

GR官荣总评榜 | 150元以下产品品鉴

## 景芝福酒



酒度:52%vol  
香型:浓香型  
G·R官荣评分:80  
原料:水、高粱、玉米、糯米、大米、小麦

年份指数:2

原浆指数:3

甜爽度:2

生产厂家:山东景芝酒业

G·R酒评:这款酒走的是低价平民的路线。口感没有大的挑剔,酒体中度偏轻,甜度较高,回味干净,香气上有水果醋香,浮香挺重。

## 老战士幸福号(裸瓶)



酒度:52%vol  
香型:浓香型  
G·R官荣评分:82  
原料:水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米

年份指数:2

原浆指数:3

甜爽度:2

生产厂家:四川老战士酒业有限公司

G·R酒评:这款酒还是比较成熟的一款酒,香气散发出甘甜的泥土气息和母糟的风味。酒体口感柔顺,风格较正统,回味干净。若是增加固态白酒用量,品质将会更高。

## 牛栏山二锅头净爽型



酒度:53%vol  
香型:清香型  
G·R官荣评分:80  
原料:水、高粱

年份指数:2

原浆指数:3

甜爽度:2

生产厂家:北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂

G·R酒评:这款酒从香气上看符合清香型白酒风格,闻香有舒适的麸皮味。入口干净爽快,是挺适合北方汉人的一款酒。

一瓶酒的奇幻旅行  
——探秘黄鹤楼酒“名酒基因”

周丽雯

作为中国名酒的黄鹤楼酒,高度重视产品质量和食品安全,企业实行基于风险评估的全面质量管理。公司从选好粮、酿好酒、选好酒、储好酒、管好酒、调好酒和装好酒七个环节强化质量控制,严格酒体设计与品评流程,加强产品全过程监控,确保了一瓶酒内在质量的稳定性。

## 萌芽:我是一粒被选中的种子

走进黄鹤楼酒酿造车间,蒸腾的热气袅升起,阵阵酒糟香味清冽扑鼻。酿酒师傅们正在上甑,他们一人一甑,轻撒匀铺,探气上甑,动作干脆利落。武汉厂区车间老师傅胡传德介绍道:“在黄鹤楼酒的生产理念里面,有这样一句话,‘向生产要质量,向质量要口感,向口感要风格,向风格要不同。’黄鹤楼清香型在酿酒的原料上,精挑细选了东北优质高粱,从源头上保证了酒的品质。”

在黄鹤楼酒武汉、咸宁、随州三大厂区,鳞次栉比的粮仓令人震撼,进入内部,更是干爽明亮,看不到一丝杂质。物流部粮食仓库管理员向记者介绍道:“采购来的各类粮食及原料,我们都要按照规划分别投入到不同的筒仓中。并在对应的筒仓下料口处标识粮食的类别、入库日期、库存状态、入库人、检验人、库存数量。无论是酿酒原料还是辅料,都必须储存在清洁干燥、防雨防潮、防虫防鼠、无异味的环境中,更不能与有毒有害物质或含水量较高的物质混存,要严防变质、虫害和污染。”

为全面保证食品安全,黄鹤楼酒业建立了专门的食品安全小组。由董事长任组长,直线狠抓食品安全,各部门负责人为组员,以质量管理体系和食品安全管理体系为依托,每年对照国家法律法规和标准要求,结合质量管理体系和食品安全体系内审、外审、管理评审,以及过程质量隐患专项排查和综合检查进行梳理,减少和消除食品安全、质量方面的不足和缺陷。

幼年:  
顺应天时而生劳动使我凝聚香气

好粮酿好酒,有了“好粮”,还需要严格的制作工艺、科学的质量管理,方能让“好粮”发挥作用。

黄鹤楼酒有着完善的技术质量管理体系——质量管理部承担着整体质量管理责

在追求质量卓  
越方面没有终点一说,  
一瓶黄鹤楼酒的一生,从选  
粮、科学配比到酿造管理、定  
级评审、包装物流的每一步  
都在诠释卓越质量管理  
的过程。

任,技术研发部主要负责产品的设计评审、验证确认及新产品小试,酒体设计中心拥有众多国家级白酒评委、高级工程师等大师级技术人才,负责酒体设计及感官品评管理,是黄鹤楼酒体质量的保障。

公司通过长期的经验总结,对每道工序的操作要求、规范,形成一系列标准化作业书,对于包装、灌装环节制定严格的质量验收标准。

对于黄鹤楼酒来说,全面质量管理不仅渗透到酒体工艺的每一个环节,更是贯穿了外包装诸如酒瓶酒盖、纸盒等外包装的整个生命周期。

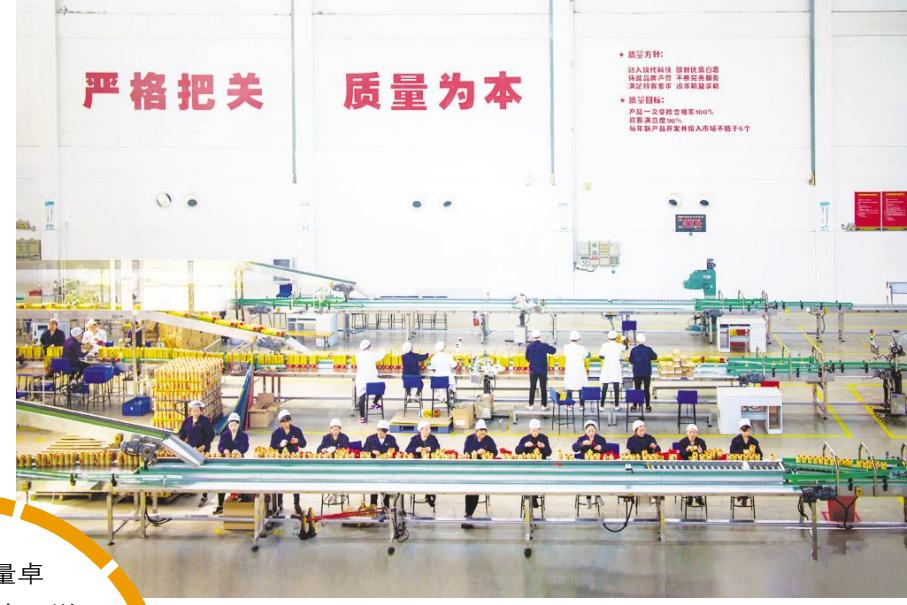
为保证产品质量,防止不合格品流入市场,黄鹤楼酒业执行严格的供应商管理制度,通过准入的现场评审、供方培训、增值审核、质量约谈、飞行检查等质量管理手段,确保原辅材料的供应质量。

对于出现的质量问题,黄鹤楼酒业第一时间组织评审,约谈供应商予以解决,对于重复出现的质量问题,则到供应商生产现场进行审核,提出改进要求,并跟进验证。对于不合格供方进行处罚,下发整改要求,并实行淘汰机制。

## 青年:

昂扬进取智慧使我大受赞誉

在黄鹤楼酒咸宁生产基地,记者发现了一个有趣的现象——生产基酒的洞酿车间,储存基酒的勾储车间,灌装、包装基酒的联包车间从西到东逐级排列,各级生产车间保持10米的高度位差,各生产车间自然融入到山水田园的掩映之中,看不到机械输送的痕迹。



严格把关 质量为本

球,中国食品发酵工业研究院副院长宋全厚,酿酒杂志总编辑赵形,国家级白酒特邀评酒委员梁金辉,在品尝过黄鹤楼大清香后,专家们一致评定此酒“无色透明、香气清雅纯正、陈香舒适,醇厚丰满、尾净余香、清香风格典型,绵甜爽净、清味协调、自然舒适、风格独特。”

自古诗酒不可分,美酒佳作,传为美谈。

2018年11月,国家名刊名家一行采风黄鹤楼美酒庄园,品尝黄鹤楼原酒。著名作家、《北京文学》社长助理王童在《抒怀汉阳》一行中写到,“长江交汇着汉水,汉水拥抱着汉阳。襟江带湖,千湖百转,波墨池泼出了七十年的流水年华”,表达了对黄鹤楼酒的喜爱。

黄鹤楼美酒,品质上乘,方能激发灵感、荡涤心灵,引无数风流人物竞折腰。

## “好喝不上头”的秘密

在资深的白酒老饕圈子里,流传着这样一句话“黄鹤楼酒好喝不上头,喝多醒得快。”带着疑惑,记者采访了黄鹤楼酒业技术质量中心副总监时宏伟,探寻黄鹤楼酒“好喝不上头”的秘密。

见到时宏伟时,他正在查看昨天晚上公司内部舒适度体验报告,他介绍说,黄鹤楼酒所有产品上市前都要经过六轮次舒适度实验。

第一轮由评审小组对酒体的色、香、味、格进行盲品、打分,评选合格小样。第二、三、四轮为公司内部试饮,是站在消费者角度从口感、饮后舒适度(是否口干、头痛等)给予真实评价及有效建议。第五轮由市场中心进行市场调查,邀请经销商、合作单位或忠实消费者进行舒适度体验。第六轮是由质量管理部组织评审小组对组合大样进行质量品鉴评审。

一代名酒的产生和发展,必然经历市场的反复锤炼与考验,得市场者得天下,而消费者才是市场中最具发言权的。只有深度了解掌握了消费者的口感喜好,方能稳居市场宝座。

然而,对于市场来说,消费者的喜好从来不是一成不变的。2016年,黄鹤楼酒与古井贡酒开启“双名酒”战略合作,为进一步稳定和提升黄鹤楼酒质量,黄鹤楼酒体设计大师定期走进市场,实地走访消费者,倾听消费者对于黄鹤楼酒的意见,不断改善产品品质。

2016年,黄鹤楼酒荣获第六届咸宁市政府质量奖,咸宁市政府质量奖是由咸宁市政府颁发的最高规格的质量奖。黄鹤楼酒党委书记、董事长许鹏表示:“获得咸宁市政府质量奖是对黄鹤楼酒业全面质量管理工作的肯定,同时也为公司内部管理提升提供了方向与目标,提高产品质量是我们一切工作中的重中之重,追求白酒品质的提升永无止境。未来黄鹤楼酒业将继续加强科学管理工作,继续树立管理服务学习提升年,全面做好科学质量管理。”

## 黄克兴:在重构动态平衡中赢得未来

“稳中有进”:一个是“稳”,不会大起大落;“进”不仅仅是规模的“进”和经营质量的“进”,而是包括产品质量、服务水平、管理水平等各方面全方位的提升,从而为消费者创造更多的价值。

新动能:勇于打破单一旧平衡,  
率先构建多维新平衡

平衡是动态的,商业发展中不断发现平衡、寻找平衡、调整平衡的过程就是前进的过程,也是新动能释放的过程。黄克兴表示,新动能的来源,就是要勇于打破每个领域单一的平衡关系,率先构建多维的平衡生态。

黄克兴提出要在四个方面构建平衡:第一,构建员工利益、股东利益、消费者利益和社会利益的平衡。第二,构建经营利润与市场份额的平衡。第三,构建短期做大和长期做强的平衡。第四,构建质量和效益间的平衡。要实现这些平衡,要勇于打破单一平衡,率先构建多维平衡。

黄克兴表示:“在产品结构上,我们要打破单一平衡,重构多边平衡。过去,消费者习惯餐桌上是‘有一瓶’,现在是有一套,这些以消费者为导向的新产品,就是青岛啤酒正在重构的产品多边平衡。”

在生产模式上,打破单一的规模效率平衡,重构柔性化生产效率、规模的平衡。在过去,规模和效率仿佛是一个跷跷板的两端,只要平衡好了这个跷跷板,企业自然会取得成功。而如今,我们又加入了更多维度,要实现



小批量、柔性化与规模、效率之间的多边平衡。

在销售渠道上,打破单一的链式平衡,重构立体交互新平衡。在过去,销售就是一个把产品卖给经销商、卖给消费者的单向通道,而如今,已经转变为覆盖整个互联网、社区、终端的全渠道销售。

在品牌与人的关系上,要打破单向传播的平衡,重构体验与互动的平衡。在过去,消费者对于品牌的认知可能只是一个广告。而如今,品牌的概念已经更加广泛,青岛啤酒已经不仅仅是一瓶啤酒,它更是为消费者提供

的体验、提供的服务、提供的文化与生活。

在组织结构上,要打破自上而下的或自下而上的金字塔塔式平衡,重构循环互动的价值生态平衡。在青岛啤酒,企业与员工不仅仅是上下级的关系,更加关注组织与员工携手创造。只有形成消费者利益、员工利益、股东利益和社会利益的多维平衡,企业才能做到健康可持续发展。

“唯改革进,唯创新者强。展望未来,不断推进的高水平开放将持续增强中国经济的活力,作为中国品牌我们充满信心。”

(据中国酿酒网)