

G·R 官荣评分 鉴评 53 大优质酒

宝莲牌宝莲大曲



度数:54%vol
香型:大曲浓香型
生产厂家:四川省资阳县宝莲酒厂
G·R 官荣评分:88.5

G·R 酒评:无色透明,这是一款值得推荐的白酒,醇厚细致、饱满优雅,层次、节奏感好,回味干净爽利,带点糟香,余韵悠长,浓香风格佳。

二峨牌二峨大曲



度数:38%vol
香型:大曲浓香型
生产厂家:四川省双流县二峨曲酒厂
G·R 官荣评分:86

G·R 酒评:清澈透明,窖香浓郁,陈香飘逸,绵柔甜润,甘冽醇厚,其风格高雅别致,富贵而不张扬,香味协调舒适而幽雅,浓香风格一般。

诗仙牌诗仙太白陈曲



度数:50%vol
香型:大曲浓香型
生产厂家:重庆市万县太白酒厂
G·R 官荣评分:85.5
G·R 酒评:无色透明,粮香中夹杂着陈香,舒适宜人,较干净,入口口感柔和,甜度较好,落口较爽净,回味短,风格一般。

珍字牌珍酒



度数:54%vol
香型:大曲酱香型
生产厂家:贵州省遵义市贵州珍酒厂
G·R 官荣评分:88.5
G·R 酒评:微黄透明,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,入口醇厚饱满,回味悠长,是一款不可多得的酱香风格典型的好酒。

原酒之形

匠心和野心,四特酒背后的大巧若拙

微酒

早在 2001 年,四特酒还只是一个营收仅有 3 亿的地产酒,然而“好酒不怕巷子深”,很快四特便凭借其卓越的品质和有效的市场运作及品牌背书赢得了消费者的芳心快速发展,到 2012 年营收直指 55 亿之巨,成为当之无愧的“江西王”。在行业调整期,四特也曾经历一段寒冬,但自 2014 年开始稳健恢复,到 2016 年重回 48 亿规模。

那么,一路走来四特经过了多久磨砺,又是如何一步步成就今天的特香型白酒王朝呢?

增长迅速的四特并没有因此固步自封偏安一隅,而是布局全国,以江西周边省市为先锋,开疆拓土,成为了今天的特香型白酒代表。然而如此一个看似野心勃勃的特香型白酒龙头背后,成功的原因却是再简单不过的“匠心”两字。

“四特能取得今天的成就,可能是因为四特人较真的性格,几十年几百年来做了一件事,那就是酿好这杯特香型白酒。”四特高层介绍道。四特顺应消费趋势,以匠人、匠人传承千年工艺,酿造出“清香醇纯、回味无穷”的特香白酒而获得成功,如此一来也是顺理成章了。

定位:专注

数十年前,中国白酒企业大多热衷于多元化发展,为此有酒企不惜改变自身香型风格,投入浓、清、酱三大香型的潮流中。当时也有人建议四特这样做,但最后四特决定坚守阵营,不仅没有盲目跟风,反而更加专注于“特香型”白酒的酿造,并以特香型白酒开创者的姿态,屹立在中国白酒之林。

四特对酿酒的专注,不是简单地,而是实实在在的做。近年来,四特投入了巨额的资金,专注于酿酒生产基地的技术创新和升级,专注于匠人的培养。

如今四特酒厂总面积超过 2700 亩,在职员工 4000 余人,其中拥有十年以上酿酒经验的酿酒技师百余人,包括国家级酿酒师、获省政府特殊津贴的人才、国家级白酒评委等,专业技术人员中硕士达 22 人。已经成为一个集科研、生产、销售于一体的全国知名酿酒企业。

正是这份专注,让四特有了如今的荣耀,原酒产量、市场占有率居江西第一,特香型品质全国第一,专注已经成为四特的企业文化之一。

核心:极致

“我们追求的极致就是要做最会酿酒的人。”四特高层这样说道。对产品的每个细节

2018年5月13日,第十四届深圳文博会在深圳召开,“国匠荣耀·第三届手工创新盛会”作为分会场活动在观澜湖再续行业佳话。四特酒作为中国特香型白酒代表,凭借其匠心的坚守,以其沿袭千年的传统工艺受邀参加。



都要经过精雕细琢,对自身要求做到最挑剔,将一丝不苟、精益求精融入工艺、融入产品之中,力争每一道工序更加精准,每一个产品更接近完美。

四特的原料供应商抱怨说,四特这个公司要求太高太苛刻了。四特的酿酒原料,都必须经过重重把关、筛选,食品安全类指标更是以超过国家规定的标准来检验。不过抱怨归抱怨,供应商们还是因此大为受益。因为只要成为四特的供应商,就等于有了一块“金字招牌”,到其他企业基本都成为被抢夺的对象。

不仅选材严格,就连材料的处理也同样细致入微,大米是否需要吸浆水、吸多少浆水、热的还是冷的,吸浆后预留多长时间,都要严格把关。当你走进四特的酿酒车间会发现,他们的酿酒工人个个肌肉结实如健身教练,干活时的一招一式却仿佛穿针绣花,精巧无比。每一款酒酿的上甑,看似简单,其实要通过眼、手、腰、腿完美地配合,十多个动作在短短几秒内一气呵成,动作的协调性和连贯性都让人感觉圆融无暇,没有十年以上的磨练很难达到如此随心所欲的境界。

四特的每一款产品上市前,都要经过好几道关卡,从专家到员工再到消费者,通过他们的评价和反应来进行更加细致精准的调试。追求每一款产品从 99% 到 99.99% 的提升。

这是四特对产品的态度,也是四特对消

费者的态度。以匠人来打磨、雕琢产品,直至每一个细节。这种对产品的极致追求,成就了四特酒在白酒市场的口碑和业绩。

生命力:创新

四特酒是特香型白酒,一直走的就是差异化路线。他们的创新,更是以差异化的客户价值,顺应趋势,找准方向,与时俱进。

自 2007 年四特酒公司企业技术中心成立,四特便以更加专业的方法推动自身科学研发和自主创新的能力。至 2011 年全国白酒标准化技术委员会特香型白酒分技术委员会正式成立,其秘书处正落户四特酒公司。这意味着四特酒在特香型白酒的工艺、理论和产品研发各方面进入了行业领先水平,四特酒成为特香型白酒的领跑者。同年特香型白酒工程技术研究中心经江西省科学技术厅同意,在四特酒公司成立。

时至今日,四特在特香型白酒领域的研究,已经获得了 8 项国家发明专利,对于推动特香型白酒的发展和提升特香型白酒行业技术水平作出了卓越贡献。四特也因此先后被评为江西省和国家知识产权优势企业。不仅仅是酿造工艺和技术上的创新,四特的匠心和创新精神还蔓延到了其产品设计上。如旗下的四特十五年玉兰型瓷瓶的设计,便采用出自景德镇陶瓷大师何炳钦教授之手,其造型独特而优雅,完美体现了白酒作为中国传统文化之一与同为国粹的陶瓷技艺之间的完美结合。

内涵:坚守

四特人对匠心的坚守,是坚守本质,承袭传统工艺,是坚守品质的高要求,是坚守不断超预期满足消费者的需求,在坚守中追求

品质的卓越,并且坚守自身的责任担当。

在酿制工艺方面,四特严格恪守承袭千年的“整粒大米为原料,大曲麦麸加酒糟,红褚条石垒酒窖,三香具备犹不靠”“续渣混蒸,三进四出”的古法工艺,秉承特香型白酒“清、香、醇、纯”的口感风格。

不仅是工艺上,四特数百年传承的独特文化,也在四特人身上体现得淋漓尽致。四特的员工对待工作有着“热爱、尊重、对技艺的骄傲、对品质的承诺和自我的尊严”。当一个人对工作坚守着这种心态的时候,会发自内心的去做好这份工作,也就是匠心的体现。

为了坚守那份对品质的高要求,祛除杂质使得酒体更加清亮透明,解决降度除浊的问题,四特提出了技术上的升级要求。以往白酒过滤多采用活性炭吸附过滤,存在过滤净度不够、人工消耗等弊端。这对于坚守匠心力求最佳品质的四特来说是无法接受的。

经过激烈的商议和谨慎的判断,四特决定采用处于国内领先水平的冷冻过滤技术来解决这一问题。并且四特的专家通过研究最终结合瞬冷和冷量回收技术,极大的降低了能耗,运行成本也随之降低超过 50%。

引进技术和设备之后,四特继续研究了冷冻过滤技术在低度白酒生产中的应用效果和最佳工艺参数。最后的成品酒通过对比检测发现,该技术不仅仅是环保节能,并减小了低度白酒中总酸、总酯和微量香味成分的损失,使酒体香气舒适、入口绵甜,从而提高了成品酒的质量。

四特人凭借对匠心的不懈追求和对责任的担当,成功的解决了这一难题。

到此我才发现,这个企业的“野心”,只不过是无数代四特人“匠心”结出的果。

王礼竹,在中国生产纯正的德系啤酒

许益鸣

2014 年,王礼竹的成绩是 400 多吨,2016 年,王礼竹的成绩是一万余吨,三年间 25 倍爆发式增长背后,是远见卓识,更是令人惊叹的经营能力。

公元 1516 年,巴伐利亚公爵威廉四世为了保证啤酒的精纯,颁布法令,明确规定只能使用“麦芽、水、啤酒花及酵母”这四种原料生产啤酒,其他成分(如大米、玉米、淀粉、化学助剂和澄清剂、防腐剂等低廉或有害健康的成分等)一律禁止使用。这便是著名的《纯正啤酒法》,1516 年德国《纯正啤酒法》是人类历史上最古老的法律文献之一。一直到今天,对于大多数德国的啤酒酿造厂来说,对《纯正啤酒法》的坚守依然无可争议的事情,他们依旧按照《纯正啤酒法》的标准来进行生产。从某种意义上来说,这份坚守已经超出了法律束缚的层面,上升为他们高尚的伦理价值观。

与《纯正啤酒法》结缘

德国啤酒酿造厂数百年如一日的坚守,换来的是全世界消费者对德国啤酒品质的认可,同时也让商界精英们看到了商机。在商界耕耘多年的王礼竹,因一次偶然的机会,在帮助朋友诊断公司弊病时切入了进口酒领域。凭借之前一些酒行业的管理经验,在 2010 年,王礼竹敏锐的意识到了德国啤酒在中国将会有爆发式的增长。

从做出预判到开始执行,王礼竹只用了



一年的时间。2012 年,王礼竹与合伙人在德国汉堡成立了投资公司,对三家酒厂进行了一些股权的投资,同时注册了一批德国啤酒的商标,产品一律由这三家的德国啤酒厂在德国生产,严格按照德国传统工艺,坚守《纯正啤酒法》,不知不觉中,王礼竹也成为了《纯正啤酒法》的坚守人。

打造更纯正、更新鲜的德系啤酒

2014 年,王礼竹的成绩是 400 多吨,2016 年,王礼竹的成绩是一万余吨,三年间 25 倍爆发式增长背后,是执棋者的远见卓识,更是令人惊叹的经营能力。三年间,王礼竹开发、培育了沃德古堡集团的几十款土生土长的德国啤酒,让更多的中国消费者有更多机会喝上了纯正原装进口的德国精品啤酒,尤其是“沃德古堡”系列啤酒,在京东、沃尔玛等实力雄厚的线上线下平台皆有一些

坚实的爱好者。

然而,2017 年,国际上发生了两件大事,其一是人民币对欧元的汇率出现了大幅的上涨;其二是 2017 年上半年整个国际航运产业不景气,很多航运公司在那时陷入了发展的困境,带来的是跨国贸易间航运成本的增加。进口啤酒这一量大而利薄的产业受到了极大的影响。

在此背景下,王礼竹再次敏锐的意识到了,原装进口德国啤酒利好的时代已经告一段落。能否在国内生产德国品质优质啤酒呢?啤酒生产中最重要除了原料和工艺之外就是新鲜度和稳定,以往原装进口的德国啤酒虽然可以保证原料和工艺,但在漫长的航运过程中,啤酒往往会经历高温和摇晃,这些都严重的影响了啤酒本身的风味。如果在国内生产的话,一是在成本上有所降低,二是可以减少运输周期并保证运输过程中啤酒的稳定性,这两点意味着可以让国内消费者喝到质优而价廉的德国风味优质啤酒。

提出计划便去执行,这是王礼竹一贯的风格,在国内“标准啤酒”巨头正式切入之前,王礼竹与他的合伙人已经得到了葫芦岛市政府的支持,德国沃德古堡集团第一款在中国本土生产的遵循《纯正啤酒法》的优质德国风味啤酒“坦克车”已经正式投产。原材料完全由德国提供,由德国专家全程指导,没有漫长的航运过程和高温干扰,这款新鲜、纯正的德系“坦克车”将会在这个夏天打响啤酒消费旺季的第一炮,驶向中国餐桌。