

广告

广东省名优酒鉴赏

梅鹿液



广东省吴川酒厂。吴川酿酒历史悠久,据文献资料载:“吴川县酿酒业始于唐朝,梅萼的卖酒岭,即因酿酒和卖酒而得名,为私人酿酒制作坊聚集的场所。”1951年由“茂源号”等33家私人水酒铺组成梅萼酿酒联营社,1956年易名为吴川县酒厂,1987年改为现厂名,1972年投产此酒,以产地取名。

梅鹿酒属酱香型白酒。此酒,色清透明,酱香浓郁,入口纯净,柔和,回味绵长。酒度为50-53°。
梅鹿牌梅鹿液于1978年被命名为广东省名酒,1988年被评为广东省优质产品。

飞霞液



广东省清远市酒厂。清远酿酒历史悠久,据文献载,宋代酒业较兴盛。清代酿有火酒。据《广东新语》载:“火酒,广人谓烧酒新出甑者曰酒头,以水参之曰和酒,和酒贪者之饮。市上所酤以细饼为良,大饼次之,号曰细饼烧、大饼烧。”1921年建成私人酒厂,1949年易名为清远食品厂,1977年改为清远县酒厂,后易为现厂名。于1978年投产此酒,因县城北有名胜古迹飞霞洞。洞外山青水秀,奇峰林立,风景迷人。洞中有道观,规模较大,殿宇壮观,清幽静雅,是广东闻名的旅游胜地。故酒名飞霞液。

飞霞液属酱香型大曲白酒。酒液清澈透明,香气幽雅,酱香突出,入口酒味调和,纯净,后味较长,有回香。酒度为53°。

飞霞液牌飞霞液于1979年被命名为广东省名酒,1980年、1984年、1986年、1989年被评为广东省优质产品。

特醇头曲



广东省清远市酒厂。清远酿酒历史悠久,唐代已有酿酒业。1921年建有酒厂,1949年易名为清远食品厂,1977年改为清远县酒厂,后易为现厂名。1984年在清远头曲酒基础上投产此酒。

特醇头曲属浓香型低度白酒。酒液无色,清亮透明,浓香纯正、协调,低而不淡,甘甜绵软,余味净爽。酒度38°。
打虎牌特醇头曲于1987年被评为广东省优质产品,于1990年获轻工业部优质产品称号。

中山二曲



广东省中山市酒厂。中山原称香山,酿酒历史悠久,据《香山县志》载,“酒始自汉”。宋代以酿“万户酒”著名。1956年将小榄、黄圃、大岗、万顷沙等地酒坊合并改建成中山酒厂。1982年博取众名酒厂家之长投产此酒。

中山二曲属浓香型大曲酒。此酒无色,清亮透明,芳香清雅、浓郁,香味协调、怡畅,酒质醇厚,酒体丰满,清甘爽净,回甜回香,留香持久,回味悠长。
茶薇牌中山二曲于1984年被评为广东省优质产品。

坚守品质主义 观照酱酒诠释“1825”新高度

■ 齐轩

“不是在茅台镇,就是在去茅台镇的路上”,这是对当前白酒行业很多从业者来说最真实的写照,直接反映了酱酒热的持续高涨。

从产业周期看,酱酒是白酒产业新周期,正处于上升红利期;从市场热度看,酱酒是白酒消费新潮流,且酱酒全国化趋势逐渐加快;从盈利情况看,酱酒以低占比完成了高利润的收割,2020年酱酒以8%产能贡献了全行业26%的销售额和39.7%的利润。业界普遍表示,酱酒品类已进入一个前所未有的新时代。

“好酒是种出来的”

伴随酱酒品类的崛起,一些制约其发展的因素相继出现,这在原料供给方面表现得相对明显。日前,仁怀市红缨子高粱协会理事长徐佑曾表示,贵州产区红缨子高粱总体趋势是种植面积不减反降。2020年贵州红缨子高粱种植面积约200多万亩,总体下降了15万亩,降幅看似不大,但仍需要引起重视。

据了解,正宗酱酒的酿酒原料为贵州本地独产的红缨子高粱,目前种植区域主要分布在贵州的遵义、毕节、黔西南等地区。当前,红缨子高粱种植面积不减反降,显然与酱酒板块迅猛的扩张速度并不匹配。

在观照酱酒创始人饶庶平看来,优质红缨子高粱的供应,将直接影响着酱酒产业的规模大小。因此,相关部门在制定产业规划、酱酒品牌在制定战略的过程中,一定要充分优化资源配置,量力而行,不能盲目扩产。

作为酱酒品牌运营者,饶庶平对红缨子高粱有着特殊的关注。据他介绍,红缨子高粱颗粒饱满、皮厚、籽粒硬度大、淀粉含量高,十分有利于多轮次翻烤,能很好的成就坤沙酱酒独有的“九次蒸煮、八次发酵、七次取酒”的



俗话说“酒需三分酿,七分藏”。长久的贮藏不仅能去除新酒的刺激、糙辣,还可减少对人体有害的其他物质,最终使酒体醇厚、饱满细腻。作为品质主义的践行者,观照酱酒始终保持着“沉淀才能出好酒”的信仰。借助地下恒温窖藏专利技术,观照酱酒的基酒在陶坛中足足贮存了1825天,即5年。由于陶坛稳定性高,在烧结过程中形成了许多微孔网状结构,观照基酒在长期贮存中,这些微孔促进了酒体中酯化反应和氧化还原反应,有效的提升了酒质。

传统工艺,而外地产的高粱基本做不到这一点,一般四、五轮次就已耗干淀粉。这也是赤水河产区的酱酒品质优于其他产区的关键原因之一。

“红缨子高粱是酱酒生命的起点,而生长高粱的田间地头,可以说是‘第一生产车间’,是它成就了赤水河酱酒的美誉度。”饶庶平表示,在红缨子高粱种植面积下降的背景下,赤水河产区的酱酒更要秉承“好酒是种出来”经营理念,这既是对品质的坚守,也是对“世界酱酒核心区”的维护和捍卫。

“观照酱酒始终坚守品质主义经营理念——严选每一粒红缨子高粱,酿造每一滴好酒”,同时,严格恪守赤水河酱酒世代传承的大曲坤沙工艺,历经30道酿产工序,165个工艺环节精心酿造而成。这既是观照团队对酱酒的一份深情,也是对消费者的一种承诺。我们可以很自豪的说‘观照是种出来的’。”饶庶平进一步说道。

谢明：“新国标”实施是原酒成为口粮酒的转折点

■ 酒业家团队

《白酒工业术语》、《饮料酒术语和分类》两项国家标准的颁布,清晰界定了清香、浓香、酱香等各类香型白酒的工艺特征,规定了白酒和饮料酒相关术语及定义,明确了饮料酒分类原则。业界普遍认为“新国标”将有效规避诸如“勾兑门”、食用酒精风波、真假酒风波等风险,有利于保护消费者权益,避免白酒市场鱼目混珠,是白酒行业走向健康成熟的表现,并将引发低价白酒变局。

作为与低价白酒具有强关联关系的原酒,“新国标”的正式实施是否将对原酒企业产生冲击?随着“新国标”正式推行的日期愈发临近,原酒企业又该如何探寻新出路呢?

带着这些问题,酒业家专访了中国酒业协会固态白酒原酒委员会理事长谢明。

“新国标”将破除原酒存在的三大误区

“长期以来,原酒都存在三大误区。”谢明认为,“新国标”对“白酒”的定义和范围做了一个全新的框定,有利于消费者弄明白原酒的内涵和外延。

“对白酒而言,坚持历史传承,就是坚守纯粮固态发酵。如果丢掉了固态发酵,那中国白酒就丧失了其独立于国外烈性酒的独特魅力,丧失了其作为民族产业的精髓。”在谢明看来,纯粮固态是中国白酒独特的技术路线,传承了农耕文化中强调地、窖、艺、水、粮、洞等精髓,将农耕文化尊重与敬畏环境的理念完美契合于中国白酒之中,也正由于有了固态发酵,才有了中国白酒众多的香型与口感。
“过去固态法、固液法生产的都叫原酒,今后的原酒必须是固态法酿造的,这也是今后固态白酒原酒委员会所认可的原酒标准。”谢明强调,“新国标”的颁布实施,将认知误区、消费误区和标准误区三大误区阐述清楚了。

“采用固液法酿造的酒,酒精酒等不能算原酒,原酒一定是固态纯酿酿造的。”谢明指出,“新国标”明确了没有以“粮谷”为原料的酒,都属于调香白酒范畴,而不能归属于“白酒”,此外,固态法白酒不可添加非谷物食用酿造酒精,即不能使用食品添加剂。
言下之意,白酒“新国标”的颁布实施,对



于消费者正确分辨原酒是非常有利的。

“除了认知误区外,原酒还存在消费误区和标准误区。”谢明直言,“新国标”的颁布实施是原酒走出误区,让消费变得更明白的好契机。

“谁说消费者不能买原酒,只有酒厂才能买原酒?”谢明强调说。

打造产区 让原酒消费变得更明白

“新国标”给原酒提供了破除误区的契机,但原酒该如何走出误区呢?

“要让原酒消费变得更明白,产区政府要作为。”谢明认为,打造中国白酒产区概念将有助于整个地区白酒行业的集群式发展,养成中国白酒符合国际习惯的新表达方式,让消费者能基于对产区的认知,而能简单便捷地判断出原酒的优劣。

在谢明看来,中国白酒固态法是固有技术路线,强调生态环境,这个生态环境的决定关键点其实就是产区。

“政府打造农业区域规划和产区溯源,保证食品安全的第一道防线,营造好的生态环境,健全产区溯源体系,核心就是解决中国消费者没有产区概念、填补中国白酒产区溯源的空白。”谢明说。

那么如何才能更大幅度地提升产区价值呢?

“好酒是藏出来的”

好酒同样也是藏出来的,俗话说“酒需三分酿,七分藏”。长久的贮藏不仅能去除新酒的刺激、糙辣,还可减少对人体有害的其他物质,最终使酒体醇厚、饱满细腻。

众所周知,酱酒在贮存过程中一般都采用陶坛。相较于不锈钢罐子,陶坛储存显然成本更高,损耗和占地面积也更大,那为何还要用陶坛储存呢?科技人员研究发现,优质酱酒中含有1000余种微量成分,其中700余种具有风味贡献。这些成分有一部分正是源自长期陶坛储存过程自发形成。

作为品质主义的践行者,观照酱酒始终保持着“沉淀才能出好酒”的信仰。借助地下恒温窖藏专利技术,观照酱酒的基酒在陶坛中足足贮存了1825天,即5年。由于陶坛稳定性高,在烧结过程中形成了许多微孔网状结构,观照基酒在长期贮存中,这些微孔促进了酒体中酯化反应和氧化还原反应,有效的提升了酒质。同时,陶坛本身含有的多种氧化物,也在贮酒过程中与酒体香味成分发生缩合作用,进一步促进了酒的陈酿老熟,使酒体更醇厚怡人。

除了保证基酒足年贮存外,观照调酒师还在酒体中配以35%以上的老酒进行勾调,进一步对酒体进行精雕细刻。正是这份对品质矢志不渝的坚守,才最终诞生了观照酱酒的独特风格——既有老牌酱酒典型的酱香醇厚、焦苦适中,又兼具新派酱酒的柔雅细腻、花香怡人,空杯留香更是达到了72小时之久。

“做酒不是投机主义,一定是长期主义,是一天一天的坚持、一年一年的坚守,这样才会开花结果。”饶庶平表示,好酒是藏出来的,我们做酒就是选择慢下来,以慢为快,以实当真,心存敬畏。观照团队始终坚信花自芬芳蝶自来,愿意做时间的朋友,静待花开。

从坚持选用红缨子高粱酿酒业的“守望者”,到遵循大曲坤沙酿造的“恪守者”,再到陶坛足年贮存的“坚守者”,观照对品质的追求,从未停止。观照正是以绣花功夫打造品质,诠释赤水河黄金产区酱酒的无穷魅力。

观照团队表示,“品质是观照的核心竞争力,更是观照发展的根本动力。”而我们也有理由相信,时间不会辜负所有的坚持者,消费者也最终会给出正确的选择,期待跟所有观照一样的酱酒品牌都会在中国白酒这个大花园里一吐芬芳,尽情绽放。

了明明白白买原酒的乐趣。

据谢明透露,在中国酒业协会固态白酒原酒委员会的指导下,泸宜遵产区的原酒生产企业如今不仅仅提升了原酒标准化生产、尝评与勾调、质量鉴定、仓储物流管理等专业技术,还在减少中间环节提高利润和效率、提升金融融资能力、实现规模化发展等多方面获益。

走超实惠路线 让原酒成为消费者的口粮酒

“原酒企业面临无序竞争、进入门槛低、企业利润低等窘境。”谢明提到,近年来,随着白酒消费升级,原酒产业逐渐显现出集中度低、融资难、市场占有率降低等问题。

“为解决生存困境,原酒企业纷纷开启了探索模式。”谢明指出,“不缺原酒但缺优质原酒的现状让大量原酒的探索成效不明显。”

谢明透露,散酒连锁虽能暂时解决原酒企业的生存问题,但利润低,难以保障企业长期高质量发展;自有品牌转型之路,耗资巨大,但成功样本太少,不适合绝大多数原酒企业;酒旅融合模式,往小而美企业发展相对比较容易,但容易陷入旅游为重还是酒质为重的怪圈中,难以打造出真正的酒庄酒品牌。

“挖掘产区价值,以整体能力的提升回馈产区区内所有企业,实现产区与原酒企业的同步提升。”言辞间,谢明相对更看好的是走产区品牌模式。

“市场对于名酒的消费场景毕竟有限,除了商务、接待、重大节庆等一些特殊的场合,更多的大众消费,倾向于想喝好酒,但又不能太贵,太贵不符合每天消费的习惯,所以那些能够提供好酒并且价格适宜的品牌就会成为中产优选和首选。”谢明指出,对于普通老百姓而言,更渴望消费到性价比更高的优质白酒,产区内的优质纯粮固态发酵白酒好比小家碧玉,能满足更多普通消费者追求生活品质的需求。

“更深层面而言,产区原酒和品质消费挂钩,这是由第4代消费者以解决自我价值的实现为特点决定的。”谢明认为,双循环经济实质就是消费者升级,实现品质消费,“要喝品牌、炫耀消费,可以选择大品牌享受品牌溢价带来的尊贵感,而选择口粮酒就是要实惠。”