

G·R 官荣评分 鉴评 53 大优质酒

■ 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。

■ 林河牌林河特曲 |



度数:54%vol
香型:大曲浓香型
生产厂家:河南省商丘林河酒厂
G·R 官荣评分:87
G·R 酒评:酒色清亮透明,窖香较浓,入口较绵柔,酒体较丰满,落喉甜润,后味欠爽净,回味较长,浓香风格一般。

■ 坊子牌坊子白酒 |



度数:62%vol
香型:麸曲其他香型
生产厂家:山东省潍坊市坊子酒厂
G·R 官荣评分:86.5
G·R 酒评:无色透明,醇香较好,入口较醇和,口味欠正派,饮后略涩口,带有余香,回味短淡,风格一般。

■ 孔府牌孔府家酒 |



度数:39%vol
香型:大曲浓香型
生产厂家:山东省曲阜酒厂
G·R 官荣评分:86
G·R 酒评:清亮透明,放香十足,入口醇和,酒体欠饱满,较单薄,味干净,回味较长,欠丰富,具有浓香风格。

原酒之形 |

■ 吴宏林

戊戌年春节,在澳大利亚许多华人家庭的餐桌上,首次摆上了中国宁夏产区生产的葡萄酒。

在中国葡萄酒第二大进口国喝到宁夏葡萄酒,而且来自澳大利亚最大的酒类专卖店,这在当地是一个不小的新闻。

近两年,宁夏葡萄酒以其独特的风味征服“世界味蕾”的新闻不断传来。

2017 年,在英国《品醇客》世界葡萄酒大赛、比利时布鲁塞尔国际葡萄酒大赛等国际顶尖赛事上,宁夏葡萄酒获得 150 多个奖项,是历年来最多,占据中国葡萄酒获奖数一半以上。

在今年 3 月 2 日揭晓的 2018 德国柏林葡萄酒大奖赛上,宁夏产区 23 款葡萄酒受到包括世界葡萄酒大师、世界侍酒大师在内的 192 名专家的青睐,分别获得大奖金、银奖,继续领跑中国葡萄酒在该项赛事上的奖牌榜。

《世界葡萄酒地图》的编撰者、世界葡萄酒大师杰西斯·罗宾逊没有想到,自己的预言如此快地成为现实。2012 年,当她首次踏上贺兰山东麓这块陌生的土地,品鉴了宁夏产区的几款葡萄酒后说:“毋庸置疑,中国葡萄酒的未来在宁夏。”

其实,早在八九年前,宁夏产区在葡萄酒世界的印象里还是“零概念”。

近年来,贺兰山东麓产区的葡萄酒美酒,已获 500 余项国内外大奖,其独特的风土条件所具备的土壤、光照、温度、降水、地形、水热系数等条件的组合,使葡萄酒在酸度、甜度、果香、单宁、酒精五大决定葡萄酒品质的因素上有着卓越表现和平衡协调,宁夏已成为世界上名副其实的生產高端葡萄酒的明星产区之一,引起全世界葡萄与葡萄酒业界的广泛关注。



正因此,当贺兰晴雪酒庄加贝兰葡萄酒横空出世,一举夺得《品醇客》世界葡萄酒大赛最高奖时,葡萄酒界一片哗然:难道东方还真有一块能够酿出好葡萄酒的土地?

世界葡萄酒界的“大腕”不远万里,纷至沓来,一探究竟。

国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)前主席克劳迪娅·昆妮女士在品尝过贺兰山东麓的葡萄酒后兴奋不已,称“贺兰山东麓完全可以向世界展示自己的特色”。

烟台推出国内首个促进葡萄酒休闲旅游发展的政策

■ 赵树领 高海宁

烟台市是亚洲唯一的国际葡萄与葡萄酒城,闻名遐迩的世界第七大葡萄酒海岸,葡萄酒旅游发展优势显著。2017 年,烟台市获得生产许可证的葡萄酒企业 162 家,全市建成、在建酒庄达 63 个,成为国内最大规模的酒庄集群,年接待游客 130 万人次,旅游综合消费 2.8 亿元。

为促进旅游与葡萄酒产业融合发展,助力乡村振兴,推动葡萄酒产业转型升级,加快建设现代化国际滨海城市,烟台市旅游发展委员会和烟台市葡萄与葡萄酒局联合出台了《关于加快葡萄酒休闲旅游发展的意见》,这是国内首个促进葡萄酒休闲旅游发展的政策性文件。

确立了葡萄酒休闲旅游任务目标

《意见》提出,到 2021 年,建设主题突出、功能齐全、设施完善的休闲葡萄酒庄 20 个,培育特色葡萄酒旅游小镇 4 个,葡萄酒主题文化酒店 5 家、葡萄酒庄精品民宿 10 家,葡萄酒休闲旅游线路 10 条,葡萄酒旅游吸引游客 200 万人次,实现消费总额 4 亿元。

构建葡萄酒休闲旅游产业格局

《意见》提出,构建“北部百公里葡萄长廊”、“环城葡萄酒庄休闲带、山地葡萄酒庄休闲带”和“蓬莱酒庄集群、栖霞桃村酒庄集



群、莱山瀑拉谷酒庄群”的“一廊、两带、三集群”的产业格局。以张裕工业园、蓬莱丘山山谷葡萄酒休闲体验区、蓬莱刘家沟葡萄酒特色小镇、莱山瀑拉谷酒庄集群、拉菲酒庄、文成城堡、苏各兰酒庄等为重点,培育建设葡萄酒旅游休闲区、旅游小镇、主题酒店、精品民宿等葡萄酒休闲旅游新业态,打造多元化葡萄酒休闲旅游载体。

推进葡萄酒旅游要素提升

《意见》提出,完善葡萄酒旅游服务设施,聚力建设集葡萄种植、葡萄酒酿造、休闲旅游和文化推广于一体的葡萄酒庄,增加特色餐饮、住宿、娱乐休闲、体验活动等内容,完

善葡萄酒庄道路交通、引导标识、游客中心、展销中心、旅游厕所等设施。推动葡萄酒休闲旅游标准化管理,制定《烟台市葡萄酒旅游综合体验区评创标准》,落实葡萄酒工业旅游示范点、休闲葡萄酒庄和葡萄酒名庄等标准,开展等级评定,引导葡萄酒旅游突出特色、做精做细。支持张裕和蓬莱丘山山谷两大酒庄集群创建葡萄酒主题 5A 级旅游景区。

弘扬葡萄酒旅游文化

《意见》提出,充分挖掘葡萄酒文化内涵,突出醇厚高雅、浪漫时尚的葡萄酒“紫色文化”旅游主题,科学规划葡萄酒旅游线路。鼓励酒庄根据各自的建筑风格、文化特色等开发演绎各具特色的“酒庄故事”,举办葡萄酒大讲堂、葡萄公主评选等葡萄酒文化主题活动。

丰富葡萄酒旅游产品

《意见》提出,推进融合发展,将葡萄酒旅游与乡村、民俗、温泉、高尔夫、低空飞行、海上旅游等特色旅游相结合,开发“葡萄酒+乡村旅游”、“葡萄酒+民俗文化”、“葡萄酒+高尔夫”、“葡萄酒+航空”、“葡萄酒+体育”等乡村休闲度假、文化体验游、康体养生游产品。

强化葡萄酒旅游宣传营销

《意见》提出,实施葡萄酒旅游品牌战略。

专家认为,宁夏贺兰山东麓产区独特的风土条件所具备的土壤、光照、温度、降水、地形、水热系数等条件的组合,使葡萄酒在酸度、甜度、果香、单宁、酒精五大决定葡萄酒品质的因素上有着卓越表现和平衡协调,所以,在这里可以酿造出具有“甘润平衡”典型东方风格的葡萄酒美酒。“这种风格的葡萄酒是中国人对葡萄酒口感的完美表达。”赵凤仪说。

专家断言,宁夏葡萄酒产区必将扛起打造具有东方特色的世界葡萄酒第三极的重任。“宁夏产区的崛起将对中国葡萄酒带来极大贡献,会生产出凸现东方特色的葡萄酒”,段长青认为,宁夏葡萄酒已成为中国葡萄酒在国际的典型代表。

塞上三月,春来地暖,万物复苏。又到贺兰山东麓葡萄藤蔓破土而出、展现绿色魅力的时刻。

“宁夏葡萄酒产业又将书写一季绿色发展的故事。”宁夏葡萄酒专家赵世华告诉记者,“宁夏产区仅有好的风土条件还不够,要想彻底征服‘世界味蕾’,绿色发展之路才是关键。”

好葡萄酒,七分源于葡萄,三分来自酿造。在这个不争的事实面前,宁夏产区独特风土的呵护成为重中之重。

近日,宁夏贺兰山东麓葡萄产业园区管委会工会与宁夏葡萄与葡萄酒国际联合会共同发出了《生态文明 从我做起》倡议书。

“推广应用环保型、原生态架杆,提倡使用麻绳等绑缚藤蔓,淘汰塑料等不可降解的生产材料……”这份面向整个产区发放的倡议书,为宁夏葡萄酒人列出了 20 条绿色发展的行为规范。

这些推进绿色发展的“组合拳”,正在引领宁夏葡萄酒产业走向可持续绿色发展之路。

做大做强张裕、君顶酒庄、国宾酒庄等葡萄酒旅游龙头企业,打造全国著名葡萄酒旅游品牌。开展年度“烟台十大休闲酒庄”评选活动,在交通流量大的高速公路、国道设置烟台国际葡萄?葡萄酒城大型户外公益广告牌。开展特色营销、精准营销,在全国糖酒商品交易会、中国国际旅游商品博览会、烟台产区巡展推介等活动中重点宣传推介葡萄酒旅游项目。

加大政策支持力度

《意见》提出,鼓励金融机构加大对葡萄酒旅游企业和项目的信贷支持力度,深化与中国农业银行、中国农业发展银行等金融机构合作。鼓励社会资金以租赁、承包、联营、股份合作等多种形式投资开发葡萄酒旅游项目,兴办各种旅游开发性企业和实体;鼓励农民集资入股或以专业合作经济组织采取公司+农户、合作社+农户等方式参与葡萄酒旅游投资开发。健全葡萄酒旅游人才培养体系。对全市星级酒店、旅行社及酒庄从业人员进行培训,普及烟台葡萄酒文化,推广葡萄酒旅游产品策划及营销知识,进一步提升全市葡萄酒旅游服务水平和葡萄酒旅游发展理念。与驻烟高校、科研机构开展合作交流,加强葡萄酒旅游经营管理和人才服务的培养,大力培养业界亟需的葡萄酒旅游经营管理、葡萄酒旅游产品策划、葡萄酒旅游营销和葡萄酒旅游专业导游等人才。

傅凌霄：洋酒企业要以消费者为中心讲好品牌故事



酒在中国市场还是主要以娱乐场所,商务应酬时的赠与这种销售策略为主。2013 年以前对洋酒的生产商来说在中国市场是黄金时代。

从 2013 年开始随着大环境的变化,洋酒

在中国的营销发展才真正开始,从那个时候开始洋酒生产商改变了他们的营销策略,不再是从前的推动策略,而是换了一个方向拉引策略,怎样来吸引消费者,怎样讲好一个品牌的故事让消费者记住你的品牌,了解你的品牌,培养消费者忠诚度。这里面拉引策略的关键词就是品质,品质其实是贯穿在市场营销的四个环节之中的,首先就是说产品,价格,要定好价位跟你的产品品牌相符。第三个是销售环境,确定你的销售环境和渠道都是很有效的。第四个环节是推广营销,这个推广营销不仅仅是传统意义上的传统营销方式,无论是线下还是线上的,还有很多位嘉宾提到的数字化时代怎样进行数字营销。

傅凌霄认为最重要的一点就是怎样能真

正讲好这个品牌故事,能够跟消费者产生互动,这样互动以后来吸引消费者。让消费者认为这是有价值的品牌体验。也就是说从 2013 年起,整个市场的消费环境或者说商业模式都有了很大的转变和转型,现在是更多地以消费者为中心来进行的。

因此,在以消费者为中心的新时代,对品牌商来说或者对洋酒生产商来说,需要进行更多的消费者教育,今天的消费者更加成熟,知识更加丰富,对洋酒生产商来说,我们怎样了解这样的消费者需求,怎样迎合他们的需求,才是重中之重。

傅凌霄觉得,当你在卖产品的时候,不仅仅是做一个交易过程,更重要的是你在传递品牌价值,精神价值,这个是非常重要的。

(据凤凰网酒业)