

G·R 官荣总评榜

■ 剑南春珍藏级特酿 I



度数:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:97.00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:四川绵竹剑南春酒厂有限公司

G·R 官荣酒评:一款值得收藏的白酒。粮香突出,窖香浓郁,入口留香,举杯引人入胜,细细品味,其质感丰富美妙,细腻优雅,回味悠长,为浓香型白酒中的佳品。

■ 茅台五星 I



度数:53%vol
香型:酱香型
G·R 官荣评分:97.00分
原料:水、高粱、小麦
年份指数:4
原浆指数:5
甜爽度:5
生产厂家:贵州茅台股份有限公司

G·R 官荣酒评:此酒系出名门,具有酱香型白酒的典型风格。酱香浓郁、幽雅突出,酒体醇厚丰满,尤其是空杯留香持久,使此酒独树一帜,是不可多得的酒中佳作!

■ 水井坊井台装 I



酒度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:95.00分
原料:水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米
年份指数:3
原浆指数:5
甜爽度:5
生产厂家:四川水井坊股份有限公司

G·R 官荣酒评:此款酒具有名门风范,香气令人身心愉悦,粮香、窖香、陈香,香气层层深入,使人意欲欲之,在口腔内酒质醇和,爽口干净,不燥辣,一点都不像高度酒带给人的挺拔感,感觉温润、舒适。

■ 国窖 1573 I



度数:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:94.00分
原料:水、高粱、小麦
年份指数:4
原浆指数:5
甜爽度:5
生产厂家:泸州老窖股份有限公司

G·R 官荣酒评:舒适的陈香、窖香。酒体淡雅,中度酒却能让酒体显得甘冽,实属不易。酒体协调,尾净味长,风格典型,属酒类的顶端产品。

■ 五粮液陈酿 I



度数:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:93.00分
原料:水、高粱、小麦、大米、糯米、玉米
年份指数:3
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:这款酒具有典型的五粮液精华和百年老窖的幽雅香气,令人心旷神怡如沐春风,小杯入口,绵柔圆润,虽酒度不高,但丝毫没有一点水味、醇甜、丝丝柔滑,酒味持久不散;前香足、中挺拔、回味畅。实属一款卓越、经典的酒。

行家论酒 | Expert on wine

小规模、高品质与多元化是精酿啤酒的必备特征

我们一直在强调精酿啤酒是一个文化产品,精酿啤酒运动是一次文化运动。把啤酒行业从垄断寡头向多元化发展的过程,就是精酿啤酒革命。

■ 高岩

无论怎么定义,精酿啤酒必须具有“小规模、高品质与多元化”这三种必要的特征。

“小规模、高品质”这两条物质性的概念很容易量化。“多元化”是指啤酒种类的多元化,酿酒原料的多元化,酿造人员与消费人群的多元化。也就是说,通过多元化的建设,精酿啤酒应该成为一种新的生活方式,并形成其群体性与文化性。

我们一直在强调精酿啤酒是一个文化产品,精酿啤酒运动是一次文化运动。把啤酒行业从垄断寡头向多元化发展的过程,就是精酿啤酒革命。

很多大型企业,借助他们的资金与技术优势,也在开发高端产品,也挂着精酿啤酒的标签。但是高端产品并不是精酿啤酒。有些消费者喜欢喝一些高品质的啤酒,这点没有错。我们希望有更多的人投入到精酿啤酒的文化建设中,多支持国内的独立品牌。独立啤酒品牌目前面对技术资金设备市场等等困难,但品质的提升是早晚的事情。如果没有这些独立的品牌,就不会有啤酒的多元化。退一步想,如果没有这些独立的啤酒企业这些年来



【作者简介】

高岩:南京高大师啤酒创始人、酿酒师。国内最早期从事精酿啤酒行业者,拥有中国第一家精酿啤酒厂,并生产出国内第一款瓶装精酿啤酒“婴儿肥”,著有《喝自己酿的啤酒》一书。

风起云涌的精酿啤酒运动,大企业对消费者的喜好根本就是无知。精酿啤酒运动不能指望大啤酒集团,一旦精酿啤酒运动被扼杀,消费者照样回到大一统的“大绿棒子”年代。

现代精酿啤酒是源于1970年代美国的精酿啤酒运动的产物,是啤酒从超大规模工业化生产,回归小型、独立、传统、多元化、个性化,乃至迸发出无限创新活力的一场运动。这场精酿啤酒运动在1990年代的美国开始迅速蔓延,催生出大量小型、本地化,追求品质和创新的自酿酒吧和酒厂。由于现代精酿啤酒是一场文化运动,也是一种不停发展、变

化、充满活力的文化,所以并没有世界范围内统一的、权威的定义。

2015年,美国啤酒酿造商协会(BA)成立,这一精酿啤酒的行业协会对其会员资格做出以下定义:

- 1、小规模:年产量小于600万桶(70.2万吨),生产的啤酒用于商业交易。
- 2、独立性(多元化):非精酿酿造者或公司机构,其占股份不能超过25%。
- 3、高品质:酿造者所酿造的大部分啤酒的风味都应该是从传统的或者创新的原料与发酵工艺中获得。

白酒到底应该是什么味道?

■ 李宗毅

我印象中最深刻白酒是浓香型的国窖1573。

我很清楚地记得,2014年夏天,我偶然有机会去泸州老窖学习并获得了一瓶1573的样酒,虽然只有2/3瓶。回到家后,在朋友的各种逗逗诱惑下,决定把它“消灭掉”。于是乎,某一天晚上我们“大气”地买了两只烤鸡,拿出酒来,大口吃鸡,小口喝酒,不亦乐乎。不知不觉还真把这酒全部喝完了,想想真不可思议,而且也没有任何不适,只是微醺,那种飘飘然的感觉,好像全世界都在自己的掌握中。我觉得,喝酒其实就是图个高兴。

现在,我回忆起了当时喝酒的感觉与状态。其实,酒杯就是我们川酿所里的30ml标准品酒杯。朋友家里是做红酒的,比小薰陶,酒量自然在我之上,对酒的理解也比我深。朋友一直在赞美这酒喝着舒服,刚刚喝下去的时候没有想象中的爆辣,稍后口腔中就有一

种丝滑细腻的感觉,酒液包在嘴里都能闻到那种浓郁的酒香,还有一种夏天雨后泥巴散发的味道(我告诉他这是泸州老窖特有的窖香味)。咽下去,喉咙没有任何的干燥和不适,酒液顺流而下到了胃部,有滑滑的感觉,张嘴呼吸都还有那种独特的“浓香”。朋友说:“好久没喝到过这么好喝的酒了。”

无论是白酒从业人员或消费者,应该都曾听过:这酒比较“绵”、这酒比较“净”等等之类说法,不知大家有没有过疑问,究竟专家们口中的“绵、甜、净、爽”等等评语到底是什么意思?

先给大家排列出“浓、酱、小清”三种香型白酒的标准评语。

浓香型白酒

无色(微黄)透明、窖香浓郁、绵甜醇厚、香味协调、尾味净爽。

酱香型白酒

微黄透明、酱香突出、幽雅细腻、酒体醇厚、回味悠长、空杯留香持久。

小曲清香型白酒

无色透明、清香纯正、入口爽净、口味醇和回甜。

再给大家呈现标准评语里面的标准字眼。

绵:主要是指白酒口感中的厚实感。好的白酒品牌一般都不会出现很寡的感觉,而是很迅速地融入消化系统,感觉像一团温暖的水,迅速扩散。这样的酒可以称之为绵。

甜:主要针对善饮者而言。比如,吃饭时不吃任何菜,只吃饭,不要很长时间,就可以品尝到米饭实际上非常甜。好的白酒也是这样,如果仅仅是小口细品来喝酒,相信你一定会感觉到白酒也是有很甜的感觉。

随着消费的升级,清淡的工业啤酒已无法满足消费者需求,啤酒消费已摒弃“豪饮文化”,转向了更具文化内涵且口感浓郁、略带苦涩的精酿啤酒。但是由于概念模糊,标准不一,工业啤酒厂商为了保证市场份额以价格、混淆概念、伪精酿等各种方式打压精酿啤酒的发展。

面对垄断企业的资源优势,小企业必须团结起来,抱团取暖,才能保证精酿啤酒行业的正常发展。自2015年起,中国精酿啤酒行业协会建立,我们认为只有从原料采购、技术分享、广告宣传、销售渠道等各个方面通力合作,才能维护精酿啤酒行业的持续繁荣。2017年开始,更多的企业认识到了团结的重要性,并最终于结盟组成了中国精酿啤酒协会,英文缩写为CBAC。协会借鉴美国BA的行业标准,根据中国国情,我们认为精酿啤酒行业合格从业者应该具备以下6条标准:

第一条是规范小规模,规定年产量必须在2万吨以下的啤酒生产和销售企业,既包括啤酒生产加工企业,也包括现场酿造啤酒的餐饮企业,同时也包括自主啤酒品牌产品开发和销售的企业。

第二点是规范独立性,即多元化,企业股东的结构,和美国不一样,CBAC希望企业的股东中没有其他非精酿啤酒企业的股东参与。

第三点是规定协会会员必须是企业,而非个人,要求协会会员有合法的商业实体,有工商营业执照并可以开发票。

第四是关于品质与创新,要求会员机构至少有一名全职的酿酒师去负责日常酿造的工作。

第五是关于啤酒品质,规定除非为了增加风味,不得使用麦芽、酒花以外的添加剂。

第六是关于企业的道德行为,规定企业不得进行虚假与误导性的宣传。

净:主要是不粘口的感觉。好的白酒一般都会十分爽滑,具有不粘口的特点,因此很多白酒企业往往会在净上下功夫。

爽:与净比较相近,主要是针对白酒饮用过程中的心理感受进行引导。(就像大热天喝点冰水后凉爽的感觉)

醇:主要是指白酒入口的感觉,醇代表着白酒酒液的均匀度,醇和就是均匀度好,不会出现低档酒分层的现象。

厚:指醇厚宜人,厚味就是酒尾比较厚重,不会出现上头等情况。白酒味道的厚薄对于长期喝酒的消费者来说也是很有吸引力的说辞。

纯:自从白酒出现用粮食酒与勾兑酒之分后,对于酒的粮食纯度也成为判断白酒品质的一个重要指标。酒“纯”代表了白酒原料来源的正宗与纯正。

正:主要是描述白酒的口感比较吻合目标人群的心理需求,从而表现出比较正宗的口味。

葡萄酒品鉴:你对“余味”知多少?

■ 路兰

想必大家在品鉴葡萄酒的时候,都会经过评论余味这一环节,品酒师通常会提到“finish”“length”“aftertaste”和“long”这些专业词汇,其实这些都是指中国人所说的余味,那些词都是品酒师根据余味的长短命名的。“余味”是葡萄酒品鉴过程中衡量一款葡萄酒品质的标准之一,但是依然很多中国人不知道余味到底指的什么。它究竟是指什么呢?有什么划分标准?而影响余味的因素又有哪些呢?

想必大家在品鉴葡萄酒的时候,都会经过评论余味这一环节,品酒师通常会提到“fin-

ish”“length”“aftertaste”和“long”这些专业词汇,其实这些都是指中国人所说的余味,那些词都是品酒师根据余味的长短命名的。“余味”是葡萄酒品鉴过程中衡量一款葡萄酒品质的标准之一,但是依然很多中国人不知道余味到底指的什么。它究竟是指什么呢?有什么划分标准?而影响余味的因素又有哪些呢?

酒界泰斗罗伯特·帕克解释到:“Aftertaste”是指当饮下葡萄酒后,口中剩余的味道,与“Finish”同义。因此,我们把“Finish”和“Aftertaste”翻译为“余味”。我们在判断余味时,可从两个方面来着手。首先是余味的长短,再者是余味的风味和质地,一般情况下,这些词都可以用来修饰一款酒的风味和质地。比如,在

说一款白葡萄酒的余味时,我们可以这样说:“余味清爽,带有白花、柠檬和柑橘的香气”。

当我们在描述一款葡萄酒的余味的时候,通常可以用“胡椒味”、“矿物质”、“丰富的”、“辛辣的”、“苦涩的”或者“浓郁的”等词来形容。

2.余味的长短划分标准是什么?弄清楚余味的定义后,你也许会好奇,余味长与短的标准又是什么呢?

一般情况下,余味时间能持续20至30秒就算得上是一款品质不错的葡萄酒。如果一款葡萄酒的余味能持续45秒以上,那么这款酒可以说是经过精工酿造的,风味较为浓郁。而对于一款品质卓越的葡萄酒,其余味通常

能持续一分钟以上。这就是为什么余味的长度成为评价葡萄酒品质的一大要素。

3.影响葡萄酒余味的因素有哪些?理论上,基本所有的葡萄酒都有余味,只是有些浓郁丰富,令人印象深刻,有些却清淡短促,让人失望。

这是因为葡萄酒的余味是由诸多复杂的因素共同造就的,包括葡萄品种与酿酒工艺等方面。例如,葡萄生长的地点、年份气候条件、发酵方式、橡木桶的类型、调配方式等因素都是影响余味的重要因素。

此外,葡萄酒的储存方式、侍酒温度以及使用的酒杯也会影响你对余味的感知。葡萄酒只有在对的状态下才能展现出最完整的自我。

新品新貌 | New product

中酿、华都两强合璧 新品震撼上市

■ 叶子

近日,由北京华都酿酒食品有限责任公司与中酿品致(北京)文化发展有限公司联袂推出的《天安门大阅兵纪念酒》新品发布会在人民大会堂隆重召开。

当下白酒行业品牌林立,竞争日趋激烈,消费者需求不断变化,五千年以来,中国白酒行业都是一个前景广阔的行业。和很多行业都有所谓的“黄金十年”、“白银十年”的起落兴衰不同,中国白酒行业从五千年前开始到今天,其实一直处于一个非常兴盛的发展轨迹之中。随着未来的消费升级,像茅台、五粮液、拉菲,包括天安门这样的知名品牌,未来的空间还会非常大。

面对白酒行业激烈的竞争,品质的保障至关重要。中酿品致(北京)文化发展有限公司董事长李作斌在会上讲述了这样一个故事:“在去年的时候,我听说在1976年就有一个‘八大名酒进京’的计划,北京的华都酒厂承担了茅台酱香酒进入中国市场非常重要的使命。而且从1976年开始,华都酒厂就酿造了几千吨的老酒一直存放到了今年。我认为,对于酒来说,它的品质是第一位的。”



●新品发布会现场

在品质上,《天安门大阅兵纪念酒》代表了北方地区酱香型白酒的最高水准。北京华都酿酒食品有限责任公司,是北京地区唯一的酱香型白酒生产企业,酱酒生产历史悠久,酿造工艺嫡传茅台。1974年,白酒泰斗周恒刚先生在华都主持研发“燕岭春”牌麸曲酱香型白酒,开北派酱香先河。茅台集团季克良先生和其他技术人员,二十余次北上华都传技授业,并采用茅台原、辅料和母糟,历时五年,生产出传承正宗茅台工艺的华都酱酒。

2017年,华都加入北京二商集团、北京糖业烟酒集团,在两级平台支持下,为北京地区



●与会嘉宾共同为天安门大阅兵纪念酒揭幕。

酱酒文化发展和恢复自身“京城三剑客”美誉而奋力前行。四十载时光沉淀,茅台工艺与工匠精神在华都生根发芽,谱写了北京酱酒发展的华章。从上世纪70年代开始,华都甄选每批酱酒中的优质部分,采用上等直兴陶坛贮藏,至今,已有珍藏30余年的酱香老酒3000多吨,既是华都极为珍贵的财富,也是中国酱酒行业难得的珍品。由此酿成的《天安门大阅兵纪念酒》,入口幽雅细腻,酱香突出、回味悠长,越是懂酒之人,越能品味其中的韵味。

中酿品致(北京)文化发展有限公司董事

长李作斌提出,对于酒行业来说,品牌其实是品质的一个代表,中酿品致也旨在树立一个有品质的酒类品牌,因而一直坚持将文化和日用相结合。文化产业也需要一些载体,对于中国来说,酒就是一个非常好的载体。将文化与消费品相结合,让酒能够真正承载文化含义和理念。

发布会上,茅台集团名誉董事长、酿酒大师季克良特地从贵州赶来,现场亲自品尝了《天安门大阅兵纪念酒》并发表品评讲话。季老先生的高度赞誉,充分说明《天安门大阅兵纪念酒》得到了行业知名专家的肯定。除华都、中酿双方公司领导外,北京二商集团孙杰书记,北京糖业烟酒集团张德春董事长,中国酒类流通协会王新国会会长,白酒专家高景炎,中国食品工业协会副秘书长、白酒专业委员会常务副会长兼秘书长马勇等众多嘉宾共同出席盛会。受邀参加大会的经销商、媒体、行业相关人员总计达到600多人,共同见证了中酿品致(北京)文化发展有限公司这一盛事的举行。

《天安门大阅兵纪念酒》的成功上市,为北京白酒文化发展添上了浓墨重彩的一笔,也为中国酱酒文化的弘扬做出了卓越的贡献。