

广告

具有收藏价值产品品鉴

舍得



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:92
原料:水、高粱、小麦、大米、糯米
年份指数:5
原浆指数:5
甜爽度:5
生产厂家:四川沱牌曲酒股份有限公司

G·R 酒评:这款酒是一款值得推荐的白酒。它集合了醇厚与细致、饱满与优雅的对立属性。它有浓郁的窖香、陈酿的酱香、飘逸的粮香和优雅的炒芝麻香,它的结构优秀,醇厚细致,饱满优雅,层次、节奏感好,回味干净爽畅,带点糟香,余韵悠长,让人回味无穷。

茅台集团普天同庆15 年年份珍藏酒



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:90
原料:水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米
年份指数:3
原浆指数:5
甜爽度:3
生产厂家:贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司

G·R 酒评:此款酒微黄的酒体稍显年轻,却有着较浓郁的老窖香气,五粮香味、水果香气自然地融合在一起。酒体酸度含量适中,入口强劲、厚重,质感宽阔、甘甜,余韵悠长。这款酒经过陈年贮存后品质会更好,值得珍藏。

五粮液锦绣前程荣世



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:90
原料:水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米
年份指数:3
原浆指数:5
甜爽度:3
生产厂家:宜宾五粮液股份有限公司

G·R 酒评:这款酒系名门之后,香气浓郁,粮香舒适,窖香幽雅,口感圆润,甘甜爽净,余韵悠长。美中不足的是酒体中略有馥味,因此影响了其评价分数。综合各项因素,这款酒仍不失为一款经典的酒体。

茅台汉酱酒



酒精度:51%vol
香型:酱香型
G·R 官荣评分:89
原料:水、高粱、小麦
年份指数:3
原浆指数:4
甜爽度:89
生产厂家:贵州茅台镇厚土坊迎宾酒业股份有限公司

G·R 酒评:贵州茅台酒股份有限公司G2R 酒评:浓郁的酱香引人举杯,酒未入口,其舒适的香气已沁入肺腑,酱香优雅,陈香恰到好处。入口后,酒体细腻柔和,醇厚丰满,回味悠长,风格突出。

中葡酒业“三箭齐发”，三大品类新品竞逐新消费市场

■ 阳关

日前，中葡酒业连发尼雅传奇等多款创新酒饮，包括运用国内首创膜分离技术的天方夜谭葡萄富集酒，以及结合新疆独特生态林果资源开发的系列果味白兰地等。多款新品的面市，意味着中葡酒业加速布局新消费市场，在消费多元化时代，紧抓消费趋势，以创新产品和卓越品质满足和提升消费者价值体验。

风土坚守
以工匠精神开启传奇篇章

坚守初心，坚持做高品质、代表产区典型风格、有生命力的葡萄酒，走自主创新之路的中葡酒业，自 2009 年开始，携手中国农大食品科学与营养工程学院葡萄与葡萄酒研究中心主任、国家葡萄产业技术体系首席科学家段长青教授团队，对新疆玛纳斯小产区风土展开了近十余年的深入合作，“尼雅传奇”正是这一创新研究成果的体现。段长青在现场讲到，“尼雅传奇”在风土与科技创新酿艺上，不仅打破了中国葡萄酒行业的边界，也在个性化以及品质的提升、陈年潜力等方面达到一个新的高度。这些创新运用的成果在国内外顶尖权威学术期刊《Food Research International》、《食品科学》等进行了多次发表，填补了国内外葡萄酒相关研究的空白。

尼雅传奇的诞生，代表中国小产区风土的创新，不仅建立了以中国风土研究完备的大数据和系统模型，更是引领了行业科技创新向纵深发展，也是中葡酒业在产业高质量发展的今天，专注于品质理念与用户价值的内在印证。

创新驱动
以品质引领国产葡萄酒个性发展

2021 年全国两会政府工作报告中指出，“十四五”时期主要目标任务之一是“坚持创新驱动发展，加快发展现代产业体系”。“尼雅传奇”紧扣这一主旋律，充分体现了葡萄酒产业创新发展的硕果。“尼雅传奇”的创新之处，首先体现在深耕风土、个性创新上。中葡酒业团队历经十余



年从地块、土壤、微气候等因素展开了科学分析，进行优质品种引进、改良树形等方面进行反复实验研究，建立了国内首个葡萄酒小产区，在此基础上根据的支撑下，确立 5 个表现出色的品种，浓郁饱满又具陈年潜力的赤霞珠、细腻精致的品丽珠，果香奔放的马瑟兰，柔和甜美的美乐，复杂风味的小味儿多，为尼雅传奇的葡萄原料。

其次是科技赋能，品质创新。据悉尼雅传奇五个品种的创新混酿工艺配比，历经上万次的大数据分析和严密推敲，最终确定出不同品种的风土特征和最佳比例，来充分表达玛纳斯小产区风土特性，赋予“尼雅传奇”合而不同的个性化魅力。发布会现场，中葡酒业技术总工程师成池芳详细分享了尼雅传奇的风格特点。尼雅传奇 2018 年份赤霞珠，骨架强劲，单宁有力量感，具有丰富的层次感与复杂度，尼雅传奇 2018 年份马瑟兰，花香、果香浓郁奔放，圆润饱满，单宁细腻柔滑，两款酒个性鲜明，又极具窖藏潜力。当天亮相的还有天方夜谭葡萄富集酒，以创新智膜技术引发关注和讨论。此款产品所采用的是极具创新性的渗透汽化特种膜分离技术，中葡酒业生产管理部经理党国芳指出，“运用特种膜分离技术生产葡萄富集酒，在行业尚属首次，该技术完全不同于传统高温蒸馏，在温和的生产工艺下，葡萄酒中的酒精和香气等成分被充分保护和富集，最终生产出酒香丰富怡人、入

近日，中葡酒业“十年一剑，缔造传奇——尼雅传奇新品发布会”在成都举行，宣告旗下具有小产区风土特色并融合创新技术的新品面市。除此之外，中葡酒业还一口气连发了多款创新酒饮，包括运用国内首创膜分离技术的天方夜谭葡萄富集酒，以及结合新疆独特生态林果资源开发的系列果味白兰地等。多款新品的面市，意味着中葡酒业加速布局新消费市场，在消费多元化时代，紧抓消费趋势，以创新产品和卓越品质满足和提升消费者价值体验。

口醇和、回甘、特点鲜明的葡萄富集酒。该技术是一种颠覆性的创新技术，将在未来引领产业的创新和发展。”

现场还为年轻消费群体带来了社交化、悦享型果味的白兰地。

此外，中葡酒业以创新思维布局品质的质量安全体系建设，率先推行全流程可追溯管理体系，构建食品安全监测及数据库，并联合食品发酵工业研究院等权威科研单位建立涉及产品质量安全的 74 项指标名录，全方位、全链路为用户把好品质关。

新疆产区风土创新表达
中葡酒业领航玛纳斯小产区发展

中葡酒业所在的玛纳斯县是目前国内发展较好的葡萄酒小产区，2018 年 9 月，中国酒业协会为玛纳斯颁发“全国唯一的酿酒葡萄认证小产区”证书，这是我国首个获得认证的小产区。

段长青曾表示，天山北麓独特的地形与气候为小产区的科学划分以及认证提供了有利条件，而获得认证后，企业应发挥产区多样化风土的特色，为多元化的市场打造个性化产品。中葡酒业作为新疆葡萄酒的龙头企业，始终专注于为用户提供高品质生态葡萄酒，以科研创新引领天山北麓小产区的发展与繁荣，今年新推出的三款产品，不仅是天山北麓

葡萄酒产区的品质代表，更是行业的创新实践代表。

可以预见的是，中葡酒业今后将以尼雅传奇、天方夜谭葡萄富集酒以及果味白兰地三大创新力作诠释何为天山北麓葡萄酒产区标杆品质，领航中国葡萄酒小产区发展。中葡酒业所在的新疆昌吉州人大常委会党组书记要建军介绍，昌吉州地处天山北麓，是新疆乃至全国最重要的酿酒葡萄产区之一。中葡酒业作为昌吉州的龙头葡萄酒企业，为天山北麓葡萄酒产区的高质量发展作出了卓越的贡献。中国酒业协会执行理事长王琦在发布会上表示，随着国内消费的升级，消费对葡萄酒产品品质和个性化需求有了更高的要求，这是国产葡萄酒企业的发展机遇。其中，小产区葡萄酒更合适中国葡萄酒的未来发展新方向。

在国货大时代的消费形态下，创新驱动、品质为先，同时融入健康、生态、文化等要素的产品与品牌，将更受消费者青睐，中国食品工业协会副秘书长杨强表示，当前中国葡萄酒消费的口感更偏向圆润、细腻，尼雅传奇凭借创新技术与高品质必将受到中国消费者的喜爱，赢得市场。中葡酒业董事长李向禹表示，中葡酒业以创新之姿和不变的工匠精神，迎战新消费时代，推出科技与品质双重突破的混酿力作，开创行业先河。尼雅传奇将引领国产葡萄酒的品质发展，成为市场价值标杆。中葡酒业副董事长、总经理苏斌表示，中葡下一步将走向更细分的研发领域，深挖科技创新，为消费者提供独具中国特色的葡萄酒，与中国领军葡萄酒企业、品牌、科学家携手打造更亮眼的中国葡萄酒产业。

钟方达：跑出“加速度”的习酒 将向更高目标迈进

■ 程亚利

“目前习酒正在推进技改扩建工程，到 2026 年习酒将达到 10 万千升产能，实现 54 万千升储备能力，为未来向千亿级企业迈进打下坚实基础。”

在 4 月 16 日由贵州习酒、安酒联合主办的 2021 贵州白酒企业发展圆桌会议上，习酒公司党委书记、董事长钟方达如是说。通过钟方达的一席话可以看出，在跻身百亿阵营后，习酒正大踏步地向更高目标迈进。

作为贵州白酒企业平等交流、相互学习的重要平台，贵州白酒企业发展圆桌会议已成为中国白酒产业重要的观点聚集地。今年的会议围绕“一流产品、一流企业、一流产业、一流产区——锻造贵州白酒产业集群新黄金时代”主题，一起探讨问题，交流思想，助力贵州白酒产业集群高质量发展。

钟方达表示，习酒将牢记贵州白酒企业圆桌峰会共识，信守诺言，以身作则，打造一流产品、建设一流企业，以“开放、共享”的理念在生产、物流、储运、销售、管理等各环节与同饮一河水的兄弟企业紧密交流、加强合作，共同发展一流产业、建成一流产区，共同守护好酱酒美誉，树好贵州产区这块靓丽的名片。

跑出“加速度”的习酒
2021 年剑指 120 亿

一组数据显示了习酒近年来高速发展的成果和内在的强劲动能。自 2016 年以来，习酒销售额每年以 10 亿级以上的体量在递增。其 2016 年—2019 年销售收入分别为 25.66 亿、35.78 亿、56 亿和 79.8 亿，并最终在 2020 年实现营收 103 亿，成功跨过百亿大关。习酒进入“百亿俱乐部”，晋升行业头部阵营，对酱酒板块而言，是一种荣耀和动力。伴随“酱酒热”的良好发展态势以及习酒的崛起，无疑加深了酱酒品类的强势地位。

众所周知，在白酒行业中进入头部阵营的酒企具有一些共性。首先，头部酒企在某一



香型品类中占据强势地位。例如茅台、五粮液、汾酒在各自香型领域的品类占颌。在这方面，习酒做得可圈可点，其在酱酒板块的地位仅次于茅台。数据显示，习酒品牌价值在去年已达到 656.12 亿，位列中国前八大白酒品牌，中国第二大酱酒品牌。

其次，在产品架构上，头部企业至少有一款大单品加持，并实现全国化扩张。茅台、五粮液自不必说，分别凭借飞天、普五成为行业翘楚。而习酒则是依靠习酒·窖藏 1988 和君品习酒来驱动公司前进。2020 年习酒·窖藏 1988 与君品习酒共占习酒销售总量的比重已接近 65%，大单品驱动习酒发展的趋势十分明显，高端产品核心地位也得到了进一步巩固。

此外，在上述大单品的带动下，习酒的全国化发展战略进一步落地。2020 年习酒省外市场营收同比增长 45.91%，销售占比达到历

史最高的 70.6%。

迈入头部阵营的习酒，显然有了更大的发展底气。据习酒方面在 2021 年全国经销商大会透露，2021 年的经营目标为销售额 120 亿元。在业内人士看来，在酱酒热潮的带动下，习酒 2021 年完成 120 亿元销售目标难度不大。习酒在成功实现百亿目标和全国市场的拓展后，开始在产品结构端进行发力，向高端进行转型发展，这不仅迎合了当下行业和酱酒的发展趋势，也更加为习酒百亿后时代提供增长动能的保证。

发展动能强劲
习酒向更高目标迈进

百亿之后，习酒开启了崭新的征程。习酒到“十四五”末，力争实现 200 亿的销售收入，每年实现 15%—20%的增长，向着全国强势品

牌迈进。

在此次圆桌会议上，钟方达表示，2021 年是“十四五”开局之年，习酒将加快建设，向“10 万千升产能，200 亿级企业”的目标迈进；做强品牌，树立“质量就是生命”的品牌理念；加大品牌传播，借助央视“品牌强国”高端媒体传播习酒品牌，以消费者为王；坚持走中高端品牌发展路线，持续健全网络布局；强化科技创新，驱动转型升级；坚持以信息化带动工业化，探索技术创新，增强人才力量。

而对于习酒的发展，习水县政府曾公开表示，将一如既往地支持习酒发展。在酿酒原料方面，大力发展有机高粱，全力支持和保障习酒原材料，并改善习酒发展内外环境，大力支持习酒公司新一轮扩能技改。同时，习水还将加大对习酒的保护力度，持续加大白酒市场打假保真高压态势，推进习酒市场健康发展。

据悉，习酒即将完成“十三五”时期新增 2.1 万千升产能及配套项目。待该项目完成后，习酒将在产能规模和综合实力上实现“再造一个习酒”的目标。同时，习酒还将高质量配套原料基地，力争新建基地 32 万亩，达到 47 万亩，并继续增加包材的就近配套占比。

市场方面，习酒在对河南、山东、广东三大核心战略市场成功打造后，将向纵深发展，而江苏、浙江、福建三大重点市场则有望以三大核心市场为样板，为百亿后时代习酒的增长提供新的动能。

此外，“十四五”时期，习酒还将分两期推进技改项目建设，在 2026 年达到 10 万千升产能，实现 54 万千升以上的贮酒能力。产能的提升、基酒储备的增加，这为习酒市场深度全国化和产品结构升级打下坚实基础的同时，也将为习酒向更高目标迈进提供最大保障。

当前，品牌头部化和酱酒热是白酒行业最明显的两大趋势和特征。而习酒不仅是行业的头部品牌，更是酱酒的中流砥柱。可以预见的是，习酒的发展将会得到更大的赋能。期待习酒的发展！