酒市场所占的份额还不到 1%,但在 2016 年,它的市场占有率还只有 0.03%,一年内疯长 30 余倍。拿更成熟的美国市场做个参考,精酿啤酒的占比已经占到了整个市场的 12.3%(销售额占比到了 22%)。巨大的市场预期,点燃了一场关于啤酒的消费升级战的硝烟。

洋巨头急速落子

精酿啤酒在国外叫 Craft-beer,直译过来是手工啤酒。精酿啤酒极具潜力的市场容量吸引了国际啤酒巨头频繁加码。

日前,与美国布鲁克林精酿酒厂拥有多番合作的嘉士伯集团,又有了两大新动作。一方面,两家企业合作推出了仅面向香港市



场的本土精酿啤酒品牌——香港友(HK YAU)。另外一方面,嘉士伯集团刚刚收购了英国精酿酒厂 London Fields Brewery,该交易外界猜测金额大约在 400 万英镑。嘉士伯表示,新收购来的啤酒将成为其英国业务的核心品牌组合的一部分。

全球啤酒巨头百威英博自然不会在精酿啤酒领域落下步伐。为了精酿啤酒这个新市场,百威在两年前前专门成立了一个被形容为“颠覆性成长组织”——ZX Ventures,任务就是在全球范围内为百威英博搜罗并投资或者购买小众的精酿啤酒品牌。这样一个独特的部门今年出手频频且战果不凡,今年 3 月该投资机构正式收购上海精酿啤酒品牌拳击猫;2月,为去年底引进国内市场的美国精酿啤酒品牌鹅岛开设同名精酿酒吧;且早在今年初,ZX Ventures 收购比利时风味精酿啤酒酒吧开巴,收购之后很快进行了门店扩张。5 月它一口气推出了四款“开巴”品牌瓶装啤酒,进入了电商渠道。

除微型精酿啤酒品牌外,百威英博曾增持不少于 16 亿元,为珠江啤酒精酿生产线建设背后撑腰。资本市场动作频频,不难看出

百威英博加码中国精酿市场的野心。拥有同样野心的还有喜力,早在 2015 年,喜力就收购了一家美国精酿啤酒厂。

本土品牌直面迎战

广州珠江啤酒股份有限公司总经理王志斌认为,一般的啤酒的销售利润率也就是 5%左右,5%到 10%是比较正常的水平。但是精酿啤酒的成本利润率或是销售收入的利润率,至少是普通啤酒的 3 到 4 倍。这样巨大的利润也吸引了本土传统的主流啤酒巨头。

7 月 3 日,上海国际时尚中心,由青岛啤酒打造的一辆如变形金刚一般的精酿机甲吸引了不少民众的眼球。青岛啤酒公司制造副总裁、中国酿酒大师董建军参与投料生产,并启动了青岛啤酒精酿机甲的全国巡回酿造之旅。据了解,精酿机甲是青岛啤酒引入的移动酿造设备,因其外形炫酷而得名精酿机甲。消费者可现场观摩啤酒酿造全过程,并可在互动体验区坐下来好好喝上一杯精酿青岛啤酒。

国内各大啤酒厂商早就一试身手。珠江啤酒在 2015 年就推出雪堡?精酿系列产品,燕京为精酿啤酒开设了新的生产线,华润旗下的投资公司在做大量的精酿啤酒调研,并和国内一些独立的精酿啤酒品牌有了密切

洛阳宫啤酒重出江湖？ 厂家:使用洛阳宫酒瓶

■ 余子愚

近日,有网友 @ 雪雪珂姐姐在新浪微博上发布消息称,一款名为“老洛阳”的啤酒悄然上市,绿色玻璃瓶身有“洛阳宫啤酒”字样。这款啤酒跟昔日洛阳宫啤酒有无关系?对此,记者对此进行了采访。

一款啤酒“撞脸”洛阳宫啤酒

很多市民还记得,今年 1 月,洛阳亚洲啤酒有限公司(以下简称洛阳亚啤)股东决定,于 2017 年 1 月 5 日终止洛阳亚啤的经营并提前解散洛阳亚啤,洛阳宫啤酒从此停产。

近日,在解放路一家酒水批发点,记者花 16 元买了一捆名为“老洛阳”的啤酒,该款啤酒用的玻璃瓶系洛阳宫啤酒的酒瓶,整体外观与原来的洛阳宫啤酒有点儿相似,而且原麦汁浓度同为 11°P。啤酒标签显示,生产商来自郑州。

此外,老洛阳啤酒酒瓶标签右下角印有“本容器上的文字、图样与本产品无关”黑色小字,不太醒目,文字应该是指瓶身上的“洛阳宫啤酒”。

在 @ 雪雪珂姐姐的微博下面,网友 @



才想出奇就把老洛阳啤酒误认为洛阳宫啤酒,写下评论“竟然还有洛阳宫”,还有网友称“洛阳宫夺命 11 度已成往事”,表达对洛阳宫啤酒的怀念。

老洛阳商标的法律状态为待审

记者查询老洛阳啤酒的食品生产许可证编号发现,该编号属于洛阳省一家公司,可生产酒类和饮料,含熟啤酒、鲜啤酒和特种啤酒。

随后,记者通过中国商标网查询发现,老洛阳这一商标的注册人却是该省的另一家公司,申请日期为今年 2 月 27 日,跟老洛阳啤酒的生产商不一致,法律状态为待审,该商标的使用范围为啤酒、无酒精果汁、无酒精果汁饮料等。

“老洛阳啤酒用的是回收来的洛阳宫啤酒酒瓶,主要目的是节约成本,以后将不再使用洛阳宫啤酒酒瓶。”近日,老洛阳啤酒生产厂家相关负责人表示。

使用待审的商标不受法律保护

河南中细软知识产权代理有限公司知识产权顾问李大梁说,待审的商标可以使用,但是不能标 R,可以标 TM 或者什么都不标。

记者看到,在老洛阳啤酒正面的标签上,“老洛阳”的右上角标有 TM。“使用待审的商标生产的商品,可以进行销售。”李大梁说,但是商品使用待审的商标,不受法律保护。

无忧酒庄入驻贵阳碧桂园

■ 李敏

近日,贵阳碧桂园无忧酒庄正式开业。预打造茅台镇第二传奇的无忧酒庄正式入驻贵阳高端楼盘,力求促进酱香酒文化和地产文化有机融合,为高档楼盘业主了解酱香酒文化,体验式感受优质酱香酒提供了便利。

贵州无忧酒业(集团)有限公司是一家产销一体的规模白酒企业,其前身“仁怀县茅台镇茅台渡口酒厂”,公司创建于 1983 年,坐落在茅台镇赤水河谷,与茅台酒厂隔河相望,厂区占地面积 10 万平方米,建筑面积 4.5 万平方米,现有窖池 200 余口,藏酒地窖 1 万多平方米,年产优质酱香酒近 2000 吨。明清时期,无忧先辈们创办的“荣泰和”烧房,名噪川黔,无忧完整的继承了“荣泰和”古窖池遗产。无忧酒业严守质量铁律,坚持采用本地红缨子高粱、小麦和赤水河洞泉水为原料,恪守“端午制曲、重阳下沙、九次蒸粮、八次发酵、七次取酒,一年一个生产周期,历经多年储藏”的古训,潜心专研创新,将任家百年柔顺工艺与茅台酱香酒结合,独创柔顺酱香工艺,产品不仅符合优质酱酒国家标准,还形成了“酒体微



黄,清澈透明,酱香突出,醇厚丰满,圆润细腻,柔顺滋润,回味悠长,空杯留香持久,酱香型风格典型”的风格。无忧酒业在坚持品质第一,积极开拓市场的同时,创建了独特的“无忧”文化,走品牌化发展道路,将无忧建设为中国民营酱香酒第一品牌!无忧酒业集团在储备了十几年老酒之后,于近年

推出了无忧系列和慢养系列酒,正成为酱香酒粉丝的新宠。

贵阳碧桂园无忧酒庄位于碧桂园英格兰风情街碧桂园酒店旁边,除了为业主主提供体验优质酱香酒的场所,同时也是对外宣传无忧酒的一个窗口和平台,方便外地来黔客人体验酱香酒。

的接触。今年,在第 27 届青岛国际啤酒节主会场,金沙滩啤酒城新建了精酿啤酒厂,让游客尽享不一样的啤酒文化与互动体验。其实在 2013 年前后,中国一二线城市已经出现了许多新的精酿品牌。比如北京的熊猫、京 A、悠航、大跃和牛啤堂等;上海的 Tap House 扎啤工坊、Boxing Cat 拳击猫、Dr.Beer、Shanghai Brewery 和莱宝等,其中有不少已经开出了好几家酒吧。还有一些品牌已经推出了瓶装啤酒,包括熊猫精酿、莱宝和高大师等的产品已经出现在精品超市、便利店和餐厅等渠道。

广阔市场即将启航

精酿啤酒正以惊人速度冲击人们的餐桌。西安从去年开始就有商家和酒吧专门转型做精酿啤酒。据专家分析,西安目前的精酿啤酒市场份额每年以 40%的速度在扩张,销量赶超传统啤酒。“长沙精酿啤酒的销量在今年增加了 20%,消费者对精酿啤酒的关注度也持续提升。”在长沙主营精酿啤酒批发的李先生分析称,精酿啤酒除麦芽、酵母等基本原料外,还可添加辣椒、花椒、水果等元素,在一定程度上能吸引一批年轻消费者。

南京是国内最早进入精酿啤酒行业的城市之一。2008 年,创立于南京的国内最早一家精酿啤酒工坊——欧菲啤酒,开发出中国第一款瓶装精酿啤酒——婴儿肥 IPA,在国内一类酒类拍卖中,一箱婴儿肥 IPA 以人民币 20200 元成交,精酿啤酒也成为金陵饭店、南京老门东、1912 等地啤酒屋的标配。中国国际精酿啤酒展会期间,中国饭店协会带着全国 70 家四星及五星级酒店或高级娱乐会所的高管专程到南京看设备。在酒店购置一套古铜色的啤酒设备,外型复古,能营造氛围,精酿啤酒也更受高端人士欢迎。

此外,家庭酿酒将是另一块即将启航的市场。很多人去欧洲旅游,对德国家庭在自家后院 DIY 酿啤酒印象深刻。展会上,观众发现花费 2 万—4 万元就买一套迷你精酿啤酒设备,带回家酿酒了。目前,国内部分城市甚至成立了家庭自酿协会,南京、北京两地还举办过家庭自酿啤酒节。

配套之星 | Matching star

凯得红酒柜：双风冷循环技术 安静舒适中还原酒窖环境

互联网+时代的发展,国民生活水平提高,越来越多的人开始追求兼顾健康与格调,对于酒类的选择,逐渐偏向于具有美容养颜、延缓衰老作用,且作为一种品位的象征的红酒。可是开封后的红酒需要一个适合的温度以更好地保存。基于人们这一需要,凯得电器的主营产品——红酒柜便应运而生。

凯得红酒柜主要分为落地式压缩机系列、压缩机嵌入式系列以及半导体系列。对于红酒的储存,对温度和湿度的控制是最重要的因素,且不论是季节变换抑或是环境改变,都必须要保持温度和湿度恒定。因为红酒有一种特性——会随着温度的变化而造成里面的成分变化,这就会造成红酒的损失,因此对于控制温度一定要非常严格。此外,红酒储存的最佳湿度是大约 65%,如果湿度偏低,红酒就会氧化;而温度偏高,红酒酒会产生异味,这些对于红酒而言都是不利的,因此控制湿度也要非常严格。

凯得落地式压缩机系列红酒柜,使用双风冷循环技术,风冷形成全方位立体循环气流,有效减少柜内温差,使柜内各点温度波动达到近乎恒温的状态,不受季节和日夜气温变化的影响,有效祛除异味,还原酒窖环境,令红酒保持新鲜。

不仅有效解决红酒储存的温度与湿度恒定的问题,凯得落地式压缩机红酒柜还对红酒的震动、层架也考虑周到。采用知名品牌低震节能压缩机,拥有强劲动力,快速制冷,但整机噪音低、振动小;采用桦木做活动层架,设计贴心,结实耐用,具有与酒窖相似的独特香味,且桦木的减震效果更好,为红酒与主人营造了安静舒适的环境。

除此之外,根据中国消费者的消费心理及使用习惯,凯得还在红酒柜中设置水晶杯挂架与触摸 LCD 显示屏。水晶杯可倒挂于酒柜之中,避免了酒杯落尘与积水的烦恼。晶莹剔透的触摸屏,人性化的触摸开关,智能的设置,用户可自如调节温湿度。

市面上红酒柜品牌不少,但是凯得电器在专注于“高科技”研究的同时,也不忘调查研究消费人群使用习惯及心理,让产品更加便利人们的生活,在坚持质量的同时,也更多地为满足客户需求而努力,相信在未来,凯得电器定会发展得更好。

(据齐鲁晚报)