

广告

华中地区产品品鉴

爱奋酒流通版



酒精度:42%vol
香型:清香型
G·R 官荣评分:75
原料:水、高粱
年份指数:1.5
原浆指数:1
甜爽度:1.5
生产厂家:湖南·湘潭·韶山冲酒业

G·R 酒评:从包装上来看,这款酒迎合了当代年轻人的文化诉求,还是比较独具匠心的;但酒液成本应当不高,香气单一,味显寡淡,水味比较明显。酒度较低,口感特柔,刺激感小,饮之无享受感。

武陵酒·湘满人间



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:80
原料:水、高粱、小麦、糯米、玉米
年份指数:3
原浆指数:2
甜爽度:3
生产厂家:湖南·常德·武陵酒业

G·R 酒评:此款酒香气较小,但是酒体香气纯正,香味协调;饮后口腔内比较舒服,各种口腔味感相较于川派浓香要淡雅许多,不过后味还是比较干净,有一定爽口度。

酒鬼酒·酝酿珍藏版



酒精度:52%vol
香型:馥郁香型
G·R 官荣评分:86
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:3.5
生产厂家:湖南·酒鬼酒股份有限公司

G·R 酒评:此乃正宗馥郁香型的精品,酒体陈香舒适典雅,口味悠长,入口后,前浓、中清、后蓄,一口三香,是非常值得尝试的酒中佳品。

曾国藩·平天下酒



酒精度:48%vol
香型:兼香型
G·R 官荣评分:78
原料:水、高粱、大米、糯米
年份指数:3
原浆指数:4
甜爽度:3.5
生产厂家:湖南·长沙·曾国藩酒业有限公司

G·R 酒评: 这是一款具有历史文化的高端白酒,入口浓香中兼具酱香,两种香气完美结合,令人倍感舒适,其中浓香占比较大。酒体入口醇厚,回味净爽,舒适,与其彰显的文化气质相得益彰。

跨越 1300 公里后,酒鬼酒将如何行走?

■ 酒业家团队

湘西,不仅是沈从文笔下的故乡,更是每个人心之向往的秘境与桃花源。多年来,酒鬼酒不遗余力地传播湘西之美、湘西文化,用不同的方式体现湘西这一秘境所蕴含的洒脱、自在的人生精神。

湘西文化是酒鬼酒的“文化基因”,作为湘西文化的重要载体,酒鬼酒在传递湘西文化价值的过程中,也积极履行社会责任,反哺湘西经济发展。在这个过程中,酒鬼酒也实现了品牌价值的跨越式升级。

我们有理由相信,酒鬼酒将带领湘西文化走得更高、更远。

从湘西到长沙再到杭州 酒鬼酒的行走才刚刚开始

从湘西到长沙,是酒鬼酒的第一次行走。

4月16日,由湖南省博物馆主办,中国国家地理·国酒地理、酒鬼酒股份有限公司承办的“醉·湘西——山水人文影像展”在湖南省博物馆举办,沈从文珍贵手稿、黄永玉大师国画作品原作,以及极具湘西特色的傩面具、蜡染、木版年画等呈现在观众面前。这次展览,让古老的湘西散发出新的活力,成为“网红城市”长沙的又一个热门打卡地。据介绍,从开展到闭幕,酒鬼酒吸引了近45万名观众领略湘西之美。不得不说不,酒鬼酒让神秘的湘西文化又一次走进了大众视野。

走进长沙后,酒鬼酒并没有停下行走的脚步,带领湘西文化走出湖南,第二次行走来到地理距离有1300公里之外的杭州。9月19日—10月8日,血性的湘西和温婉的西湖碰撞,“醉西湖——山水人文影像展”落户杭州临平银泰城,和上次相比,酒鬼酒又带来了不一样的创新体验。来到西湖之畔,现场活动cosplay“白娘子”,且文创产品区域摆放有杭州风景诗呈现的丝巾,这是酒鬼酒的高明之处,通过与苏杭文化形成鲜明对比,让观众自己感受和发现湘西文化的独特魅力。

两次行走背后,展现出酒鬼酒用心讲好“文化故事”的决心。现场活动的设置、展览的布景搭建等细节之处,酒鬼酒都将湘西文化巧妙融入其中。与此同时,酒鬼酒别出心裁,打造“湘女翠翠”的书签、印有湘西巫傩文化手诀的T恤、飘荡着馥郁香香的香水瓶等文创产品,将湘西文化融入到日常生活中,真正让湘西传统文化“活起来”。酒鬼酒传承湘西文化的初心始终未变。酒业家了解到,接下来,“醉系列”展览将以“快闪”巡展的形式走进北京、广州等地,最终走向全国。如此一来,酒鬼酒不仅多了一个传播馥郁香的平台、一

从湘西到长沙再到杭州,酒鬼酒的行走才刚刚开始。为了让更多人感受湘西的历史、看到湘西的底蕴、读懂湘西的文化,孕育自湖南湘西的酒鬼酒踏上“行走”的旅程。

个和消费者深度沟通的平台,更是开启新一轮全国渠道下沉的重要平台。

激发湘西文化的活力 酒鬼酒创新不止

早在上世纪90年代,酒鬼酒便提出了“中国文化酒的引领者”的定位。2018年更是明确以“中国文化白酒第一品牌”为战略愿景,以“文化酒引领者”为战略使命,湘西文化无疑是酒鬼酒的灵魂。

两次展览,是酒鬼酒传播湘西文化的新起点,也是一个缩影。近年来,酒鬼酒围绕湘西风土人情,不断探索和创新,成为白酒行业“文化输出”的范本。与中国国家地理共同发起“重走大师路”的采风活动,沿沈从文1934年的返乡之路,用影像记录湘西风貌,呈现时代变迁。这是酒鬼酒创新的关键一步,从这个时候开始,酒鬼酒将湘西文化展开深度挖掘。

随后,双方共同推出《重走大师路——沈从文笔下的湘西百年变迁》一书,向大家集中展示湘西优质的自然生态和民族文化,助力湘西民族品牌发展;最近,中国国家地理最美公路考察团走进湘西,来到酒鬼酒发源的地方,以酒为媒,传递风物之美。

和中国国家地理的合作,是酒鬼酒激发湘西文化活力的重要组成部分。和浙江卫视《万里走单骑》的深度合作,成为世界文化遗产的“守护者”,酒鬼酒将文化战略上升到一

个新的高度。

与《万里走单骑》的合作过程中,酒鬼酒没有忘记对湘西文化的推广,收官仪式在酒鬼酒酿酒车间举行,同时节目最后一期围绕老司城展开,老司城是湘西第一个世界文化遗产。这些背后,对湘西文化的挖掘,都透露出酒鬼酒发扬湘西文化的使命。值得注意的是,酒鬼酒和《万里走单骑》先后两次开发产品,让产品成为文化的载体,这种创新的尝试,也取得不俗的成绩;4月,酒鬼酒世遗联名限量礼盒上线发售15秒即被秒光;8月,酒鬼酒打造的文创新品世遗联名酒,开售仅1个小时销售额就突破了2000万元。这充分说明文化对产品赋能的力量。

更为重要的是,对湘西风土的深度挖掘,将提升酒鬼酒馥郁香的价值。未来,中粮酒业和酒鬼酒还将继续深入挖掘中华传统文化和现代文化的精粹,并不断将这些文化精粹融入品牌内涵,要在传播品牌文化的同时,更好地弘扬中华民族的文化自信,同时让文化自信成为品牌最有力的加持。

扎根湘西、反哺湘西 酒鬼酒行走的意义

酒鬼酒的行走,不仅在于推动品牌的高速发展,还有着更重要的意义。

今年2月,湖南省工信厅出台了《关于推进白酒产业供给侧结构性改革和高质量发展的政策措施》,明确提出要在全省白酒行业推广带有浓厚湖南元素的标杆性馥郁香型生产工艺,使其成为代表湖湘特色的白酒香型,要努力提升湘西品牌市场影响力。

作为湘酒第一品牌,酒鬼酒肩负着湘酒振兴的重任。中粮酒业在十四五规划中提出,要重点扶植酒鬼酒,并将“馥郁香”发扬光大,成为与浓、清、酱并列的白酒主流香型,同时酒鬼酒作为湘酒的龙头企业,也将扛起湘酒振兴的大旗,并推动湘西成为中国馥郁香型白酒的核心产区。

由此,酒鬼酒积极“走出去”背后,更是代表湘酒走出去,让更多消费者看到湘酒的品质、感受到湘酒的文化。酒鬼酒的行走,另外一个更深层次的意义是,在湘西文化赋能酒鬼酒品牌发展的时候,酒鬼酒也用传播湘西文明的实际行动反哺湘西文化滋养。

一如酒鬼酒股份有限公司副董事长、总经理郑轶之前表示,多年来,酒鬼酒扎根湘西,反哺湘西,始终深入挖掘湘西传统文化和现代文化的精粹。发掘湘西在地文化、讲好民族品牌故事,彰显中华民族品牌的文化自信,是酒鬼酒始终坚持做文化品牌的初衷,是湘酒赋予酒鬼酒的时代使命与责任。

实际上,酒鬼也一直回馈着湘西,将重点税源企业注册地都留在了湘西,1997年上市以来,已累计上缴税收60多亿元,为湘西经济社会发展脱贫攻坚做出了贡献。不仅如此,酒鬼酒与湘西产业深度融合,带动湘西谷物种植、陶瓷制造、包装印务等相关企业和农村合作社,构建了一条与湘西人民互为依存的精准扶贫产业链,走上了一条持续、稳定脱贫之路,谱写了一个个产业扶贫的故事。

种种迹象表明,生于湘西、长于湘西的酒鬼酒,始终铭记自己的根在湘西,带领湘西文化走得更高、更远,是酒鬼酒的一份责任,更是一份担当,这也是酒鬼酒行走的最大动力。

吴建峰:不断提升品质是发展的生命线

■ 快讯君

“一切以顾客为导向,围绕消费者做好品质是根本。”今世缘酒业副董事长、副总经理吴建峰如是说。

1996,如履薄冰抓质量

“今世缘的前身是高沟酒厂,高沟酿酒源于西汉,有千年以上的历史和积淀,我们叫八大槽坊,解放前到1949年9月30号,成立高沟酒厂的时候就几个合并在一块儿了。实际上这么多年流传下来的工艺,不断地在试错,不断地改进,使我们的工艺越来越好,酿的酒越来越好,并代代传承下来。”

“1996年从省里,到市里,到县里,都来关注这个企业,曹鸿鸣书记就提出来要把高沟酒厂做起来。后来县里调郑宁,过来当厂长、党委书记。来了以后,首先抓这个企业的管理,企业原来管理比较差比较乱,而企业的一些制度也不规范,所以重新整顿。第二个就在抓质量,他说如履薄冰抓质量,质量做不好不行。所以说一切以顾客为导向,围绕消费者做好品质是根本。”

“1996年我进领导班子,酿酒工艺那时候才开始做,怎么样做消费者喜欢的低度酒,42度酒叫中度高端白酒,所以做到今世缘第一代产品出来。”

一个小木桶,改变高沟酒体风格

“到2000年,周董事长过来,我们恢复一车间的生产,启动了酿酒二车间,然后由原来的普酒为主,改成做优质酒为主。当然在改质的过程中,就酒比较爆比较冲的问题,那怎么来解决其工艺。这里面就有故事了,举了一个例子,叫一个小木桶,改变了我们高沟酒厂的



风格。”

“高沟酒厂生产工艺上,其中有一个打量水这个过程,打量水必须要用热水,然后打到粮食上面,把水可以吸进去,但是高沟酒厂原来用的铁桶就很烫,工人用手拿不住,就只能打凉水,因为你的工具不行,我看其他酒厂量水能做到位,我们做不到位,主要这个桶不行。我说把铁桶改成木桶,什么道理呢,这个水可以吸到粮食颗粒里面,然后加上曲以后,发酵的速度就比较慢,它是慢慢融化的,慢慢发酵慢慢发酵这个酒出来酒就不冲了。”

“从那以后,由单粮浓香逐步做了多粮浓香,多粮的酒更柔更甜一些。2004年,做国缘的时候,发酵期就到半年左右,半年左右酒出来,更香的酒做42度,更好的酒做42度,所以就出来42度国缘四开。还有一个长期存储,都五年以上。”

国缘 V9 清雅酱香 技术创新,要往前走

“在这个过程之中,我们跟酱香的结合,所以酱香的工艺我们在90年代后期,就开始研究了。那时候跟庄名扬老师,跟庄老学习,到四川的机会,到贵州的机会去学习酱香酒,后面持续10年时间,每年要去10来趟,每次他跟我一起走访各个企业去了解这个情况,所以说我们对酱香的理解和我们把酱曲怎么做出来,是在那个时候。”

2001年之前我们就跟沈老,提出来要做芝麻香。2001年沈老就带着菌种过来,开始做芝麻香。但做了以后他不用大曲,都要用麴曲,这样出来以后芝麻香特点很明显,但是酒比较苦,所以它只能作为调酒用,作为一个单独的酒体是不行的。后来我们就把大曲和麴曲结合,做成一个以高温大曲为主,我们把三

个(浓、芝、酱)工艺的特点结合起来。传统的酱香它第一轮、第二轮出不了好酒,然后3、4、5的是好酒,我们想能不能做出3、4、5的好酒出来。这个香味是累积的,糟的是累积的香味出来,那采用续法工艺不就行了,传统的酱香呢,它是百分之八十以上的黄曲,实际上它香气最好的是黑曲,但都用黑曲它没有糖化类,发酵率很低,这样的是出不了酒的。”

“我一直是坚持走中度酒的这种路线,大家喝得舒服一点,高度酒毕竟它刺激感很重;同时传统的酱香,它还存在那个香味太冲,一般人接受不了。如果是变成黑曲的话,优雅新的香味成分更多,我是这个目的来做酒的创新。”

“以黑曲来做,酒有独特的风味,用麴皮来培养的酵母和,我们说的就是霉聚了糖化类,这样就补充这一块,酒既有香气又把酒产出来。同时麴皮它有一个煮熟了特殊的香味,叫木质感,它出来一种香味叫木香,木头的香味。所以在这曲上这个配种两个巧妙的用起来,包括原料巧妙的结合起来,工艺的巧妙结合,加上采用续(二声)法工艺,同时堆积和发酵,来控制它的条件。”

“围绕清雅酱香,要长期储存,要做到十年,香气才能飘逸出来,所以说清雅酱香的工艺的来源,是两位老前辈一辈子的心血积淀,我们是靠高人指点,然后贵人帮助也是站在巨人的肩膀上在往前走。这个创(新)不是没有目标的创,是围绕酒体的风格的独特性,我们叫色如黄钟,香如奇楠、优雅细腻、空杯留香持久等等的,我们说可以当香水用的酒。所以说企业的技术创新,不断地要往前走,这样走在行业的前面,来引领这个行业的发展。”

由此可见,25年来,今世缘人追求品质提升的脚步,从未停歇。我们也有理由相信,始终坚守品质、不断创新的今世缘酒业,也将走向一个更好的未来。