百酒百科 | Encyclopedia

葡萄酒中的收敛感指的是什么?

在红葡萄酒的品酒词中，你可能会看到“这款酒入口有些收敛……”这样的表述。收敛?是说这款酒不够放肆,还是说这款酒有点严肃不够亲和? 对于葡萄酒中的收敛感(Astringency),且跟随笔者一起来认识一下。

1.什么是收敛感?

收敛感是葡萄酒品鉴中经常用到的一个表达词汇,在茶文化中也有相似的说法。收敛感具体表现为嘴巴或喉咙部位所感受到的涩缩、干紧或皱巴巴的感觉,在舌苔上的体会最为典型。因口腔收敛会让人觉得涩嘴,因而在生活中,人们也常把收敛感称之为涩。

在葡萄酒品鉴中，收敛感更多地偏向于指口感(Mouthfeel)上的感触,而非味觉(Taste)上的感受。一般来说,强烈的收敛感会给人一种“突兀”的不适,让整个口腔四周变得粗糙、有颗粒感。而轻缓的收敛感则容易给人一种细微、精致的感觉,更能彰显出所品鉴葡萄酒在口腔中的顺滑质地。

2.收敛感是由什么因素引起的?

在葡萄酒中，口腔的收敛感是由单宁(Tannins)带来的。除了红葡萄酒外,茶、咖啡、一些水果或草本植物也含有单宁，因而在吃食这类东西时，我们也常常会觉得嘴里干紧微敛。

实质上，口腔中产生收敛感的原因是单宁附着在口腔或喉咙处的黏膜上，使口腔单细胞菌类的蛋白质凝固,产生不透水物质,进而使口腔局部肌肉收敛,唾液分泌减少,生发出干涩之感。可见,收敛感其实是刺激触觉神经末梢造成的结果,并非味觉上的感应。

值得一提的是，饮用单宁丰沛的红葡萄酒虽然也会有敛嘴和唾液减少的情况，但因为这类红葡萄酒同时拥有比较高的酸度,酸度能刺激唾液腺分泌唾液，从而使口感达到平衡。这也说明了为什么人们在评判葡萄酒的品质时，总是需要重视并权衡葡萄酒中各个元素之间的平衡。

3.除了葡萄酒,还有哪些食物或饮品会给口腔以收敛感?

为了更好地体味收敛感在口腔中的变化，你可以试着品尝丰富多样的食物或饮品来细细感受。

除了红葡萄酒，很多食物或饮品也会给口腔带来收敛的口感，如阿萨姆 (Assam)红茶、第一泡大吉岭红茶、年轻的生普洱茶、玫瑰花茶、丁香、肉桂、石榴、柿子、纯黑巧克力、香蕉皮和未成熟的水果等。**(据红酒世界网)**

广告

《实用酒度换算全书》出版发行

国家白酒评委刘军先生编著的《实用酒度换算全书》是您从事白酒业的得力助手,是白酒生产、勾兑的必备之书！尤其在酒度、质量、体积、密度间的换算及实验室小样勾兑、原酒销售、有关生产白酒国家标准等方面均作出了充分诠释,从而使该书更具有方便、实用性强等特点。

价格 86 元/本(含邮资)
联系电话:13305585398
联系人:刘先生

啤酒身上“穿”:有品味和沉淀的“中国式审美”

■ 青宣

2月14日,纽约时装周中国日拉开帷幕，青岛啤酒跨界中国首家潮流品牌集合店 NPC 亮相纽约时装周，成为首家登陆纽约时装周中国日的啤酒品牌，带来一场用经典连接时尚的跨界国潮秀,让现场观众倍感意外、大呼过瘾。同时,青岛啤酒携手天猫国潮行动,以“百年国潮”为主题,以青啤百年历史文化为灵感,玩转国潮大势,限量版走秀款国潮时装也将同步在天猫平台新品首发，与广大潮人们见面。

要说一个兼具时尚与前卫的城市,很多人首先会想到纽约，每年的纽约时装周无疑是这座城市的时尚焦点,而在今年这场全球潮流盛事上，来自中国的青岛啤酒化身“百年国潮”惊艳全场。

“进军”时尚圈 青啤亮相纽约时装周中国日

作为世界时尚潮流中心，纽约时装周在全球四大时装周中历史最为悠久，至今已有76年的历史,不断簇拥着众多国际知名品牌,竞相展示下一季最潮最 IN 的潮流设计。纽约时装周中国日则成为集结中国当代设计力量、连接中国时尚与全球市场的平台,展示着时装、潮流界的“中国创造”和“中国设计”,不断成为潮流爱好者们高度关注的热点话题。

据了解，此次纽约时装周中国日以“YOUTH MADE CHINA”为主题,遴选中国当代青年文化代表性品牌登上纽约时装周,向世界重新呈现着敢想敢为的本土青年时尚、潮流文化,吸引了众多业界权威人士与顶级媒体的关注。

诞生于1903年,作为全球消费者耳熟能详的中国品牌，此次青岛啤酒携手纽约时装周中国日，联合打造时下最能打动年轻人的潮服和周边潮品，向世界展示有着116年历史的“百年潮牌”,满足“中国青年”对个性及品质的追求。

“啤酒”味潮服 跨界演绎潮味“中国时尚”

参加此次纽约时装周中国日，青岛啤酒特邀 NPC 旗下设计团队定制秀场联名单品,不仅采用了2019年秋冬男装最前线的流行趋势，同时也将青岛啤酒的百年潮流元素巧妙而有趣地融入在了时装的细节之中。

纽约当地时间下午5时，当走秀男模身着白色羊羔绒潮服与男款胸包出现在纽约时装周中国日秀场上,顿时引发现场一阵惊叹。此次青岛啤酒联名推出的时装白色羊羔绒潮服上,右胸刺有国人熟知的经典“青岛啤酒”品牌 logo;左手袖口刺有的中国字“好”和右手袖口刺有的数字“1903”,则完全取材于青岛啤酒经典 1903 系列历史瓶标上的原版字样。走秀时装口袋细节处绣有 “中国的·世界的”字样,“民族的就是世界的” 设计理念展露无遗,同时也传递着着中国人爱饮的青岛啤酒,正发展成为全世界人爱饮的青岛啤酒。

除此之外，青岛啤酒还向全世界全新发布了经典 1903 复古罐产品,复刻了百年前经典瓶贴画面的匠心细节，让现场观众爱不释手;在秀场上,铝制瓶身巧妙地安插于走秀款胸包之中,既俏皮又时髦,通过产品的复古元素与国际时尚潮流的碰撞，让世界看到青岛啤酒潮流时尚里的中国气质。

为展示最好的视觉效果,NPC 主理人李晨 nic、潘玮柏也为秀场 LOOK 提供不少搭配建议,让现场观众无不惊艳其用心之巧妙,纷纷赞叹不已。在谈到此次跨界合作时，李晨 nic 表示:“青岛啤酒一直是我很喜欢的啤酒品牌,100多年始终保持对品质的追求，这也与 NPC10 年坚持不变的初心和使命，默契投缘。因此我们希望通过双方的跨界合作,能够让经典与潮流巧妙结合，为大家带来更多元更时尚的潮流生活体验。”

连接经典与时尚 精心慢酿致敬“中国匠心”

作为此次纽约时装周中国日最熟悉的中国元素,“中国日” 标识上的中国龙的形象早已深入人心。同样,作为拥有116年历史的中国民族品牌，包括美国在内的海外民众对青岛啤酒也并不陌生。

作为中国国货出海的代表品牌，青岛啤酒目前已经远销全球 100 多个国家和地区,成功树立了“高品质、高价格、高可见度”的中国品牌形象。此次青岛啤酒登上世界顶级时尚舞台，也在向全球展现中国百年潮牌的文化自信。

“跨界不是简单的品牌联合和元素堆砌,而是将品牌的文化和品牌的精神跨界，这次青啤也把‘精心慢酿’的百年匠心带到了跨界合作中。”纽约时装周中国日主办方迅驰时尚创始人兼 CEO 方涛表示。116年来,青岛啤酒始终坚持“慢、专、精”的工匠精神,对每一瓶啤酒的品质精益求精,而在此次时装跨界中,不管是秀场潮服、包包还是模特的配饰,都非常地凸显质感，让人也感受到青岛啤酒的百年来所坚持的“精心慢酿”。“这让青岛啤酒此次跨界国货与所谓的‘爆款’有着很大的区分度,碰撞出国潮新的火花,达到了国际品质。”

此外，与以往其他品牌的国潮跨界不同,青岛啤酒此次和 NPC 的合作,也大量运用了青岛啤酒的百年历史、文化元素与时尚融合,此次展出的潮牌时装、复古产品的灵感元素,都源自青岛啤酒历史产品和老广告海报。对于这次跨界尝试,青岛啤酒品牌管理总监朱佳怡表示:“青岛啤酒是一个有着116年历史的民族品牌,有着非常深厚的文化积淀,此次跨界将青岛啤酒的经典历史文化和年轻的潮流品牌结合,创造出年轻人喜欢的产品,同时希望作为一个百年潮牌,能够助力国货出海,为文化多元的输出多出一份力。”

联手天猫国潮行动 青啤限量版潮服天猫发售

这场中国文化的潮牌热度，也从纽约时装周中国日秀场延伸到整座城市。在纽约时代广场,变化炫目的青岛啤酒经典 1903 复古罐与时尚优雅老广告画，引发着非常高的回头率。而在此次纽约时装周中国日潮服发布之后，青岛啤酒潮服受到了众多纽约年轻人的喜爱和追捧，限量复古罐产品和走秀款时装的限时发布，更在纽约街头引起了民众排队追售。

“在迈阿密经常会喝到青岛啤酒,我非常喜欢中国文化,也希望有机会去中国看看。这次青岛啤酒走秀时装太有趣了，非常有特色和内涵,啤酒、汉字等这些元素非常具有吸引力。”专程从迈阿密来到纽约时装周的时尚达人布鲁克说，“穿上这身啤酒潮服一定会‘火’,真希望能够买到一套。”走秀刚结束,布鲁克就迫不及待想亲身感受，并多方打听追到了青岛啤酒走秀款时装潮牌 show 店。

同时,青岛啤酒联手天猫国潮行动,将在天猫同步限量发售青啤国潮走秀时装。

加加林时代的宇航员是如何把酒带上太空的?

■ 凤凰

“小破球”的票房仍在持续走高,出乎不少人的预料,最后拯救地球的并不是什么黑科技,而是一瓶酒。“你知道加加林时代的宇航员是如何把酒带上太空的吗?” 即使在太空中,俄罗斯人也不能没有节日,更不能免掉和朋友干杯,今天,我们来为你解答“战狼之问”。

夹带私货手法很多

酒这种暖身饮料最早于1971年被带上太空,目标是“礼花7号”轨道站。当时,一位宇航员恰好过生日，他的朋友们将一瓶白兰地藏在血压计中带上太空。有意思的是,检查委员会曾在不同空间站发现过几十处藏酒的地方。官方人士对此并不否认。俄宇航员选拔总委员会联合主席维亚切斯拉夫·罗戈日尼科夫就承认,几乎所有宇航员都有这样的“私藏品”。他说:“这是完全不允许的,我不知道这些酒是怎么带上去的。”

苏联英雄、宇航员伊戈尔·沃尔克就讲过怎样往宇宙飞船上夹带私货。1984年乘坐“联盟号”飞船升空之前,他买了两桶酸黄瓜和一些白兰地。“座椅在飞船上要定中心,因此不能携带超过计算重量的东西”,沃尔克说,“但我和搭档瓦洛佳·扎尼别科夫在起飞前一周除了面包和茶什么都不吃,瘦了近2公斤。把东西封好,穿宇航服时把它们放在里面。就这样起飞了,肚皮上放着酸黄瓜。”

还有的人使用飞船上的文件藏酒。“那是很厚的一摞文件,去掉封面,用装酒容器代替里面的页面。装一升到一升半没问题。最重要的是别让酒晃荡出响声。”宇航员格奥尔吉·格列奇科曾在太空中度过了134天20小时32分58秒。他说,宇航员在空间站必须做体操以防止肌肉萎缩,每天至少2小时,飞船上备有专用服装，里面有迫使肌肉在失重条件下工作的装置。宇航员们就在换岗时利用它留下“私货”。

太空喝酒需要想象力

在太空没有重力的情况下喝酒并不容易,《流浪地球》中,马卡洛夫装酒的容器是一个类似于喷壶的瓶子，这是战斗民族太空饮酒多年所总结出的经验。老马的前辈们就没有这么好的经验可以借鉴了。“有一次,我在体操服里发现了一个一升半装军用水壶,写着‘刺五加’”,格列奇科回忆说,“可里面是白兰地! 我们算了一下,这些酒可以供我们每天睡前喝8.5克,但我们只喝了半壶,剩下的根本就喝不到。因为液体倒不出来,用力挤压就会和空气混合成泡沫。因此我们不得不把剩下的半壶酒放回原处。”

“下一批宇航员回到地面说他们喝光了白兰地之后,你不知道我有多惊讶。怎么会?原来他们想到了一个办法。一名宇航员飞到空中,用嘴咬住酒壶口。另一人轻轻向下打他的头。第一个人会往下飞,这时液体就随惯性灌到他嘴里。然后两个人交换位置。”

在太空饮酒,除了高等教育之外,还得有至少中等的想象力。

呼吁空间站饮酒合法化

许多宇航员认为，空间站禁酒令有害无益。但在空间站呆了184天的亚历山大·拉祖特金就公开说:“有一次,由于意外情况,机舱内的空气成分发生了变化。甚至地面控制中心的医生都建议我们喝点酒中和有害因素。”

两次获得苏联英雄称号的瓦列里·柳明也说:“飞过的人都会告诉你：在太空中喝一口白兰地会消除紧张。我就在起飞前买了12瓶亚美尼亚白兰地，把它们倒入带拧盖的塑料包里。最难的是绕过层层检查。新空间站在工厂的时候我和机师在里面进行适应训练。我利用这一机会，在几个秘密地方藏了6升酒。考虑到半年的飞行计划,这并不多,并且还有两批考察队到来,这又是6个人。

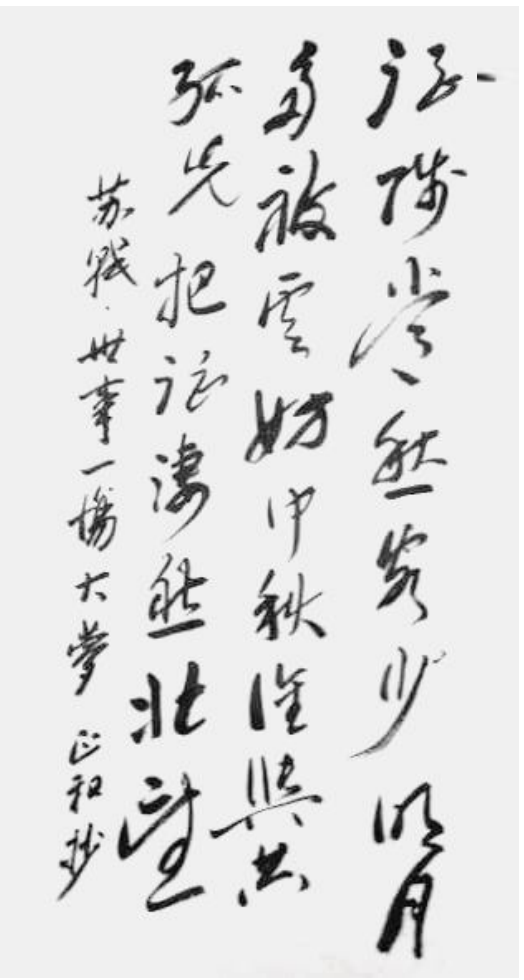
最后，瓦列里·柳明呼吁道:“我认为,应当让空间站合法拥有少量酒精。”但显然这样的呼吁在太阳飞离太阳系之前是不可能被各国采纳的。

尽管太空不能饮酒，但不代表酒不能上太空,2012年,牛栏山酒厂的“牛栏山一号”清香型低温大曲曾随神舟九号飞船在外太空遨游13天,经过太空微重力、宇宙辐射、复杂电磁环境等多种因素对生物体的诱变作用,曲种的活性微生物种群会发生变化，有助于改良液化酶、蛋白酶、糖化酶等酶系活性,并最终提升酒的口感。

尽管太空饮酒听着是一件很浪漫的事情，还是要提醒大家，无论是开车还是开飞船,道路千万条,安全第一条,行车不规范,亲人两行泪。

正和专栏 酒中书味 54
The taste of book in liquor

黄正和 中国电视艺术家协会会员、四川视协原常务理事。先后在攀枝花报社、电视台、四川省电视台、都江堰市电视台从事记者、编导等工作。1998年担任四川省电视艺术制作中心主任。曾任攀枝花市、都江堰市书协理事,多次参加全国书法展。



江山专栏 每周酒歌
Weekly oenopoetic

章多篇,出版有诗集《与梅对视》《五十年》。川省作家协会会员，在各类各级媒体发表文市嘉陵区供销社，中国科普作家协会会员,四江山,本名蒋川龙,现供职于四川省南充

跃州 金芮/摄影

春天酒醉

——酒诗系列之九十二

我在远方　田野忙碌起来
等春天到来　麦苗青青
酒未醉　农人心里
燕已来　播下一年希望

江河奔腾　脱下冬装
歌声欢快　我们走出家门
幸福人儿　整理好行装
已在身边　一路向前