

G·R 官荣总评榜

金六福百年福根 6 |



度数:50%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:80.00 分
原料:水、高粱、小麦、玉米、大米、糯米
年份指数:2
原浆指数:1
甜爽度:2
生产厂家:四川金六福酒业有限公司
G·R 官荣酒评:这款酒具有典型的环味白酒风格。大红的外观很是喜庆。香气上有微弱的浮香,比较浓郁的窖底泥香气,虽然算不上高档次,但也为这酒增添了不同质感。口感上不辣不燥,甜味比较突出,回味无异杂味,泥味停留时间比较长。

茅台集团国隆双喜酒 |



度数:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:81.00 分
原料:水、高粱、小麦
年份指数:2
原浆指数:1
甜爽度:2
生产厂家:贵州茅台酒厂集团技术开发公司

G·R 官荣酒评:此款酒没有太多的个性特点。浓香较重,香气漂浮在酒杯上方,有种散漫感。酒体醇和润滑,甜味突出,直到喉咙深处,余味散尽又有一种温口感。

金六福禧卡盒装 |



度数:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:80.00 分
原料:水、高粱、小麦、玉米、大米、糯米
年份指数:2
原浆指数:1
甜爽度:2
生产厂家:四川金六福酒业有限公司
G·R 官荣酒评:这款酒香气上有微弱的浮香,比较浓郁的窖底泥香气,口感上舒适,甜味比较突出,回味无异杂味,泥味停留时间比较长。从余味的长短或者中国白酒应该具备的醇厚度来讲,略有欠缺。

老战士幸福号(裸瓶) |



度数:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:78.00 分
原料:水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米
年份指数:1
原浆指数:1
甜爽度:2
生产厂家:四川老战士酒业有限公司
G·R 官荣酒评:这款酒是比较成熟的一款酒,散发出甘甜的泥土和母糟的风味。它是一款口感柔顺的白酒,风格较正统,回味干净。

舍得 |



度数:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:92.00 分
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 官荣酒评: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,回味干净爽利,带点糟香,余韵悠长,让人回味无穷。

行家论酒 | Expert on wine

优秀的品酒人员是白酒企业核心竞争力

■ 杨官荣

决定一款白酒品质的五大要素

1、原产地

我们经常说:“离开茅台镇就产不出茅台酒”,“世界只有一个波尔多”。为什么会有这些说法呢?究其深层次原因,实际就是原产地问题,也就是我们常说的酿酒的水

不论企业大小,品酒人员的品评水平高低就决定了该企业产品的水平高低,至少决定了你们每一批次产品的质量稳定性。

大环境,即:水、土、气候、空气等因素综合起来的生态环境。我们必须清醒地认识这样一个问题,酿酒是整个环节,起决定作用的是与酿酒相关的微生物,人的作用实际是有限的,顶多就是给微生物营造一个舒适的生活环境。因而在零下几十度的地方我坚信是酿不出好酒的,至少浓香不行,因为窖泥中的利于发酵的微生物几乎无法生存。作为酿酒行业的从业人员,必须清醒认识到这一点。任何一款高品质的白酒,都有深深的产地印记,是人为改变、复制不了的,这是我们品评白酒的基础认识。

2、酿酒原料

除了原产地,酿酒使用的原料对酒质的影响也很明显。我国的几大高端白酒都强调用本地产的糯高粱作为原料,这也是有深层次原因的,绝对不不仅仅是糯(高粱)与粳(高粱)的区别。国外的酒庄酒,比如拉菲,它的整个生产从原料到酒液贮存都是在一个庄园内完成的,绝对不像我们大多数厂到处去收购高粱、小麦等原料。水土不服对细小的微生物来说也是有的。要它去消化分解千里之外的粮食,它也会力不从心。因此,将来高端中国白酒的生产,有条件的厂尽可能采用本地原料,同时应该严格控制好各项质量指标。这里还得提一下曲药,本人认为最好采用本厂自制曲药,在自己地盘上长大的孩子,一般都强势些,点到为止。

3、酿酒设备(设施或工具)

“老窖才能产好酒”,这是世人皆知的道理。我们常说,白酒企业特别是浓香型白酒企业,窖池就是命根子,是酒企最值钱的酿酒设备。到目前为止,不管生产技术多么先进,但新窖就是难生产出高品质的酒。尽管目前有很多新窖老熟的先进技术,但只有时间的沉淀,才能使连续正常使用多年的窖池逐渐生产出好酒。而所谓的窖池,起作用的关键不是泥巴,而是泥巴中附着生活的微生物。老窖能够产好酒,那是因为经过多年的粮食连续投入,一个窖池甚至一个车间,就在进行着酿酒微生物一代一代地繁衍生息,优胜劣汰,最终留下来的全是适合在一个地方,一方水土且适合分解当地酿酒原料的微生物,他们会逐步造就高水平的美酒。至于其他酿酒因素,曲药生产很关键,而蒸馏器、贮存容器的影响都不大,每个厂大同小异。

4、工艺技术

有了好的产地、原料,再有百年老窖,下面就是生产工艺技术了,也就是眼下时髦的“工匠精神”。大家要清楚地认识到“酿酒七要素”之间的关系,以及为什么定这些参数及范围?以前的烤酒匠就是师傅带徒弟,师傅怎么教,徒弟就怎么做。新一代技术人员不能这样了,一定要问自己为什么这样做。同一个窖池,两个师傅烤出来的产品品质不一样,这就是师傅水平不一样。大家一定要清醒地认识到整个酿酒过程,烤酒师傅做的所有工作就



是酿酒有益微生物营造一个舒适的生存环境。正如我们人,冬天羽绒服,夏天衬衣,微生物也是一样,需要适宜的入窖温度、糟醅疏松程度、水分、淀粉、酸度等自然条件。高水平的工匠,一个是用心,虔诚;二来就是多年积累的丰富经验。

5、贮存与勾调

经过前面的酿造过程,酒终于出来了,这个时候我们称其为原酒,剩下的工作就靠品酒勾调人员来做。首先从蒸馏工序开始,接酒时抬头去尾,分段分级,通过技术人员精准把握,把源头工作做好,下一步再做好原酒并坛、贮存工作,后期再进行组合酒体的勾调组合(酒体设计)工作,经过多道工序的磨合之后才能生产出一瓶好酒。

品酒人员在企业中的作用

品酒技术人员作为产品的研发生产直接参与者,必须认识到中国白酒是有质量差异的,是由酒液中含有不到2%的微量香味成分来决定的,而不能简单停留在普通消费者反馈的上头、口干、不燥、不辣的肤浅认识上。要从根本上掌握酒液微量香味成分协调与否,从而掌握酒液的香正、味醇、上口口干、绵柔等问题。

一款高品质的白酒,其微量香味成分的占比关系会非常好,再加上贮存时间够长,其最终的口感肯定就很好,也绝不会上头、口干、燥辣。我们很多技术人员深有体会,销售人员从市场上拿回一款所谓畅销的白酒产品让自己开发,其实产品本身并不好,而是靠广告、营销手段在一段时间卖得很好,一来二去,到最后弄得我们自己都不知道怎么做

酒。反观我们的名优白酒企业,特别是代表性的几家企业,绝对不会轻易改变自己的酒体风格,也不会轻易去迎合市场所谓的畅销产品,反而最终市场越做越大。其实就证明一点,长期卖得好的产品才是好产品。所以说高水平的品酒人员才是白酒企业的核心竞争力,甚至可以决定一个企业的发展。

我个人认为,白酒产品的质量好坏不能简单地让消费者说了算,这是一种推卸责任的态度。很多企业给自己产品找推理由,说一款白酒产品是经上万个消费者的意见而开发设计的。请问一下工程师,一半人讲好,一半人讲不好,你怎么办?眼下的消费者都还缺少一个对白酒正确认识的途径,主要靠经销商的宣传在掌握市场。但有一个现象,我们四川的“六朵金花”,包括茅台、汾酒等名优白酒,他们的传统产品,永远是市场的主流,说明什么问题,还是质量决定市场!

大多数中小企业为什么发展不好,大家仔细思考一下,你们的历史、窖池时间、工艺技术、管理等与名优企业的差距有多大?四川的六朵金花,每批产品从科学的角度来说,绝对是有差异的,但是市场反馈并没有什么大问题。为什么?因为他们有一批水平很高的品评人员把关,已经把各批次产品之间的差异降到最低。出厂的产品,经过重重考试的,老百姓肯定就很难察觉出来香味上的细小差异了。而一些小厂产品,一批出来甜,一批出来又苦,肯定就卖不好了。这也说明了技术人员特别是白酒品评人员在企业的重要性。不论企业大小,品酒人员的品评水平高低就决定了该企业产品的水平高低,至少决定了你们每一批次产品的质量稳定性。

如何提高品评人员的品酒水平

关于如何提高品酒水平是很多技术人员一直关心的问题,品酒60%靠天赋,即父母给予的鼻子、嘴巴、舌头,后天就要靠自己的勤奋、好的记忆力。多少年来,很多技术一直受行业专家、书本上、网络上的传统学习方法所禁锢。很多人听课越听越找不到方向。因为每一个人的方法都不一样,必须要理论结合自身实际来学习才会取得理想的学习效果。

我总结一点,要想学好品酒,关键在自己,靠自己的用心,靠自己的多识广,而且尽量记住每一次的品酒内容,并且善于总结,在充分认识含乙醇饮料的成份组成比例特性的基础上,寻找适合自己的识酒方法。通俗地说,只有挖掘自己对白酒产品独有的理解,对白酒产生一种灵感,才能结合酒体香型、工艺知识要点,精准去把握每一杯酒。

作为一名品酒人员,我们应该保持一种习惯:任何时候见到酒,要主动去判断它的香型、度数、产地、贮存时间、固液比例、优缺点等。包括出去应酬喝酒也可以这样做。长此以往,你就成了专家。所谓专家,我理解就是比一般人见得更多,并且头脑里装得多,一个人能清楚地记下上千个白酒产品的感官印象,他的水平自然也就高了。

今天可能谈的概念性东西多一些,说到底,方法只是实现目标的手段,要干好一件事,用心、专注、勤奋才是根本方法。祝每一位都能成为川酒技术的主力军,提升产品质量,这才是川酒,乃至中国白酒的出路!

(本文节选自杨官荣2016年四川省白酒评委换届选拔赛发言)

生态淡雅:中国白酒“味蕾战争”的巅峰之战

■ 内蒙古河套酒业集团股份有限公司

总经理助理、销售公司总经理 刘立清

“淡雅”一词用作人生修为境界的诠释由来已久,例如《隋书·牛弘传》:“牛弘,笃好坟籍,学优而仕,有淡雅之风,怀旷远之度”;清袁枚《随园诗话》卷九:“公终身富贵,而诗能淡雅若此”……

作为白酒香型分支的论述却不过20载春秋。但是,这20年的时间却不容小觑,因为“淡雅”作为中国白酒产业领域最重要的品质概念,深刻影响了中国白酒产业发展。幸运的是,淡雅型白酒发源于中华民族母亲河——黄河几字湾的顶点,内蒙古河套酒业在白酒行业最早创新了这一风格类型,并最早在白酒行业使用这一概念。

色香味格——中国白酒品质的风格及风骨

1979年,第三次名酒评比会首次将“香型”作为名酒评选的标准,并确定了“色香味格”的打分标准。其中,其中“色”为10分,“香”为25分,“味”为50分,“格”为15分。观其色,闻其香,品其味,定其格,此为白酒品质评判提供了理论依据,同时,也为白酒产品品质创新指明了方向。1979年之后,白酒产业品质创新的方向由此确定。这也是过去十多年来,白酒消费逐渐由“吃香”向“吃味”发展的根本原因。

色香味格,是中国白酒品质的风骨及风格所在。这种风骨是中华大地独特的地理生态所决定的,而香型是对这种风骨及风格的一种通俗化的描述。其中的“味”即为“味”和“格”的总称。在1979年的名酒评比会上,白酒最终被划分为“浓、清、酱”三大主体香型,

及“米香”和其他香型。

之所以提出“色香味格”的名酒打分依据,是1949年建国后中央政府重视白酒产业发展,并将其提升到国家产业战略的高度,组织科研人员对酿酒技术进行科研攻关,创新发展的结果。建国后,中央政府先后组织了四次有针对性的白酒科学试点,推动白酒生产技术和生产方式向现代化方向发展。同时,开始系统化的组织全国性名酒评比活动中。在1952年第一次名酒评比活动中,白酒产业共评出四大名酒,分别为山西汾酒、陕西西凤、四川泸州老窖和贵州茅台。这是中国白酒产区的雏形,也为1979年第三次名酒评比会上划定香型奠定了基础。产区也罢,香型也好,都是对中国白酒“色香味格”风骨特色的生动化描述。

中国白酒的“香味”坐标

打开中国地图,我们会发现,沿着秦岭淮河一线,即北纬35度左右,可以大致画出一条横贯中国东西的横轴线。这条线是中国地理南北的分界线,也是中国气候的分界线。同样,如果我们以东经106-107°的区间范围为界,也可以画出一条纵贯中国南北的纵轴线。这是中国东西的大致分界线。

这一纵一横两条分割线,构成了中国的地理坐标图。同时,这也是中国白酒产业分布坐标图,由不同地域特色所决定的色香味格的白酒风骨密码即隐藏在这样神奇的坐标图中。

研究这个白酒坐标图我们会惊奇地发现,地处中国最北端的白酒产区河套地区陕坝镇,与处于中国最南端的白酒产区茅台镇不仅均处在东经106-107°的的东西分界线上,而且它们几乎等距离的分布在中国南北分界线,即秦岭淮河一线的南北两侧。由此决

定的、地理及气候上的显著差异性决定了这两大产区的白酒产品风格的不同。

其中,贵州省茅台镇地处东经106°22',北纬27°51',隐藏在平均海拔在1000米以上的崇山峻岭之间。这里冬暖、夏热、少雨,年均17.4℃,夏季最高温度达40℃,炎热季节达半年之久。冬季无霜期长,温差小,年均无霜期长达359天。而年降雨量仅800-900毫米。日照时间为1400小时。炎热、少风、高温,使这里容易生成和聚集中国白酒酿造领域最丰富的呈香型微生物群。这些微生物菌种参与到酿酒过程中,从而使得茅台酒酒杯留香期的显著特征。

作为中国最北端的白酒产区——杭锦后旗地处东经106°34',北纬40度26分至41度13分。境内海拔高度为1032米至1050米,属温带大陆性气候。这里无霜期短,光照充足,热量丰富,降水稀少,温差大,四季分明。年平均气温3.7-7.6℃,平均降水量为188毫米,平均日照时间为3110-3300小时之间,是中国光能资源最丰富的地区之一。这样的气候环境为河套地区提供了颗粒饱满的优质酿酒粮食,如高粱、小麦、玉米、豌豆等,这是酿造好酒的根源。而在酿酒菌种方面,干燥气候虽然不利于呈香型微生物菌种的繁衍生息,但是有利于白酒发酵过程中呈味型微生物的存活与生长。因此,香味协调、酒体净爽、绵柔醇和是河套地区白酒的最大风格。

因此,如果说贵州遵义茅台镇白酒是以“香”见长,是中国白酒“香”的极致,那么同样处在东经106度的内蒙古河套地区所酿造的白酒就是以“味”见长,风格突出,是中国白酒“味”的极致。

一场关于白酒消费的“味蕾”战争

1990年前后,内蒙古河套酒业推出战

略升级品牌河套王酒。以已故著名白酒专家沈怡方为首的专家评审团品尝了该产品之后,认为该酒具有典型的“窖香幽雅、绵甜醇厚、谐调甘爽、尾净香长”的风格特色,并一致将该风格命名为“淡雅型”,划归浓香系白酒大品类。这标志着淡雅型酒体风格的正式诞生,河套王酒是中国白酒行业第一款以“淡雅”为主体风格特色的白酒品牌。

在汉字体系中,淡雅是一种人生的修为境界,意指清新高雅,同时,淡雅也是一种味道,《管子·水地》曰:淡也者,五味之中也,五味指酸甜苦辣咸。而根据《说文解字》的解释,淡,薄味也,是相对于浓重的香而言。中医养生学将“淡”与辛、甘、苦、涩、咸、甜等并列,倡导清新淡雅的生活方式。

由此看来,淡雅型白酒,以味见长,香味协调,诸味和谐,不仅是106°34',北纬40°26'河套地的独特产物,同时融中华民族传统文化于一身,具有鲜明的传统烙印。

1995年之后,国内居民饮食方式的变化,白酒消费逐渐由“吃香”向“吃味”转型,淡雅型白酒也逐渐成为国人的新宠,并逐渐席卷整个白酒市场。在2002-2012的白酒黄金十年里,浓香系、淡雅型成为引领白酒产业发展的主导力量之一,黄河流域、淮河流域淡雅型白酒消费蔚然成风。

同时,在过去十多年里,关于白酒风格是“香”好,还是“味”的讨论也成为行业的热点话题。现在看来,无论是贵州茅台镇的“香”气幽雅,还是内蒙古河套地的“风味”独特,都是中国白酒品质风格的组成部分,并无高低贵贱之分。这就如李白的诗和杜甫的诗,一个是浪漫主义,一个是现实主义,都处在巅峰状态,有的是风格不同,而无高下之分。