

肆拾玖坊五香传奇
GR官荣评价

肆拾玖坊——中国酱香匠人艺术作品酒产自【中国酒都】贵州茅台镇,由汤氏先祖首创于嘉庆年间,汤氏第十一世酿酒传人、贵州省酿酒大师——汤驰,恪守祖训,尊崇古法,九次蒸馏、八次发酵、七次取酒,历时一年,经贮存,精心勾调酿造上乘美酒。整个生产过程不添加任何外来添加剂。并注册白酒界唯一的两项国家级发明专利:《中国白酒古土窖法发明专利》和《糟醅装发明专利》,保护并发扬光大了老祖宗传承百年的技艺。其味醇和丰满,其香细腻悠长,回味悠久,空杯留香,为酱香中上乘之作。

【产地】贵州仁怀茅台镇
【香型】酱香型白酒
【酒精度】53%vol
【净含量】500ml
【原料】水、高粱、小麦
【窖藏方式】土窖法 (专利号:201110192033.7)

微黄、清澈透明;酱香(茅香特有的气质)突出,陈香舒适,幽雅细腻,醇厚丰满,酸甜适口,焦香味诱人,回味悠长,落口净爽。空杯留香持久且细腻,是一款典型高品质的酱香白酒。

G·R官荣评分:96

肆拾玖坊侠义酒
GR官荣评价

【产地】贵州仁怀茅台镇
【香型】酱香型白酒
【酒精度】53%vol
【净含量】500ml
【原料】水、高粱、小麦
【窖藏方式】土窖法 (专利号:201110192033.7)

清澈透明、酱香突出、纯正幽雅有陈香、入口醇厚、酸甜适中、爽口、回味长、落口干净、空杯留香质量较好、酱香风格典型、一款性价比比较高的酒,若加以贮存品质更佳。

G·R官荣评分:91.8

肆拾玖坊义薄云天
GR官荣评价

【产地】贵州仁怀茅台镇
【香型】酱香型白酒
【酒精度】53%vol
【净含量】500ml
【原料】水、高粱、小麦
【窖藏方式】土窖法 (专利号:201110192033.7)

微黄透明、酱香纯正、陈香幽雅、入口醇和、酒体丰满、酸爽适宜、回味长、空杯留香持久、风格典型、宜饮用收藏。

G·R官荣评分:90.3

原酒之形 |

红星:舌间有回甘,好酒喝古酿

■ 王莹 孟磊

当前,“要喝酒,喝好酒”已成为大众追求的饮酒需求。在白酒消费中,人们已经从价格敏感转变到品质关注,消费者更愿意为高品质的好酒买单。新消费时代的到来让红星意识到,研发一款创新、有品味、有个性产品是当前的重中之重。

十年前,红星推出“超越经典有点柔”的蓝瓶二锅头,刮起一场白酒行业的“蓝色风暴”,席卷全国。这是红星对原有产品线的突破,更是对新消费时代的引领。十年后的今天,面对国内光瓶白酒消费升级趋势,红星二锅头不负使命,再度亮剑,历时两年打造的高端光瓶二锅头酒——红星古酿,已经在五月下旬上市。

红星古酿,舌间有回甘

古酿,顾名思义是传承古法酿制工艺,使用纯粮酿造,只为呈现优质的二锅头酒口感,喝完舌间有回甘。

喝古酿重在一个“品”字。

先轻抿入口,酒液在舌间停留2-3秒,让酒在口中氤氲,感受酒体的圆润饱满。然后让酒液在舌间萦绕,等待甘甜慢慢升起。最后入喉,顿觉舒畅。这爽快中裹挟着一丝甜意,令人回味悠长。

这种令人留恋的“回甘”到底是怎样形成的?原来,红星古酿中的多元醇比例特殊。红星古酿实现了对发酵环境与发酵时长的完美控制,对酒体中酯类、酸类、醇类、醛类物



古酿,顾名思义是传承古法酿制工艺,使用纯粮酿造,喝完舌间有回甘。十年前,红星推出“超越经典有点柔”的蓝瓶二锅头,十年后的今天,面对国内光瓶白酒消费升级趋势,红星二锅头不负使命,再度亮剑,历时两年打造的高端光瓶二锅头酒——红星古酿,已经在五月下旬上市。

匠心古酿,精英人群的品质之选
红星始终追求品质卓越。中国

鲁塞尔国际烈性酒大奖赛金奖,2017年荣获布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛大满贯。红星古酿作为一款高档的光瓶产品,继承红星一惯的金奖酒品优点,让人饮时轻松,饮后舒适,更贴近年轻人群追求的精致生活,带给消费者更好的舌间感受。

精心打造,创新包装独树一帜

作为高端光瓶酒,古酿在外观设计上,继承品牌基因,突破传统,创造简约又讲究的设计。瓶型突破传统圆瓶造型,使用晶白料扁瓶。晶白料玻璃材质滑润通透,能将纯正酒体直观的展示给消费者。扁瓶让人联想到二战时期的金属酒壶,和硬汉品牌形象一致;圆润的转角照顾饮用时手的持握,更加人性化。

瓶标上,红色五角星十分醒目,富含特殊情感,是梦想、和情怀。瓶标底色设计,由红白色块搭配,既富有时尚感,在终端陈列时更是抓人眼球。

最后,在细节处理上,瓶盖采用金属质感的宽距螺纹圈,配合小星增加摩擦力,开启更省力。

讲究精致的古酿,可满足消费者各种饮用场景。不仅适合日常自饮,在亲朋好友聚饮时,也是很好的选择。古酿的“高颜值、高品质、高价值”,作为馈赠礼品,也是有面儿的不二之选。

古酿继承红星传承技艺、追求卓越的品牌基因,创新酒体和包装,用超高辨识度、产品差异化,弥补了高端瓶装酒的空白。红星二锅头一直品质为先,不但要打造中国人喜欢的清香白酒,更要把最国际化的白酒香型推广到全世界,让全球消费者感受中国白酒的独特魅力。随着“一带一路”国家战略的深入,品牌作为文化使者的作用将越来越重要。红星作为中国国家品牌,承担着传播中国文化的重任——让清香沿“一带一路”飘向全世界!

食品工业协会白酒专业委员会副会长、北京二锅头酒传统酿造技艺第八代传承人高景炎大师对理想二锅头的概括是:“绵、甜、爽、净、清”。高景炎大师的五字箴言,就是红星古酿的终极追求。红星研发团队以品质为基准,以技术为核心,反复实验、不断改进,力求呈现高品质二锅头。在发酵过程中,为了实现对多元醇的控制,创造舌间有回甘的特殊感受,研发人员在传承二锅头古法酿造技艺的基础上创新,科学运用现代微生物技术和控温缓漫发酵技术,攻克克难,多次调校,终于在消费者盲测时得到了“入口绵,落口甜,饮后有回甘”的普遍评价。

红星匠心独运,2014年、2015年蝉联布

Viorel Garaz:一半阳光,一半美酒

■ 李冰玉

欧洲巴尔干半岛东北部多瑙河下游,东欧平原南部边缘地区,是一个内陆国家,绝大部分国土介于普鲁特河和德涅斯特河之间。东、北部与乌克兰接壤,西隔普鲁特河与罗马尼亚毗邻,南部不远遥望黑海,这个33800平方公里的国度就叫作摩尔多瓦。自那颗衔着葡萄的白鸽飞过后,这个国家就被写上了葡萄酒的基因。

近年来,摩尔多瓦葡萄酒在中国市场表现亮眼,增势迅猛,很多文艺青年都说,被阳光眷顾的国度,都有美酒流淌过。今年春季糖酒会期间,记者见到了摩尔多瓦葡萄与葡萄酒局全球市场总监Viorel Garaz,说起摩尔多瓦的酒,他讲起这段阳光和酒的故事。

阳光照耀的土地,总有美好的风土

摩尔多瓦日照充足,素有“阳光之国”的美誉,属温带大陆性气候。境内平原和丘陵相间分布,中部为高地,三分之二的土地为黑钙土。北部和中部属森林草原带,南部为草原。河流众多但大部分短小,德涅斯特河和普鲁特河为境内两大河流。地下水资源丰富,约有2200个天然泉。优越的地理位置使得这里有资格成为最好的葡萄酒产区之一。

Viorel Garaz告诉记者,摩尔多瓦不是工业国家,是非常典型的农业国家,没有任何污染,空气清新,环境自然,每年夏天只有几天气温才会达到35度,这样的温差特别适合葡萄生长。地理位置和气候的天然优势,使得摩尔多瓦的葡萄酒有着平衡的口感,果味浓郁,饮用起来清新自然。

相比于很多传统葡萄酒生产国在中国市场深耕多年,Viorel Garaz却显得格外有信心:“虽然其他国家的葡萄酒也很好,但不是喜欢什么酒就要喝到的,摩尔多瓦的葡萄酒也是非常多样化的,是可以推荐给消费者尝试一次的。”

或许是因为摩尔多瓦有太多阳光,在这片土地上,美酒与阳光一样多,或者说阳光代表着这里优越的自然环境,而美酒则写下了这个国度的独特文化和历史。Viorel Garaz说:“葡萄酒不仅仅是一种饮料,还代表了一个国家的品牌、文化和历史,我们酿酒已有五千年的历史,历史和文化同样是摩尔多瓦葡萄酒的特点。就传播角度而言,推荐一些小众的葡萄酒,会让消费者感到新奇,这对他们而言同样一种新的体验。这种体验不是猎奇,



● Viorel Garaz

而是生活中实实在在的感受。”

说起摩尔多瓦就不得不提起创下世界纪录的克利科瓦大酒窖,它就位于摩尔多瓦首都基希纳乌附近的丘陵地带,数亿年前这里是汪洋大海,形成沉积岩地质结构。两百多年前人们就在这里开采石材,灰白色的石灰岩被高贵的建筑广泛使用,年复一年在六十多平方公里的范围内留下了迷宫一样的隧道。上个世纪五十年代初,有人发现这里的温度、湿度非常适合贮存葡萄酒,长达120公里的克利科瓦大酒窖由此诞生。这里的每条街道都以葡萄的品种命名,曾有很多国家领导人参观游览。

摩尔多瓦与葡萄酒的故事太多,总是来不及说完,Viorel Garaz告诉记者,未来摩尔多瓦会组织更多媒体、葡萄酒从业者到摩尔多瓦去看看,体会一下摩尔多瓦的独特风土和葡萄酒文化,看看印在摩尔多瓦人生命里的葡萄酒。

从文化到品牌,摩尔多瓦才刚刚起步

近年来,摩尔多瓦出口到中国市场的葡萄酒越来越多,进口量及进口额的增长更是接近50%。

Viorel Garaz坦言:“可以看到消费者对摩尔多瓦葡萄酒的需求越来越大,这对于经销商和进口商而言都是非常利好的消息。当然,我们正在谈自由贸易,如果成功的话有望在今年年底签订。未来,中国的消费者或许可以用更少的钱喝到更多样、更优质的摩尔多瓦葡萄酒。”

近年来,摩尔多瓦葡萄酒在中国市场中的表现可圈可点,但摩尔多瓦在中国市场大规模进行推广的时间并不长,大约4年前,摩尔多瓦才开始参加大型展会。对此,Viorel Garaz直言,大型展会带来的好的结果,这让摩尔多瓦酒局越来越意识到中国市场的重要性。这种重要

性更多地来自于中国消费者的认可,而非仅仅是销售额、出口量这些硬性的数字。

Viorel Garaz透露,今年摩尔多瓦已与中国发酵工业研究院签订协议,成立了摩尔多瓦葡萄酒中国推广中心。这意味着在中国成立了官方机构,负责中国市场的推广工作。

Viorel Garaz表示:“摩尔多瓦葡萄酒中国推广中心的成立对于我们来说是历史性的一步,通过这些年的经验我们深知,不能单枪匹马的作战,我们需要一个强有力的中国合作伙伴。在推广中我们遇到的最大难题是中国消费者不了解甚至不知道有摩尔多瓦这样一个国家。所以,我们希望以摩尔多瓦为国家品牌,我们相信在推广中心的支持下,会有更好的发展,取得更好的成绩。”

摩尔多瓦推广中心的成立对于我们来说是历史性的一步,通过这些年的经验,我们知道不能谈及未来的计划,Viorel Garaz表示,在2018年和即将到来的2019年,摩尔多瓦还将举办展会外的更多活动,包括大师班、品酒活动、路演等。此外,摩尔多瓦葡萄酒中国推广中心的公众号已经正式上线。在未来的几年中,摩尔多瓦将举办更多的葡萄酒旅游活动,Viorel Garaz说:“除了葡萄酒本身,我们也很关注旅游业,但是我们的旅游业也是葡萄酒旅游,因为葡萄酒本身就极具体验性。”

做小而精的摩尔多瓦葡萄酒

对于中国这样的市场而言,摩尔多瓦葡萄酒无疑是小而精的,每年1.3亿升的总体产量,出口全世界多个国家。Viorel Garaz也直言,每年的出口额不可能超过这个,由于产量的限制,决定了摩尔多瓦葡萄酒不可能进行全市场的铺货行动。在这样的前提下,摩尔多瓦葡萄酒中国推广中心把北京、上海、成都、广州、宁波作为重点市场,确定了摩尔多瓦葡萄酒走区域市场的小众路线。

与其他国家酒局不同,摩尔多瓦葡萄酒局的费用一半来自国家,一半来自酒庄,董事会的11个工作人员中只有3个是公务人员,所有费用由董事会决定如何使用。Viorel Garaz介绍说,“可以说这是国家给予的资金支持,酒庄在经营中有很大的自主性,我们酒局主要是为酒庄提供服务。还有更重要的一点就是,酒庄的自主性主要是指在推广和政策上的自主性,酒局更重要的工作就在于质量把控上。可以说,摩尔多瓦的酒庄有很大的自由空间,作为酒局我们只能在质量和税收方面进行把控。”