企业家日报 ENTREPRENEURS' DAILY 中国酒周刊

G·R官荣总评榜
西南产区产品品鉴

幽雅酱香型 九暹酒珍藏版

度数:53%vol
香型:酱香型
G·R官荣评分:88.50分
原料:高粱、小麦
年份指数:4
原浆指数:4.5
甜爽度:4
产地:贵州·仁怀·李兴发酒业
G·R官荣酒评:这款酒从整体来讲是一款很不错的酒,酒质较好,酱香香气很突出,复合香气谐调舒适,入口酒体醇厚微涩,微微有一点刺激舌头,回味悠长舒适。

国台十年珍藏

度数:52%vol
香型:酱香型
G·R官荣评分:90.00分
原料:高粱、小麦
年份指数:4.5
原浆指数:5
甜爽度:4.5
产地:贵州·遵义·金士酒业
G·R官荣酒评:这款酒酒质较好,酱香幽雅突出,风格明显,陈香舒适,在口腔中的细腻感也很不错,入口很醇厚,酒体微微显酸,涩感明显,回味悠长,是一款不可多得的酱香风格典型的好酒。

茅台王子酒·酱门经典

酒度:53%vol
香型:酱香型
G·R官荣评分:88.00分
原料:高粱、大米、糯米、小麦、玉米、水
年份指数:4
原浆指数:4
甜爽度:4
产地:贵州·仁怀·茅台酒业
G·R官荣酒评:此款酒茅台风格明显,幽雅的酱香与舒适的陈香相结合,为此酒香气增色了不少。入口酒体醇厚、丰满,酸度适中,饮后口中余味不尽,颇具名家风范。

百年大福老酒王

度数:53%vol
香型:酱香型
G·R官荣评分:69.00分
原料:高粱、小麦
年份指数:1
原浆指数:1.5
甜爽度:2
产地:贵州·遵义·大福酒业
G·R官荣酒评:这款酒风格很不典型,主体酱香香气不明显,异香明显,虽然该酒是2012年生产,但是酒质本身基础较差,所以香和味还是没有协调好。总体来讲,该酒是一款酱香型白酒的低端产品。

王祖烧坊 私藏品鉴·儒雅

度数:53%vol
香型:酱香型
G·R官荣评分:81.00分
原料:高粱、小麦
年份指数:2
原浆指数:2
甜爽度:0.5
产地:贵州省·仁怀市·茅台镇
G·R官荣酒评:这款酒浓厚的酱香中有一缕自然幽雅的陈香,初入口时淡雅绵柔似饮浓香,但是不到一秒钟后,口腔里犹如火箭点火后以十个加速度,顷刻间升腾起厚重的刺激感,酒体下咽之后酱酒焦香经久不散。美中不足的是后味苦涩感明显,缺少应有的谐调舒适感。

行家论酒 | Expert on wine

梁卫民:关于花雕酒的那些事

■ 刘妙贤

近年中国白酒在国际舞台崭露头角之际,若抵挡不了其霸道辛辣的味儿,倒可向中国酒界的另一巨头黄酒靠拢,一种只有中国独有的绝世美酒,自商周时代面世至今,是传承了数千年的古酒。一向对中国酒甚有心得的香港葡萄酒评审协会主席梁卫民,正对黄酒类别的花雕情有独钟,爱其醇厚芳香。

品酒文化在中西方的差异极大,中国人品酒不求优雅,只求痛快洒脱,美酒一樽或一埕,倒入大碗入口便是,文人除爱斗酒,更爱即兴成诗,且看李白的"会须一饮三百杯"、苏轼的"人间如梦,一樽还酹江月"等均是豪情满溢。若新手入门未能感受中国白酒的霸道,中国黄酒便是平易近人的好选择,当中以花雕最广为本地酒徒熟悉。

●香港葡萄酒评审协会主席梁卫民:花雕微甜易入口,如House Wine般平易近人

花雕之名由来

梁卫民笑说,花雕是喜庆的美酒,名字优雅有意思,起初是装进一大酒埕中,爱风雅的中国人便想到在上面做些雕龙雕凤等装饰,花雕之美名便由此而来,沿用至今。以梁卫民所见,本地人对花雕的认识贫乏得很,分不清绍兴酒和花雕的关系和分别,甚至不视花雕为美酒,"绍兴是黄酒最出名的产区",像法国的波尔多,而花雕就比照红葡萄酒,是一个种类的统称。事实上,花雕不一定是大闸蟹的专属配酒,更不是煮菜时才用,不应该沦落到只能放在调味料货架之中。

> 一种只有中国独有的绝世美酒,自商周时代面世至今,是传承了数千年的古酒。一向对中国酒甚有心得的香港葡萄酒评审协会主席梁卫民,正对黄酒类别的花雕情有独钟,爱其醇厚芳香。

"古越龙山三十年陈酿千福花雕酒"被中国列入国家原产地保护产品,以景德镇的中国青花瓷仿古酒瓶包装,散发陈醋般的浓郁芳香,酒质丰厚柔滑,余香绵长。

其实,花雕就像西方的雪莉酒,带点甜味易入口,十分讨人欢喜,梁卫民直说可视之为House Wine,最重要是饮得开心。现时中国市场以古越龙山、咸亨、会稽山等为高阶品牌,花雕十年,便是花雕入门的好例子,入口微甜带芳香,此时可加些姜丝来享用,以微辣增添活力和甜香,来个大杯豪饮,一大帮朋友围着吃火锅时享用最适合。

花雕易入口之余,亲民亦是一大卖点,由数十至过千元亦有,梁卫民直说花雕品牌众多,不过挑选并不难,胜在一分钱一分货,另外也可以用年份作区分,要知道中国传统酒类的规格标准不如葡萄酒般严格,多是约定俗成,"花雕至少酿制三年,这个年份多数煮菜时用,论品酒的话,以十多年到二十多年的陈年花雕为主。"陈年时间正是花雕摆脱处身调味料货架、由厨房走上餐桌的关键所在。

近似陈醋芳香

陈年花雕正是细究味道层次的好选择,酒色随岁月由深棕红色转深,比如一杯花雕十八年,泛着光泽感的深棕酒色,入口感到近似陈醋的芳香,强烈而不刺鼻,酒体厚身夹杂些杏桃味,轻易地一口接一口便喝掉一杯酒。至于品酒的冷暖饮法,说穿了也是个人的喜好,不过跟大闸蟹相配的花雕,则以暖饮为佳,全因中国人的养生之道,蟹性质寒凉,以微温的花雕伴吃,正好暖胃驱寒。热饮花雕未尝不可,单是其传来的浓郁香气已教人迷倒,梁卫民笑说就是这股热力一下子将酒香全都迫出来,来得快去得快,入口时却无所得,变成鸡肋,他建议以微凉约10度来享用花雕最佳,放入冰桶十多分钟便可,饮时便可感受香气一层又一层地散发出来,真正享受到美酒的醇厚芳香。

有说品味花雕时可加姜丝、话梅,梁卫民直说这大都是遮丑的掩眼法,"台湾亦有酿制花雕,可惜水源不太好,入口始终带有石灰味或皮蛋味,所以饮时才会加姜丝或话梅去辟味。"

为什么喝优质酱香型白酒要从第二口开始喝?

■ 壶中岁月

初次喝酱香酒的人,不仔细品尝,会感觉平平,不好喝,甚至会有排斥的心理,当你仔细品尝后,那种自然的酒香,只有酱香纯粮酿造才会有的香味,复杂,柔顺,细细品尝你才能体会到酸、甜、苦、辣、涩五味俱全,这才是真正的优质白酒的感觉,(其他香型白酒,特别是新工艺白酒只有简单的一种酒精的香味,而不像优质纯粮的白酒那样五味俱全)。然而,你再慢慢用心体会,酸、甜、苦、辣、涩,又不会那样特别突出,这正是优质酱香型白酒讲究的五味协调,平衡法则。一切都那么的自然与柔和,这才是真正的好酒。

优质酱香型白酒在口感上具有不可逆的特点,习惯了优质酱香型白酒的口感之后就难以再接受其他香型白酒的口感。

这些品类特征早已被消费者所认知,是公认的好酒!许多人亲身体会后都这样说:刚开始喝酱香酒不喜欢,喝过几次后,喝其他酒就没有意思了。只有觉得喝酱香酒才好喝了。的确很多人喝过几次酱香酒后都离不开这样的口感了。

为什么酱香型白酒有这么多粉丝呢?

其一,没有杂质和化学添加物,酱香型酒自然发酵和勾兑。

喝过之后不头痛,喝多了,即便呕吐也不会伤肝伤胃。经常喝酱香酒的人都有体会,喝再多也不会像其他香型白酒那样连苦胆汁都吐出的感受,吐了就吐了,睡一觉起来啥事没有,不会像其他香型白酒吐一次相当于大病一场,没一个礼拜难恢复元气。

其二,口感自然。

酱香型白酒香气,喝过几次后就会很快适应并喜欢上,因为自然的东西人的身体容易接受和适应,化学勾兑的东西,香气再浓,口感再好,吃多了就会身体不舒服。这种差别就如同吃自然作物与转基因食品的不同。

第三,酿造过程复杂,工艺精细。

酱香型白酒,其工艺可概括为"二次投料、九次蒸煮、八次发酵、七次取酒,历经春、夏、秋、冬一年时间。根据生产工艺,三斤高粱二斤曲才能产一斤酒,还要存放五年以上才能勾兑,勾兑又不能加一滴水。其产品没有任何化学制剂,属绿色、环保产品,很符合现代人的消费观念。

随着时间的推移,消费者对其认识加深,必将增加对酱香型白酒的认可。酱香型白酒凭借优良品质,其市场份额占有量会越来越大。

新品新貌 | New product

重庆葡萄酒文化变迁:从高级会所走向百姓餐桌

■ 李童彤 李洁 傅黎黎

刘钢坐在葡萄酒酒窖里的沙发上,一边核算着货品清单,一边向微信里近千名好友发送了一条朋友圈,"醉美法兰西,法领馆和重庆葡萄酒协会达成合作,将促进重庆进口红酒资源落地"。作为重庆市葡萄酒行业协会的会长,让葡萄酒褪去"奢侈品"的光环,早已成为了刘钢的工作日常。曾经标志着饮品至高无上"资格"的葡萄酒,随着重庆城市的快速发展,早已从高级会所"出走",悄然出现在了寻常百姓家庭的餐桌之上。

论奢侈:普通葡萄酒曾标价好几千

"一瓶现在几百块的红酒过去曾标价好几千。"在位于重庆市渝中区鹅岭长江一路中段的德法酒窖内,记者见到了刘钢,作为重庆市葡萄酒行业协会的会长,他在葡萄酒行业里"摸爬滚打"了近十年,说到葡萄酒初入重庆的第一印象,刘钢给出了一个关键词——"奢侈品","过去大多数重庆人认为只有国外才有葡萄酒。"

虽然如今进驻各大超市的红酒琳琅满目,各大品牌数不胜数,但时间往回推二十年,的确并非所有人都喝得到红酒。刘钢告诉记者,上世纪90年代曾出现过一波红酒进入重庆的高潮,但是大部分只能在酒吧或者高级会所可以喝到。"大田湾体育场旁以前有一个大田驿站在对外销售红酒,已经实属当时罕见。"正是因为贴上了"洋货"的标签,葡萄酒成了不少重庆人眼中最"资格"的宴请佳品,是"高雅"、"时尚"的代名词,葡萄酒因此也逐渐出现在高端宴会上。

随着消费者对葡萄酒的认识加深、葡萄酒销售逐渐完善,2000年以后,重庆迎来了第二波"葡萄酒热",一大批国际知名的企业进入重庆市场,"和其他省份相比,重庆没有规模很大的经销商,整个规模在全国属于中下水平,但得益于直辖市的地位和快速的城市发展速度,市场增幅巨大。"刘钢表示,重庆葡萄酒销量逐年同比上升20%左右。

不过,由于进口、物流成本,大多数葡萄酒仍定价虚高,被不少人当作一种奢侈品来看待。"市场的真正'破冰',还是在2010年以后。"

接地气:葡萄酒有了重庆"符号"

2010年前后,随着相关政策出台和消费需求的改变,葡萄酒市场发生了翻天覆地的变化。"2012年以前,葡萄酒市场上75%属于单位团购。"刘钢为我们举了一个例子,"随着越来越多葡萄酒企业进入重庆市场,葡萄酒的神话开始被逐渐打破。2008年,在新世纪卖得最好的普通葡萄酒大概是700多元一瓶,到之后价格便一降再降,现在基本稳定在了100多元左右。"刘钢告诉记者,他经营的德法酒窖2010年开业,年销售额从2007年到2015年一直呈同比上升的趋势,2016年、2017年的年销售总额虽然出现了下降,但是2016年的销量增幅却大于了任何一年。"这说明葡萄酒已经进入了越来越多普通老百姓的餐桌,大家都喝得起葡萄酒了。"

品尝前向上举起酒杯,用眼观赏美酒饱满、清澈、亮丽的色泽,轻轻晃动酒杯,让酒香散溢开,再用鼻子嗅一嗅,然后开始品尝。这样的葡萄酒文化已经被重庆人所接纳,并赋予了自己的"印记":红酒是唯一呈弱碱性的酒,所以对于品尝的温度要求很严格,为了更好地储存红酒,在走访我国香港、法国后,刘钢和他的团队将位于渝中区鹅岭长江一路中段的一个防空洞改造成为了天然的葡萄酒储藏酒窖。

坐在防空洞里,品尝着来飘洋过海而来的葡萄酒成了新一代重庆人的全新休闲方式。摆脱了"高端"、"无法触及"的刻板印象,曾经高端大气上档次的葡萄酒里融进了市井的烟火气息,中西方对葡萄酒不同的认知在防空洞里碰撞融合,恰恰展示出了重庆本土文化的兼容并包。

平民化:像欧洲人一样享受葡萄酒文化

记者从重庆出入境检验检疫局的统计数据获悉,根据统计,2015年两路寸滩港共进口葡萄酒651货物批,共144.8385万升,同比增幅超过40%。就价值而言,2015年全年寸滩口岸进口葡萄酒货值达565.2531万美元,同比增长33.15%。主要原产地为法国、澳大利亚、西班牙、智利、美国等葡萄酒产出大国。

作为最早进入重庆的进口葡萄酒,法国葡萄酒在重庆乃至全国都是销量最好的。据了解,目前重庆有20个左右国家的红酒,消费主力是四、五十岁的人年龄居多,宴请、送人、自己饮用,葡萄酒文化中的自由、开放、热情已经被越来越多的重庆人所接纳,像欧洲人一样花上几块不多的钱就能享受葡萄酒文化带来的愉悦,对重庆人来说已经不难。

不过,在不少业内人士看来,这样的"平民化"过程中还是有不少水分。据了解,目前重庆市场上以新旧世界各国的小庄园酒为主,占90%以上,品牌葡萄酒经销商可能不足200家。小庄园酒采购成本低,甚至灌装品质差的尾酒等,导致市面上葡萄酒的品质参差不齐。

"制约葡萄酒在重庆进一步发展的根本原因,并非来自消费市场,而是大多数经营者的投机心理所带来的不专业性。"刘钢说,虽然葡萄酒文化在重庆已经越来越普及,但部分消费者对葡萄酒缺乏人士,还是给了某些商家作假的机会。"消费者不会总上当,他们的鉴别水平会提高。市场频繁洗牌,大品牌、优质产品终究会是市场的主导。"刘钢认为,未来葡萄酒文化将获得更多认可,对他而言,做好服务和供应,将是重中之重。

▼ 链接

专业人士:纸巾也可以识别真假酒

随着葡萄酒在市场的走红,假冒葡萄酒也越发"猖狂"地流向市场。

刘钢起身拿了一瓶假酒,向记者介绍如何鉴别。

"酒身上的年份'2008',代表葡萄的采摘日期。这瓶酒生产日期是2008年7月,而法国葡萄酒的葡萄采摘日期是在每年9月,那么它的葡萄从何而来?"刘钢说,这瓶酒在重庆各区县销量很好,消费者只要稍微动动火眼金睛,就能辨别。

一张纸巾,同样可以鉴别真葡萄酒与勾兑的假酒。

刘钢介绍,准备一张纸巾,将葡萄酒滴在纸巾上,根据液体扩散方式鉴别。由于葡萄酒中的红色是天然色素,颗粒非常小,在纸巾四周扩散的痕迹是均匀的红色,没有明显的水迹扩散。然而,假冒葡萄酒由于采用人工色素勾兑而成,色素颗粒大,会沉淀在纸巾的中间,而水迹不断往外扩散,红色区域跟水迹之间分界明显。