

广告

广东省名优酒鉴赏

玉冰烧



产于广东省佛山市石湾酒厂。广东省佛山市古属广州，酿酒历史悠久，据《熙宁酒课》载，宋代已有酒业。民间有酿制和饮用时令酒的风俗，蒸酒业于清代盛行。道、咸、同年间以陈总聚(陈大吉)为最有名。近则推三元市之人和悦号。道光十年(1830)建“陈大吉酒庄”承袭传统工艺，酿制“醇旧太吉酒”，成为地方名酒。1956年改建为陈大吉酒厂，1968年易为现厂名。其名取酒液如“玉洁冰清”之意。

鼓味玉冰烧属其他香型小曲白酒。酒液晶莹透明，醇和甘爽，入口醇滑，酒味谐调纯正，入口醇滑柔和，不淡而余味爽，酒内具有浓厚的米香和豉肉香气的独特风味。

珠江桥牌鼓味玉冰烧于1981年被评为广东省优质产品。于1984年获轻工业部优质酒称号和银质奖。最后在1984年及1988年的中国第四、五届评酒会上荣获国家优质酒称号及银质奖章。

九江双蒸酒



产于广东省南海县九江酒厂。南海酿酒历史悠久，唐代已有酿酒业。宋代酿有“真一酒”著称，清代道光年间，良乡镇酒业发达，以“友隆兴酒庄”所酿酒品，质量最佳，因采用两次发酵重蒸而得“良乡双蒸”。1956年将各酒坊和酒庄合并改建成九江酒厂继承传统工艺，继续生产此酒，易为九江双蒸酒。

九江双蒸酒属其他香型小曲白酒，酒液色清透明，玉洁冰清，豉香纯正，醇和细腻，甘滑柔绵，余香绕舌。

珠江桥牌、远航牌九江双蒸酒古称良乡双蒸酒。于1984年被评为广东省优质产品，同年获轻工业部酒类质量大赛铜杯奖。

长乐烧



产于广东省五华县长乐烧酒厂。长乐烧已有300多年酿造历史，相传明末清初之际，当地人发现玳瑁山的泉水清冽甘甜，用此水酿造出的小曲米酒味美，醇甜甘冽深受人喜爱，逐渐闻名粤东地区。因当时县名长乐，此酒故名“长乐烧”，进而远近闻名流传至今。

长乐烧属米香型小曲酒。酒液色清透明，米香浓郁优雅，入口醇厚绵柔，感觉清爽甘润，具有回甜效果，质美甘冽，受人喜爱。酒度为55°。

长乐牌长乐烧于1977年，获选为广东省优质酒。1979年及1983年，再膺此誉。其间，并在1979年的中国第三届评酒会上，荣获国家优质酒称号及银质奖章。1984年，亦获得轻工业部酒类质量大赛铜杯奖。

端午进行“曲”

——追赶端午的制曲女工奔向百亿的贵州安酒

云酒头条

凌晨4点，当整个土城古镇还沉浸在梦乡时，李玉香家的灯光已经亮了起来。简单地洗漱和早餐后，李玉香便骑着电瓶车驶出了家门。车子是一年多前进入贵州安酒工作后买的，从此便成为了她往返酒厂的主要工具。

路程大约15分钟，她要赶在5点前到达酒厂，出现在自己的岗位上。尤其是临近端午以来的几天，李玉香刻意压缩了路上的时间，希望比平时更早一点到岗，于是，一路风驰电掣。催促她与时间赛跑的，是一年一度的端午制曲。

曲块上的芭蕾

4点45分，李玉香准时进入贵州安酒厂区，一天的工作正式开始。一般情况下，她将从早上5点工作到中午12点左右。这样的工作时间，对李玉香来说已经是常态，这由其工作性质决定：制曲工作环境高温酷热，早起工作身心清爽，也能在中午大热前完成工作量。

贵州安酒坐落在习水土城一个被群山环绕的河谷之中。端午时节，已是盛夏，白昼来得更早，但此时酒厂周围仍是一片静谧，远山只露出一些模糊的轮廓。而贵州安酒各制曲车间却已是灯火通明。

进入车间前，李玉香戴上帽子、换上干净的工作服，这是贵州安酒对制曲工人工作卫生的严格要求。

李玉香所在的制曲班组共有22人，和她一样的踩曲女工有8个人。目前，安酒共有15个这样的班组，制曲工人达到了300多。

当经过粉碎和搅拌的湿润曲料从机器管道流出后，包括李玉香在内的踩曲女工们便开始了专业“表演”：每人手执一把铁锹，将曲料铲进制曲模具，女工们站在模具之上，快速地抖动小腿、移动跳跃，仿佛在跳一支芭蕾舞。

在双脚起舞翻腾大约60次之后，一个中间高、四边低，松紧适宜的“龟背型”曲块就此成型。这种“龟背型”曲块在堆置中与空气有更好的接触，有利于微生物的生长和后期发酵。

“制成的曲块，经简单的晾晒后会放入发酵仓。然后经过两次翻曲和长达40多天的发酵后才可以出仓。经检验合格后，方可成为成品曲块，存储于曲仓之中。”代锐，是李玉香所在车间的负责人，他这样介绍。

为什么踩曲工多是女性？李玉香以及代锐的理解是一致的：因为踩曲对人的体重要求一般在100斤左右，女性员工体重正好大部分在这个范围。同时，女性踩踏比较轻盈，而男性容易踩实，致使曲块不容易发酵，对酿

6月14日，端午。吃粽子、赛龙舟，古老的习俗延续千年。而对于贵州赤水河畔的无数酿酒人来说，“端午制曲”的意义同样非比寻常。端午前夕，记者奔赴贵州习水土城，记录下一位制曲女工的故事。从她的身上，我们或许探寻到百年贵州安酒蓬勃发展的原因所在。

2万吨制曲的背后

伴随端午的来临，李玉香最大的感受是，今年贵州安酒的制曲任务明显比去年重了不少。事实的确如此，“今年贵州安酒将实现年产优质高温大曲2万吨。”贵州安酒生产总经理黄进表示。

2万吨的制曲量，实际上也是贵州安酒为了匹配下半年重阳下沙高粱的投入量。众所周知，正宗大曲酱香酒的主要原料为高粱、小麦和水。其中高粱和小麦的配比约为1:1。这也意味着，今年贵州安酒的重阳下沙量也将达到2万吨。而根据酱酒出酒率的产能目标，将轻松实现，贵州安酒的实力将进一步得以稳固。

制曲的主要原料是小麦，所以小麦的优劣，直接影响着曲块的质量，进而决定了酱酒的品质。在行业内，公认黄河流域以南的冬小麦软硬度适中，是大曲酱香酒制曲的最佳原料，其中尤以河南小麦品质为代表。

相关数据显示，2020年河南的小麦种植面积、总产量以及商品麦调出量均列全国第一位，其中总产量达到750.63亿斤。河南小麦，已经成为众多名优白酒制曲的重要原料选择。

一直极度重视品质的贵州安酒，对制曲原料向来严苛。据黄进介绍，目前贵州安酒的

制曲所用的小麦来自河南，并建立了严格的原料把关机制。目前，贵州安酒正筹划在河南建立小麦供应基地，以保障未来充足的原料供应和品质稳定。

一般来说，小麦的成曲率在80%左右，按照此次安酒2万吨的制曲量来算，则至少需要2.5万吨的小麦。“一年两三万吨的小麦需求量，我相信放在整个酱酒行业中，也是很震撼的一个数字。”黄进说。

在行业都极大关注产能的背景下，从产能成果倒推，就可以发现，制曲量实际上更能反映一个企业的生产实力。因为曲块制成后，需要大量的空间用来发酵储存，一般小企业没有足够的资金和空间，因此企业制曲目标的大小很能说明问题。

而贵州安酒显然并不需要为此担忧。目前，贵州安酒拥有超100个曲仓，每个曲仓可放200余吨的曲药。而伴随百亿“安酒赤水河谷”一步步从图纸变为现实，曲仓的数据将逐年提升。这将保障未来几年贵州安酒制曲计划顺利实现。

实际上，按照贵州安酒的发展规划，占地1500亩的“安酒赤水河谷”全面建成后，安酒将拥有年产3万吨大曲酱香酒、6万吨制曲、18万吨陶坛储酒的综合体量。

显然，此次端午2万吨制曲的起步，贵州安酒距离上述目标也越来越近。

百亿安酒的底气

对于贵州安酒未来发展规划的实现，李玉香也深切盼望。

伴随贵州安酒产能不断扩大，制曲工们的工作量无疑也在增加。“虽然会比此前更累一些，但是公司发展好了，待遇也会越来越好，不用出去打工，小孩不会变成留守。”这是28岁的李玉香，以及她身边不少工友们相似的生活愿景。

实际上，李玉香并不是一开始就在酒厂上班。2014年，国内白酒行业进入深度调整

期。21岁的李玉香跟很多年轻人一起踏上了前往北京的列车。2016年前后，回到家乡的李玉香隐隐感觉到，越来越多的外地朋友开始谈论贵州的酱酒。

尤其到了近两年，作为贵州经济的重要支柱，贵州白酒产业不但声名在外，还创造了巨大的经济效益，更多的年轻人开始回到贵州，进入到包括贵州安酒在内的各大酒企。这些贵州酒企，给了他们一个就近就业，可以同时兼顾家庭和工作的机会。

与此同时，贵州安酒蓬勃的发展态势，和在行业中不断释放的品牌声量，也令李玉香们感到自豪。特别是今年以来，她明显感觉到来厂里参观的客人多了起来，一批接着一批，他们来自全国各地，包括她曾“漂过”的北京。

而闲暇之余，她也总能从朋友口中或者手机资讯中听到、看到关于贵州安酒的消息。与朋友聊起工作单位时，她也愈加有底气。今年端午制曲，李玉香和她的同事们比任何人更能感知到新麦和曲的香味。对端午制曲的信奉，对人工踩曲的传承，其背后，是贵州安酒对品质的无限敬畏与追求。

实际上，在复杂的酱酒生产环节中，制曲重要却不是唯一，制曲工群体在整个企业中的人数占比也并非最高。然而从一个李玉香的身上，我们能清晰感受到整个制曲女工甚至贵州安酒所散发出的乐观、吃苦、有追求的生机与活力，还有对品质的那份匠心。这是贵州安酒的一个缩影。

“建设百亿酒谷，实现百亿产值”，早在今年4月的贵州白酒企业发展圆桌会议上，贵州安酒就表达了这一发展意愿。

而在实现“百亿”的过程中，对于贵州安酒来讲，除了依靠百年历史的名酒基因、得天独厚的产区条件、5个100%的品质理念外，也少不了包括李玉香等在内的每一个贵州安酒人。他们身上乐观的精气神儿以及匠心精神，共同汇聚成一股蓬勃向上的力量，这或许是贵州安酒实现百亿产值目标的真正底气所在。

沱牌打造沉浸式体验 将“唤醒”进行到底

沈佩

复星的到来，让沱牌焕然一新。6月20日，为致敬父亲节，作为515复星家庭季的特别企划活动，“越大，越懂他”复星旧时光酒馆登陆上海、沈阳、西安、长沙、南京等城市，借势复星在当地资源优势，沱牌掀起一股怀旧风潮，唤醒消费者对品牌的印记。

这次父亲节营销活动，沱牌从产品和情感两大角度出发，触发消费者和父亲节情感共鸣，同时让更多消费者感受到沱牌产品的底蕴的品质。更为重要的是，展现出舍得酒业与复星加速融合发展的坚定决心。

打造沉浸式体验 将“唤醒”进行到底

作为新加入复星大家庭的成员，今年复星家庭季围绕父亲节营销，为沱牌打造旧时光酒馆，给消费者营造一个极具复古怀旧风格的活动场景，一起回到旧时光，去感受父亲记忆中最爱的那口沱牌酒。

据了解，“515复星家庭季”是复星联合旗下生态品牌为回馈广大家庭客户而举办的年度特别活动，旨在以关爱家庭生活的好产品及超大力度的权益和优惠，满足家庭健康、快乐、富足方面的消费需求，为每个家庭带来更强的线上线下幸福体验。以此为契机，复星带领沱牌走进更多家庭。从“旧时光酒馆”这个名字，可以看出沱牌唤醒消费者的意图。旧时



光酒馆设置有沱牌研酒室，结合国潮、怀旧等元素进行趣味展现，告别枯燥无聊，融合复古怀旧和新国潮元素，体现延续经典，焕新现代表达的品牌内涵。不仅如此，活动现场还有品酒闻香环节，用一口老酒唤醒旧时光记忆。沱牌酒闻香装置十分特别，让每一位消费者直观体验不同年份沱牌酒的气味，感受记忆中父亲钟爱的酒香，竞猜年份，感受沱牌酒文化。

活动期间，前来旧时光酒馆的消费者络绎不绝，唤醒他们对沱牌的品牌印记：1989年举办的全国白酒第五届评选会，沱牌白酒以93分的高分，被授予国家名酒金质奖，荣获“中国名酒”的称号；进入90年代，“悠悠岁月酒，滴滴沱牌情”的广告歌曲就响彻祖国大江

南北，沱牌成为家喻户晓的国民品牌。更为重要的是，通过旧时光酒馆这种沉浸式体验场景，再加上父亲节的情感诉求，是沱牌酒和消费者触达的有效途径，这不仅是一次成功的节日营销活动，更是搭建沱牌酒和消费者沟通互动的桥梁，唤醒的同时，加深品牌在消费者心里的烙印。

借势复星生态资源 舍得未来大有可为

复星的生态资源优势毋庸置疑，充分嫁接舍得酒业，必将产生“1+1>2”的效应。

今年春糖期间举办的经销商大会上，复星国际董事长郭广昌表示将从四个方面助推

舍得酒业的发展：希望复星的生态资源能够充分嫁接沱牌舍得，产生乘数效应；希望舍得酒业以科技为翅膀，进一步创新；希望越来越多的年轻人懂得舍得智慧，懂得品味白酒的美好；希望舍得能够代表中国白酒走向世界。这之后，舍得酒业融入复星生态群的速度有目共睹，跟随复星脚步，舍得酒和沱牌站上更高、更大的舞台展示老酒实力，提升品牌知名度和影响力。

记者梳理发现，5月7日，舍得酒业携全系产品亮相首届中国国际消费品博览会，双方产业融合迈出坚实一步；5月28日，沱牌全系产品亮相2021第十五届中华老字号博览会，擦亮沱牌这块“老字号”招牌；5月31日，舍得酒与三亚·亚特兰蒂斯棠中餐厅官宣合作，双方以舍得老酒产品为研发主体，共同推出舍得套餐……

种种迹象表明，舍得酒业正在积极融入复星大家庭，这次复星家庭季活动，是双方的又一次完美融合，复星充分利用自身的生态资源，帮助舍得酒业走向全国、走向国际。有业内人士表示，复星作为一家产业布局宽广、具有全球化竞争能力的综合性公司，产业遍及各个领域，形成的生态群为舍得酒业提供一个更为广阔的发展平台，以老酒为基础，有了复星的加持，舍得酒业接下来的发展值得期待。

可以预见的是，未来，舍得酒业和复星的融合会越来越频繁，随着双方融合的持续深入，将加快舍得酒业复兴的进程，助推舍得酒业高质量发展。