

## G·R 官荣总评榜

行家论酒 | Expert on wine

### ■ 富贵江南 30 年礼盒 |



度数:53%vol  
香型:酱香型  
G·R 官荣评分:86.00 分  
原料:水、高粱、小麦  
年份指数:4  
原浆指数:5  
甜爽度:3  
生产厂家:贵州省仁怀市茅台镇贵宾酒

G·R 官荣酒评:此款酒酱香自然舒适,酒体酸甜比例适中,但滋味较淡,不浓郁,若是后味上略加修饰,使酒质更加干净,会令更多消费者所接受。

### ■ 茅台尊品笑傲江湖 |



度数:53%vol  
香型:酱香型  
G·R 官荣评分:86.00 分  
原料:水、高粱、小麦  
年份指数:3  
原浆指数:5  
甜爽度:3  
生产厂家:贵州茅台酒股份有限公司

G·R 官荣酒评:这是一款香气非常霸气的酱香型白酒,香气大且外扩,就如同一位北方男士,外表非常刚毅,酒体与香气相符,霸气但不细腻,虽然醇厚丰满,但是略带苦涩味,风格非常明显,适合豪迈型男士饮用。如果处理时带点南方男士的小心细腻,应会更加令人赞赏。

### ■ 五粮液珍典国藏 |



酒度:52%vol  
香型:浓香型  
G·R 官荣评分:93.00 分  
原料:水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米  
年份指数:4  
原浆指数:5  
甜爽度:5  
生产厂家:宜宾五粮液股份有限公司

G·R 官荣酒评:这款酒具备五粮的典型风格,是五粮液精品系列中的一支新贵。此酒最大特点是浓香扑鼻,口感清爽甘冽,齿颊留香,唯一还可以吹毛求疵的就是酒体时间稍显短。

### ■ 国花瓷西凤酒 帝王至尊 30 年 |



度数:52%vol  
香型:凤香型  
G·R 官荣评分:87.00 分  
原料:高粱、大麦、小麦、豌豆、水  
年份指数:4  
原浆指数:5  
甜爽度:3  
生产厂家:陕西省西凤酒集团股份有限公司

G·R 官荣酒评:这款酒初次接触一般会认为是某种药草香气。其实这是凤香型白酒的典型香,它其中的特殊香味中带有其储存设备——“酒海”的香气,相当具有个性。其次是味道醇和,协调性较好,较纯净,应为凤香型白酒中上品。

### ■ 宋河青瓷原浆 |



度数:54%vol  
香型:浓香型  
G·R 官荣评分:84.00 分  
原料:水、高粱、小麦、大米、糯米、玉米  
年份指数:4  
原浆指数:5  
甜爽度:3  
生产厂家:河南省宋河酒业股份有限公司

G·R 官荣酒评:此款酒香气上漂浮着浓浓的酯类水果香,混合着较为舒适的粮香,但是复合感不强。入口柔和、甜净,落口有微微的酸涩感。总体来讲,没有大的缺陷,适宜大众饮用。

# 喝出健康是白酒的价值落脚点

■ 凤凰

2012 年,叱咤风云的白酒行业结束了风风火火的十年辉煌期,一下子进入了如履薄冰的惨淡寒冬,自此已经蛰伏五年有余。在历经五年的惶惶时光之后白酒行业顶着各方压力不断前行,经过艰苦的改革发展,目前白酒行业已经趋于好转,并逐渐迈上新的台阶。

五年的沉浮,酒业发展自上而下也经历了一场深刻的变革,“不经一番彻骨,哪得梅花扑鼻香”,如今白酒行业发展已经再次渐入佳境,回想起来,这五年白酒行业变化巨大,企业发展不再盲目追求规模扩大和利益最大化,而是更加注重以品质为导向、以消费者需求为前提的经营价值观,同时更加注重产品的健康化。

变革总是在风雨后,顺风顺水的十年,大家注重的是产品销量,是销售业绩的多少,而与产品本身的塑造渐行渐远。但此番波折后,大家转而意识到品质提升是改变危局的关键的手段,遂以品质为导向掀起了轰轰烈烈的“工匠精神”溯源大潮。与此同时,企业强化渠道变革,重视宣传途径,丰富产品类别,以求刺激市场回暖。也许是时间的作用,也许是众人努力的结果,五年的等待终于见到白酒再度起势,于是我们以现象为导向,看看我们这几年白酒业究竟发生了些什么?

在一次讨论会上,一位演说家高举着一张 20 美元的钞票,面对会议室里的 200 个人,他问:“谁要这 20 美元?”一只只手举了起来。

他将钞票揉成一团,然后问:“谁还要?”仍有人举起手来。

他把钞票扔到地上,用脚碾它。

他拾起钞票,钞票已变得又脏又皱。“现在谁还要?”还是有人举起手来。

“朋友们,你们已经上了一堂很有意义的

刨去白酒的历史文化属性和其他的营销噱头,白酒作为一款大众消费产品,如何给消费者带来货真价实的好处,这就是白酒从“吃香到吃味再到吃健康转变”的原因所在。



课。无论我如何对待那张钞票,你还是想要它,因为它并没贬值,它依旧值 20 美元。”

钞票的价值不会因为它外在的形态而改变,白酒,作为市场中的一份产品,也不例外,它可能因为时代变迁的原因,其价格被高估被打压,但是,当消费者普遍回归理性的时候,白酒的市场价值,必然回归到白酒的本质属性上来,实现白酒的价值回归。

白酒的真正价值在哪里?必然定位于满足消费者的功能属性,即刨去白酒的历史文化属性和其他的营销噱头,白酒作为一款大众消费产品,如何给消费者带来货真价实的好处,这就是白酒从“吃香到吃味再到吃健康转变”的原因所在。

#### 香型传奇

白酒按照香型进行分类,是白酒营销的一个创新,是白酒最早的产品分类模式,在“吃香”的时代,诞生了四大名酒、八大名酒和十七大名酒,都是按照香型进行划分,消费者

购买白酒产品也是按照白酒的香型进行区分,白酒厂家在开发新产品的时候,也意味着从开发新的香型入手。例如,酱香茅台,清香汾酒,浓香古井,芝麻香景芝等等,无不是以香型作为分类的依据,在消费者心中形成概念分流。

#### 味蕾风云

“白酒不是香水”,洋河后来指出,从专业的角度讲,酒的品质用“色、香、味、格”四个字评判,香占的比重很小,最主要的是味,要喝酒就要在味觉上下功夫。

于是,洋河在“味”上做文章,率先打出“绵柔”大旗,“绵”即绵长,酒体丰满,是最佳组合调味;“柔”即柔和、柔顺,不暴躁,不刺激。洋河凭借“绵柔”口味引发了一场“味蕾风云”,一跃成为“新国酒”。除了“绵柔”洋河,行业内还有古井淡雅系列产品、“淡雅”河套等等。

#### 健康大潮

目前消费者重视饮食健康,提倡的是绿色健康新型消费观念,因此,白酒行业也掀起了一波健康饮酒的大潮,在 2017 年春季的全

## 七问七答 品酒不迷茫

■ 沈梅

品酒是一门深不可测的学问,让许多人望而生畏。刚入门的时候,初学者总会有许多疑惑。下面的问题,你是否也曾困惑过?

#### 1. 品酒前需要注意或者准备什么吗?

要有效地品鉴一款葡萄酒,你不仅需要准备好合适的品鉴环境,同时自身也需要做一些准备工作。一方面,理想的品酒环境要有充足空间和自然光线,方便观察一款酒的外观。同时,不能有其它干扰气味。另一方面,品酒前,不宜吃一些辛辣刺激性食物,也不要刷牙,保证口腔的清新。

#### 2. 品酒的时候先喝白葡萄酒还是红葡萄酒?

为了最大限度地避免不同酒款之间味道的相互掩盖,品酒的次序非常重要。一般的顺序是先白后红、先年轻后陈年,先干型后甜型,总体是遵循口味先轻后重,先柔后刚的原则。

具体而言,在品鉴白葡萄酒时,从酒体更轻、具高酸度的白葡萄酒开始到酒体更强、更圆润的白葡萄酒。

#### 3. 品酒应该遵循哪些步骤?

品酒一般遵循 5 个步骤,即观色、闻香、品尝、吐酒和归纳。观色是指在自然光和白色背景下观察杯中葡萄酒的颜色。闻香是在酒倒入杯中时马上闻取葡萄酒自然散发的香气,再对杯中酒进行适当程度的摇晃,闻取释放出的香气。接着就是品尝了,小啜一口。在咽下酒之前,让你的口腔充分接触到酒液,体会葡萄酒的酸度、甜度、单宁、酒体、余味和酒精度。在换下一款酒前,你最好先把上一款酒吐出清口,这样能让你保持头脑清醒,以迎接下一款佳酿。

#### 4. 不同类型的葡萄酒分别要用什么酒杯?

饮用不同的葡萄酒时,要根据葡萄酒,选择适合的酒杯。红葡萄酒最好使用尺寸较大的酒杯,这样进入玻璃杯的空气与酒液的接触面积较大,酒中的风味更容易散发。白葡萄酒

最好斟入中等尺寸的酒杯,这样可以减少酒与空气的接触,令其香气保存更久一些。而气泡酒适合使用杯身较长的酒杯。这种酒杯能增强气泡的效果,使得气泡更持久。不过,如今越来越多人在饮用起泡酒时偏爱白葡萄酒杯,因为他们认为,白葡萄酒杯能更好地释起起气泡的香气和风味,从而令起气泡酒尝起来更可口。另外,甜酒应该使用小尺寸的酒杯,这样可以凸显其水果芳香。

#### 5. 所有的葡萄酒都需要醒酒吗?

事实上,并不是所有葡萄酒都需要醒酒。首先,醒酒的目的是让葡萄酒充分接触氧气,以释放更多的香气和风味,柔化单宁。一般而言,酒体偏醇厚的红葡萄酒、大多数年轻且不平衡的葡萄酒以及老年份的葡萄酒适宜醒酒,但醒酒时间不宜过长,否则葡萄酒会因过度氧化而变成醋酸味。

另一方面,酒体轻盈、香气馥郁的葡萄酒,如白葡萄酒、桃红葡萄酒以及起泡酒,则不需要醒酒,因为氧气的侵入会使得葡萄酒

原来的风味变得寡淡。另外,日常餐酒也不需要醒酒。

#### 6. 葡萄酒的香气有哪些种类?

一般而言,葡萄酒的香气大致分为 3 类。一类香气来自葡萄品种本身,而非酿酒过程中产生的香气。这类香气包括果香和花香,常见于年轻的葡萄酒中。二类香气是葡萄酒发酵过程产生的香气。这类香气源自酵母和细菌在葡萄酒发酵过程中发生反应的产物,这些物质能够使葡萄酒的香气更加丰富。

#### 7. 为什么红葡萄酒尝起来有苦涩的感觉?

葡萄酒口感苦涩是因为单宁(Tannin)的存在。单宁是一种酚类化合物,它会给人带来一种干而涩的感觉。葡萄酒中的单宁主要源于橡木皮、葡萄籽和葡萄梗。此外,红葡萄酒在橡木桶陈酿过程中也会从橡木中吸取一定的单宁物质。

在品酒过程中,单宁和唾液蛋白质发生化学反应,会使口腔表层产生一种收敛性的感觉,这就是我们通常感受到的“苦涩”感。

## 英国白领流行喝什么酒?

英媒:中国洋河大曲兑法国白兰地

■ 于跃

近日英媒报道称,在伦敦的一家酒吧里,中国江苏的洋河大曲与西方洋酒调制成鸡尾酒,成了英国年轻一代体验中国酒文化的新时尚。

据英国广播公司网站报道,伦敦塔桥南岸的一条小巷深处有一家名为“The Hide”的酒吧。这个酒吧装饰传统,但却走在潮流前端。

报道称,距“The Hide”不远处就是伦敦塔桥和金融城,步行不远就是伦敦最高的 95 层“碎片大厦”。因此这个酒吧成为白领们下班后小酌一番的一个去处。在这里,英国鸡尾酒评专家、著名调酒大师马保罗介绍了如何调制一款新时尚鸡尾酒,与众不同,他所用到的主要基酒是中国的白酒江苏“洋河大曲”,外加法国的拿破仑 VSOP 干邑白兰地等材料。

报道称,马保罗是有 20 多年经验的资深国际酒业专家,在中国和其他亚洲地区工作多年,深谙国际和中国的酒文化,他是如何想到将白酒引入鸡尾酒原料酒的呢?

#### 伦敦酒业国际化 为中国白酒提供机遇

马保罗介绍说,“在英国和西方其他的地方,特别是伦敦这样的国际大都市,饮酒习惯在过去 10 多年里发生了巨大的变化。特别是过去 5 年来,越来越多的消费者开始尝试新的饮品,口味越来越国际化,不断突破品酒的界限和范围。人们希望尝试独特的饮品,包括异域风情的饮品,因此,我结合在中国的经历,选择了洋河大曲作为基酒调制鸡尾酒。”

报道称,由于精准把握了人们饮酒偏好趋势,“The Hide”也是伦敦 10 多年前最早引



● 著名调酒大师马保罗用中国白酒和西方洋酒调制出新时尚鸡尾酒。

入当时英国少见的墨西哥龙舌兰酒中的“老烟枪”梅兹卡尔酒的酒吧,随之掀起流行风尚大受欢迎。

马保罗说:“伦敦其他酒吧纷纷效仿,大型国际酒商和品牌也因为流行风尚的趋势开始收购梅兹卡尔酒品牌,现在伦敦的各处酒吧里都可以看到梅兹卡尔酒。”

报道称,走在全球化前列的伦敦的人口变迁也推动了口味的变化。比如近 10 年来英国人口增加中比例最大的是比较爱喝烈酒的东欧国家人群,这也为中国白酒找到进入英国高端市场提供了理想的机遇。

#### 白酒调制鸡尾酒体验中国味道

报道称,在世界各国中,英国人其实非常爱去酒吧喝酒。酒吧像中国的茶馆一样,

是英国人生活中不可或缺的重要组成部分。

有 8 年中国工作经历的马保罗说:“在西方人们的饮酒习惯和中国不一样,在酒吧里一般是就喝葡萄酒,而不是像中国人一样一边吃饭一边喝酒。所以,鸡尾酒是英国人开始认识中国白酒的一个入门途径。”

他说:“洋河大曲(中低度)的特点是相对比较绵软,既有中国白酒的特色,又不像传统的中国白酒比如高度的五粮液和茅台那么强烈,对于不熟悉中国白酒的西方调酒师来说,后者的口味香型特殊,虽然也会很有意思,但调制掌握起来比较难,所以不会作为首选。”

马保罗指出:“如同向消费者介绍苏格兰威士忌一样,在不同类型的苏格兰威士忌中,如果你首先让人品尝高度的类型,消费者可能会感觉太强烈而受不了。但如果先让他品尝有果香型、雪梨香味,经过调兑的威士忌人

们就更容易接受。对西方消费者来说也一样,首次品尝中国的白酒会感觉强烈,用白酒调制的鸡尾酒让人们开始了解中国白酒,体验来自中国的味道。”

他说:“用中国白酒调制鸡尾酒的方式有很多,有时候我强调它的香醇的特点,有时候我突出它的劲道,以满足不同的饮者需求。”

#### 白酒业者拓宽国际市场

报道称,适应变化的思维不是在伦敦的马保罗独有的,随着中国各种品牌的白酒努力拓展国际市场,中国的白酒业者早已关注到这一点。

虽然英国 2016 年全民公投决定退出欧盟,但有学者指出,中英直接贸易却可能因此受惠。近日,一批中国企业到伦敦参加“中英企业家交流论坛”活动,访问了英国上议院,会晤英国的金融投资界人士。英国约克公爵安德鲁王子等设宴欢迎,在这批企业家中包括中国苏酒集团市场总监朱昭鑫。

朱昭鑫表示,中国的白酒会随着国家“一带一路”倡议的推行,中国人走向世界的浪潮走向世界。当然,中国白酒要被欧洲和其它地区朋友接受还需要一个认知的过程。

他说:“中国白酒在国际上也需要从品质上做出变化,适应西方比如英国当地消费者口味偏好。这正是我们近年来的努力方向,比如从品质上使产品口感更加绵柔,更舒适。”

朱昭鑫说:“中国白酒和苏格兰威士忌或者西方红酒、白酒的最大共同之处是让人释放心境,点燃激情方面有共同的社交功能,但东西方的饮用场合不同。一方面中国白酒需要增进舒适度,适应西方社交之需,另一方面随着中餐在国际上的流行,西方朋友也会逐渐增加对白酒的接受。”