

G·R 官荣评分 鉴评 53 大优质酒

麓台牌六曲香



度数:38%vol
香型:麸曲清香型
生产厂家:山西省祁县六曲香酒厂
G·R 官荣评分:83.5

G·R 酒评:酒液透明,酒香较醇正,入口较绵甜,爽口性较差,自然酒感较差,余味欠净爽,清香风格欠佳。

太白牌太白酒



度数:55%vol
香型:大曲浓香型
生产厂家:陕西省眉县太白酒厂
G·R 官荣评分:86

G·R 酒评:酒液清澈透明,醇香较浓,口感上较醇和,入口带绵甜,酒体欠丰满,尾较净,回味较短,浓香风格一般。

张弓牌张弓大曲



度数:54%vol
香型:大曲浓香型
生产厂家:河南省宁陵张弓酒厂
G·R 官荣评分:88

G·R 酒评:清澈透明,从香气上看窖香较浓郁,从口感上看绵甜,较爽净,酒体较醇厚丰满,无杂质,回味长,浓香风格较典型。

杜康牌杜康酒



度数:52%vol
香型:大曲浓香型
生产厂家:河南省伊川汝阳县杜康酒厂
G·R 官荣评分:89

G·R 酒评:酒色清亮透明,窖香较浓郁,与五种粮食的香气搭配和谐,酒体厚重感略差,回味较长,具有浓香风格。

原酒之形

微酒

歪坐在春糖展馆里,就着美酒大口享用四川地道火锅、串串、干锅是一种怎样的体验?

3月22日,凉露践行了这一天马行空的想法,将小龙虾、霸王虾等成都本土著名辣美食搬到展馆里。一时之间,引起大量关注。参观者兴致高昂地吃着辣味美食,喝着凉露。

据活动主办方介绍:“凉露是全球首款为辣而生的酒,能够有效缓解吃辣喝酒之后出现的‘7个怕’,即怕酒辣口,怕口干,怕烧胃,怕上头,怕噎吟,怕跑肚,怕辣菊。此次将成都地道辣味美食搬到展馆,就是想要更加直接地展现凉露在提高食辣享受的优异表现。”

解决消费者吃辣喝酒的痛点

绿蚁新醅酒,红泥小火炉,辣是美食食物里不可缺少的调味剂,像麻辣烫、火锅、串串、麻辣小龙虾、辣鸡翅等等,一念起,就令人齿生津。那种辣味裹挟这鲜香的口腔瞬间炸开,常常吃的全身毛孔舒张、酣畅淋漓。

可是,虽然吃辣很爽,肠胃却没那么爽。辣椒素引发的刺激反应也随之而来:舌被辣的麻木,胃肠灼烧,甚至伴随着腹泻和肛门灼痛。如果吃辣再喝酒时,那困扰就更多了。有人总结了吃辣喝酒的七个怕,对于爱辣菜又需要搭配美酒的消费者来说,实在是挥之不去的痛点。

凉露的问世,对于“既想大口吃辣,又想大口喝酒”的人来说是一大福音。并在很大程度上减轻了吃辣喝酒的“七个怕”,让消费者挑战辣味美食的同时,不再有那么多的顾虑和害怕。

那么,作为一款酒,凉露为何拥有解决吃辣喝酒“七个怕”的能力?

据介绍,凉露来自中国白酒金三角核心区——宜宾,产于北纬28°83'、东经104°33'的最佳酿酒纬度带上。众所周知,宜宾是名副其实的“中国白酒之都”、“世界十大烈酒产区”。优越的气候、水源、地理条件造就了独一无二之酿酒环境。可以说,从自然环境看来,凉露是“含着金钥匙”出生的。

与此同时,凉露作为宜宾凉露酒业的匠心制作,充分运用了“精准蒸馏”的特有技术(资料显示,精准蒸馏技术已申请6项国家专利),兼采国内外蒸馏酒工艺之所长,酒中含有精准蒸馏产生的凉润物质,通过影响感觉受体(TRPV1与TRPM8),唤醒被辣的麻木迟钝的味觉,提升舌头对美食的感知能力。同时,凉露能有效舒缓辣椒素对胃肠的刺激,减轻胃肠灼烧感,并在很大程度上减轻

凉露:一款品味吃辣喝的酒



对于传统行业来说,只有不断创造新的产品、开辟新的市场,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。近日,吃辣喝的酒——凉露出现在成都消费者面前,成为议论的焦点。

凉露最大的特点是凉口舒胃,与辣食文化完美契合。长期以来,占据中国饮食重要地位的辣味饮食,始终没有一款适合的酒来配,凉露的横空出世正好填补了这一空白。

了

吃辣喝酒的“七个怕”,让消费者

挑战辣味美食的同时,不再有那么多的顾虑和害怕。

一份来自江南大学生物工程学院的凉露酒饮用测试报告,从数据角度验证了吃辣喝凉露,的确能明显改善吃辣对身体过度刺激引发的不适感。其中,口干改善率77.78%,味觉迟钝改善率69.23%,胃部灼烧改善率70.59%,腹泻情况改善率95%,肛门灼痛缓解率77.78%。此外,在对饮用凉露后次日感受的调查中发现,无一例出现头晕头痛的不适症状。

凉露的包装上还显示,酒体酿造过程中还加入了荷叶、菊花、重瓣红玫瑰、薄荷、淡竹叶、花椒、葡萄、橘皮等成分,这对饮后回甘起到很大促进作用。同时,也使得酒体闻起来花果香浓郁。

从口感上来说,凉露可以用“凉润花果香,回口甘如露”十个字描述。精选原料与特

有技术,赋予了凉露多层次的丰富口感,酒体度数低而不淡,香醇甘净。

吃辣时饮用凉露,入口微凉清润。国际化的优雅花果香型俘得了大批消费者,饮用时可体会到金桂的暗香浮动、玫瑰的优雅香甜,还有葡萄的甜沁和橘果的清新。再进一步细细体会时,仿佛能体味到竹林清爽、秋菊淡淡、莲花清幽……

重新定义吃辣喝酒刚需

时至今日,辣椒已经以肉眼可见的速度成为消费者主流口味,但吃辣喝酒带来的痛点一直挥之不去。正如凉露销售负责人透露的数据:“现在吃辣越来越受欢迎,全国据统计有五亿吃辣群体,10家餐饮6家辣。”

凉露的出现,就是致力于解决吃辣喝酒的痛点,瞄准白酒在这个市场板块的缺口。“随着‘吃辣喝酒选凉露’这一理念推广深入人心,只要消费者同时有吃辣食和喝酒的习惯,凉露将成为刚需”。某行业专家剖析道。成为刚需,对于任何一个品牌来说都是巨大的期盼与挑战。凉露身上有哪些被看中的基因呢?

与传统白酒定位不同,凉露从理念诞生之初就决定另辟蹊径,切入细分市场。有专家分析,当今白酒市场竞争惨烈,其中一个重要原因就是同质化严重,而凉露的出现,恰巧解决了消费者吃辣喝酒群体的需求痛点,市

场定位精准,是对酒业市场的一个优化和补充,填补了市场的一个空白,将为白酒业和餐饮业探索出一条发展的新路径。

在宣传推广上,配合凉露的市场定位,从产品上市之前就进行了系统谋划与布局。首先,亮相央视,在《舌尖上的中国3》播出期间以插播广告出现,精准传递“吃辣喝酒选凉露”广告语。随后,着力打造成都样板市场,从3媒体品鉴会再到公交站牌、电梯广告、广播等多渠道广告露出,形成口碑+广告的宣传效果。

在产品价位上,30元左右的市场定价精准卡位小酒价格升级风口,能够给厂家和经销商同时预留较大利润空间。同时,在成都样板市场,人们对30元左右饮品已经有着很好接受及消费能力,大大缩减了凉露市场价格培育的时间。

此外,凉露解决喝酒吃辣痛点的同时,能够有效提升约30%点单量,这也使其具备了受到餐饮店老板青睐推荐的能力。正如“美好生活离不开美酒相伴”,当经过长时间的消费者认知培育之后,“凉露”与“吃辣喝的酒”关联符号意识形成,凉露成为吃辣喝酒刚需。

近年来,酒品创新浪潮中浪花迭起,涌现出诸多后起之秀,凉露的出现,实际上是变化的市场需求的选择。凉露对目前餐酒市场是一种补充和优化,为酒行业的创新探索提示了新的可能。

陈春萌:台依湖首推“私家葡萄园”,开启消费新模式

李玉友

日前,在成都举行的2017-2018年度中国葡萄酒市场白皮书发布会暨“2017年中国葡萄酒市场年度风云榜”颁奖典礼上,以“私家葡萄园”商业模式闻名业界的山东台依湖集团董事长陈春萌荣获“中国葡萄酒行业发展商业模式创新杰出贡献人物”奖项。

据了解,该活动由中国葡萄酒协会联盟、西北农林科技大学葡萄酒学院、中国食品技术学会葡萄酒分会和中国常春藤国际葡萄酒市场研究中心共同主办,活动面向所有在中国从事葡萄酒生产、销售及相关配套产品供应的企业、品牌和葡萄酒从业人员。

私家葡萄园,引领消费新时尚

中国的葡萄酒产业起步较晚,体量不大,能不能找到一种新的发展业态推进葡萄酒产业的快速健康发展?既突破投资过大、管理难度大等瓶颈,又能吸引普通葡萄酒爱好者加入其中。山东台依湖集团董事长陈春萌费尽心机,苦苦摸索。

“其实,早在2013年,台依湖就在全国率先推出‘私家葡萄园’、‘酒庄股权’的模式概念,被誉为这个领域第一个‘吃螃蟹的人’,只不过那时还是一个雏形,消费者的认知度也不高。现在经过近几年的完善、推广,我们‘私家葡萄园’、‘酒庄股权’两大全新的产品和商业模式日臻成熟,越来越被业内外消费者所接受。”陈春萌向记者说道。

陈春萌介绍说:“消费者在我们这里投资酒庄,成为了酒庄的小股东,拥有了酒庄



资产。在管理模式上,可委托管理,亦可自行管理。台依湖提供种植、酿酒技术支持。这便一站式满足了消费者既想喝到货真价实的优质葡萄酒,又想体验舒适惬意的田园生活的要求。台依湖只种靠谱靠谱的酒庄酒,但卖的不是酒,而是在倡导一种生活方式。”

由于中国消费者对葡萄酒的辨识能力不高,葡萄酒向来真假难辨,消费者被迫耳听为虚,眼见为实。

对此,陈春萌表示:“传统的消费模式,通过生产、批发、零售的方式,中间环节过多,消费者往往买到高价酒甚至是假酒。为了砍掉中间环节,实现生产者到消费者的直接供应,我们的模式里没有传统的供应商、批发商,而

是把传统产业链的第一个环节——‘种葡萄’,直接‘卖’给了消费者,把消费行为变成了投资行为。消费者直接从葡萄园到餐桌,‘没有中间商赚差价’。同时让投资人参与度提高,更多的时候人们不是在喝酒,而是体验一种文化和生活方式,与酿酒大师一起在酒庄种葡萄自己的酒庄树龄酒,设计定制自己的一款酒标,与亲朋好友一起分享收获的乐趣。”

助推葡萄酒产业转型升级

2017年7月,首批国内16家葡萄酒酒庄获得批准使用酒庄酒商标标识,台依湖酒庄是山东产区唯一入选酒庄。这不仅是一个

企业优质葡萄酒品质的象征,而且意味整个生产和流通环节都是可追溯的。台依湖用优异的成绩向世人证明了台依湖酒庄酒品质可跻身世界一流酒庄酒行列。

当前,国产葡萄酒行业供给侧改革、新旧动能转换任重而道远,台依湖集团创新的商业模式、创新的葡萄园生活新消费,为行业探索出了可借鉴、可学习的新经验。

陈春萌说:“中国的葡萄酒产业不能大呼大轰一味追求规模化生产,要因地因人发展精品葡萄酒酒庄,围绕酒庄搞一二三产业融合发展,创新发展模式,打造体验消费、旅游度假、消费投资新模块。”

绿城集团是中国优秀的房地产开发及生活综合服务供应商,台依湖酒庄的创新模式吸引了绿城集团的关注,双方经过深入调研于2017年12月成立了绿城台依湖特色小镇开发投资有限公司,投资100亿建设1000座酒庄,打造中国最大的酒庄产业集群,打造一个宜居、宜业、宜游的特色小镇。

陈春萌表示:“中国未来葡萄酒产业的发展不可小觑,为树立中国葡萄酒产业的文化自信、产区自信、企业自信,实现葡萄酒中国梦,台依湖一直在贡献自己的一份力量!从房地产产业转型到葡萄酒产业投资,对台依湖来说是一次巨大的挑战,同时也是一次抓住中国葡萄酒产业发展的黄金机遇;而我希望更多的葡萄酒爱好者、投资人加入进来,一同探索创新,推动中国传统葡萄酒产业的转型升级,打造酒庄酒民族品牌,让更多中国消费者爱上中国酿造,享受葡萄园生活,品味醉美人生。”