

# 喝酱香老酒的好处

■ 晨世国藏

酱香型白酒是白酒中唯一可以起到保健作用的白酒。

一瓶酱香酒就相当于是一群微生物“活体”。酱香型白酒的酿造工艺特殊,一瓶酱香酒从原料进厂到产品出厂至少经过5年,在这当中,分2次投料,9次蒸煮,8次高温堆积发酵,取酒、存贮、勾兑等,在漫长、特殊而神秘的生物反应过程中,在窖池和空气中庞大的微生物群落的共同作用下,各种有益的微生物尽数罗置于酒体中。

**易挥发物质少。**酱香酒蒸馏时接酒温度高达40度以上,比其他酒接酒时的温度高近一倍,高温下易挥发物质自然挥发掉的多,而且酱香酒经3年以上的存贮,贮存损失高达2%以上,很显然容易挥发的物质又被挥发掉了很大一部分,所以酒体中保存的易挥发物质少,自然对人体的刺激少,有益于健康。

**酱香型酒的酸度高。**酱香型酒的酸度是其他酒的3至5倍,而且主要以乙酸和乳酸为主。根据中医理论,酸主脾胃,保肝,能软化血管。西医也认为,食酸有利于健康。道教和佛教也很重视酸的养生功能。难怪有些酱香酒口感后味偏酸。

**酱香酒的酚类化合物多。**近年来,越来越多的消费者趋向于选择红葡萄酒,原因在于干红葡萄酒含有较多的酚类化合物,有利于预防心血管疾病。酱香型酒的酚类化合物是其它名优白酒的3到4倍,可见酱香酒与干红葡萄酒有异曲同工之妙。

**酱香酒的浓度科学合理。**酱香酒的酒精浓度一般在53%(V/V)左右,而酒精浓度在53度时,酒精分子与水分子的亲和力最好,加之酱香酒的贮存时间较长,游离的自由酒精分子少,所以对身体的刺激小,有利于健康是不言而喻的。

**酱香酒是天然发酵产品。**由于这种酒至今为止尚未找到主体香味物质,所以即使有人想通过添加合成剂做假也无从作手,这就排除了添加任何香气、香味的可能。

酱香酒中存在SOD和金属硫蛋白等物质。其中SOD是氧自由基专一清剂,主要功



能是清除体内多余的自由基,抗肿瘤、抗疲劳、抗病毒、抗衰老的作用明显。同时酱香酒还能诱导肝脏产生金属硫蛋白,金属硫蛋白的功效又比SOD强多了。金属硫蛋白对肝脏的星状细胞起到抑制作用,使之不分离胶体纤维,也就形不成肝硬化了。

**酱香酒越陈越香,收藏价值高。**由于复杂的酿造工艺和长期贮存的综合作用,水和酒精分子结合最稳固,时间越长,陈味越足,因此最具收藏价值。而其他香型的白酒越陈品质反而还下降。众所周知,生产酱香型白酒,地理位置至关重要,酱香型白酒主产区集中在赤水河畔,以贵州仁怀茅台镇为代表,这是因为这里的酿酒环境太独特,是其他任何地方想用任何方式都不可能复制的;其次,酱香型白酒要在重阳下沙,并通过九次堆积、八次蒸煮、七次取酒,长达12个月的酿造周期,而且还要存放3—5年后才能勾兑灌装。加上酱香型白酒还可以作为其他香型白酒“调味酒”,原酒也可以卖钱,不做市场也有市场,由此就拥有了其他香型白酒品类所无法比拟的优势。再者,由于酱香型白酒消费群体的忠诚度非常之高,通常情况下不会更换其他香型白酒去消费。更为可贵的是,酱香型白酒所

具有“品类价值大”、“市场空间大”、“发展潜力大”、“行业利润大”的四大特征。

**仁怀市酱酒企业的现状。**2007年,贵州仁怀当地有一定积蓄的居民,在家中修建储酒罐,四处收购酱香原酒进行储存或收藏,利润传闻高达30%以上。2012年,贵州仁怀当地的返乡创业青年,通过贷款获创业基金的支持,小的600多万,大的1000多万,找土地、挖窖池、建酒厂。2013年,仁怀,这个酱香型白酒的主产区,正遭遇一波前所未有的停产风潮,一大批的中小酒厂门庭紧闭,当地居民说,有将近三分之二的酱酒企业已经停产,更有甚者说,这轮停产后将倒闭大批小酒厂。酱香型白酒的未来出路 仁怀市的一千多家酒厂在前几年酱酒高速增长期赚到了钱,但是他们赚到的钱并没有到这些企业主手里,而是把赚到的钱投入到修建窖池、扩建厂房、增加生产线等方面了。

如今行业正在调整,高昂的生产成本导致资金链断裂。据茅台镇当地一位酒厂负责人说,养一个酱香型白酒的生产窖池的年度投入就需要20万元之多(因为酿造窖池不能停歇,一旦间停就会导致窖池不能再延续生产),目前仁怀市不少酒厂已经到了抵押贷款

进行养窖的局面,但仍然无法阻止停产的趋势。这对那些有资金实力的企业是个利好的消息,可以用低成本去收购这些优质资产。除贵州省的酒企之外,国内还有2万多家白酒生产企业,而这些企业中,每年都有数量不少的酒厂到贵州收购酱酒作为调味酒,而此时进入贵州收购酱酒企业,确实是一个千载难逢的好时机。据了解,很多业外资本和业内资本已经迈出了这一步,进入了收购、并购大潮。而重组并购后,这些企业利用自身资源,将会进一步推动酱酒品类的发展,所以我认为,仁怀市酱酒企业的发展前景并不会那么悲观,不但不会死掉三分之二,而且还会很好的生存下来,迎接酱香时代新一轮的发展。老酒是发酵原压榨酒,所含的碳水化合物基本上都是发酵产生的单糖(葡萄糖、果糖)和低聚糖(麦芽糖、异麦芽糖、乳糖),它可以直接吸收到血液中发布全身,直接产生能量,其余部分以糖原的形式贮存到肝脏和肌肉中,不易使人发胖,老酒发热量是80—90Kcal/100ml,啤酒是50—60Kcal/100ml,白酒是200—300Kcal/100ml,它的发热量比啤酒多,比白酒少,在体内消化吸收后,一能满足和供给人体组织细胞的能量需要,二能转化成糖原贮存在肝脏和肌肉中,以补充和平衡能量的需要;如果每天喝300—500ml老酒,少吃面食,对人体健康是相当适宜的,既不会发胖,又有益营养。老酒还含有6种维生素,主要是:VB1、VB2、VB5、VB6、VPP、VB12;维生素是维持身体健康所必需的有机化合物,它是其他营养物质(蛋白质、脂肪、碳水化合物)代谢中的催化剂,一般维生素体内不能自行合成,必须从饮食中摄取,而妙府老酒是维生素含量比较丰富的酒种。

老酒还含有十多种矿物质元素,矿物元素是体内酶作用的催化剂,它在人体内的总量约占体重的4—5%,数量虽不算多,但对机体的健康稳定起着十分重要的作用,缺发时,可使机体组织的功能出现异常,补充后即可恢复正常。据有关部门测定,老酒含有常量元素钾、钠、钙、镁等,微量元素铁、锌、铜、锰、硒,比啤酒、葡萄酒、白酒高出若干,其中硒元素有抗癌作用。



## 什么样的红酒需要醒酒

■ 凤凰

一般我们大家在喝酒的时候都会把红酒醒酒之后才喝,醒酒之后的味道更好,那么什么样的红酒需要醒酒呢?

**★为什么红酒要醒酒**

红酒之所以要醒酒,是为了将葡萄酒与其因陈年在瓶底所形成的易碎、带苦味的沉淀物分离开来,同时,让葡萄酒与空气接触,单宁充分氧化,挥发掉杂味和异味,使红酒本身的花香、果香逐渐散发出来,口感变得更加复杂、醇厚和柔顺。

**★什么样的红酒需要醒酒**

一是陈年老酒需要醒酒。陈年老酒因为窖藏时间过长,酒中带有陈年的木塞味以及轻微的氧化味,还有一些沉淀物,需要醒酒让酒重新变得纯净清香。二是开瓶时还不宜引用的酒需要醒酒,以便模仿陈年过程,并使该过程加快,“催熟”酒达到能喝的程度。三是单宁过重的红酒需要醒酒,单宁会给人一种干涩紧致的感觉,一定要醒酒,才能品出它独特的水果香和当地风味。四是贵的红酒几乎都需要醒酒,当其他线索不明朗的时候,可以用这种方法判断是否需要醒酒。

**★红酒醒酒多长时间**

一般而言,葡萄酒从酒瓶倒入醒酒器的那一瞬间,醒酒就开始了,而醒酒时间从5分钟到2小时不等。一般年轻的新酒基本上提前半个小时左右就可以了。比较复杂的是浓郁型的红葡萄酒,如果储存年限太短,单宁味会特别强烈,这种酒至少要提前两个小时开启酒,使酒液充分接触空气以增加香味、加速成熟。刚好在成熟期的葡萄酒一般提前半个小时,至一个小时即可,这时酒体丰满、酒香醇厚,是最佳的品尝时间。进行醒酒之前,应先让酒瓶保持直立。新酒需直立一天,15年以上的陈酒需直立8天。

一是酒越年轻,单宁含量越高,其所需醒酒时间越长。通常来说,年轻的红葡萄酒醒酒时间在1小时左右,一些单宁含量高的葡萄酒如西拉(Syrah)、布鲁奈罗蒙塔希诺(Brunello di Montalcino)和基安帝(Chianti)等可在此基础上适当延长醒酒时间。

二是超过40年酒龄的陈酒在更换存放地点之后,不宜立即进行醒酒,因为陈酒中的杂质十分细小,沉淀的时间较长,建议您先平置酒瓶至少一个月,再直立8天后即可予以醒酒,移动酒瓶时务必格外谨慎。

三是酒体轻盈、果香精致的白葡萄酒和桃红葡萄酒,也几乎不需要醒酒。因为这些酒本身风味柔和,醒酒时氧气的介入会使得口感变得寡淡。

葡萄酒的醒酒时间不好把握,但是可以选择一种折衷的醒酒方式,那就是红酒开瓶后在瓶中静放半小时,然后直接倒入酒杯里,一边醒酒一边享受气味的变化,醒酒完成后直接饮用,葡萄酒所有的变化过程完全在掌握之中,醒酒不是一成不变的,选择你喜欢的方式醒酒就好。

## 如何分辨葡萄酒适不适陈年

葡萄酒除了分产区和酒庄,其实还存在着适不适陈年的问题。偶尔喝到好喝的红葡萄酒会忍不住多买一些存放在家,毕竟遇到对味的红酒可是可遇不可求,然而每瓶红酒都会标示其适合饮用的期限,是否就该在期限内喝完呢?预防珍藏的葡萄酒最后变了调,不妨从以下几个面向去判断这些葡萄酒是否适合陈年,还是尽早把它喝完。

**★只有少数的就适合陈年**

事实上,世界上有90%以上的酒都不需要陈年,应该要趁早饮用。大多数价格较低,像是少于两百块人民币的红葡萄酒、起泡酒几乎都不需要陈年,不如趁年轻时喝好享受新鲜奔放的果香,放着太久反而会让果香消逝,酒变得不平衡又平淡。一般比较便宜的餐酒等级,红葡萄酒建议就如酒标上标示的在5年内喝完;白葡萄酒和桃红葡萄酒建议在2—3年内喝完。值得陈年的通常都是价格较高、来自知名产区或酒庄、品质出众的好酒,像是波尔多5大酒庄就需要长时间陈年。

**★进行小测试判断**

如果看完以上的资讯仍不解如何判断,其实还可以进行一个小测试,即能测出这瓶葡萄酒适不适陈年。试着打开一瓶全新的红葡萄酒,然后试喝看看并记下颜色、单宁、酸度等特色,然后将剩下的1/4就保留下来,并将软木塞盖回到酒瓶上后将其放置到冰箱或酒柜,静放一个晚上以后,再拿出来品尝看看该瓶酒的味道。然而大部分的酒经过这样的处理后味道都会退化,但如果你的酒喝起来跟前一天一样好(甚至是更好喝),那这瓶酒基本上陈年的潜力就很高。如果摆到第三天也好喝,那它就可以放更久。(据酒一搜)

# 邹涛履新 五粮液迈步“年轻化”战略

■ 刘建建

近日,五粮液(000858)发布公告称,当天召开的第五届董事会第四十三次会议,审议通过了关于公司董事会董事候选人、关于聘任公司高级管理人员的两项议案。

其一,公司董事会提名邹涛为董事候选人,议案表决并通过。其二,根据宜宾市国资委文件(宜国资任[2018]22号),经履行相关程序,公司董事会聘任邹涛为常务副总经理、赵东为副总经理;因到法定退休年龄,彭智辅不再担任公司副总经理、董秘职务;公司职工监事杨韵霞(党委委员)任公司工会主席。

公告证实了前一天被大量报道的五粮液人事调整,也宣布任命已在上市公司层面完成相关流程。7月19日下午,《华夏酒报》等媒体获悉并报道了五粮液集团党委、五粮液股份公司党委在7月18日联合下发的《关于调整部分公司领导分工的通知》。

出现其中的五粮液集团党委、副书记邹涛,引发了最大的行业关注。《通知》称,五粮液对部分公司领导分工进行调整,推荐邹涛同志任集团公司副董事长,股份公司常务副总经理,协助刘中国同志分管销售工作;分管市场部、销售服务部、七大营销中心、品牌保护部;联系长江源公司、基金公司。

2017年2月7日,邹涛由政府部门空降五粮液,担任五粮液集团党委、副书记。不到一年半的时间,40岁的他再度履新。非常重要,这是集团党委书记、董事长李曙光就任之后,五粮液发生的最大一次高管调整。集团副董事长邹涛身上的年龄色彩,更让人看到五粮液管理层向“年轻化”方向迈进。

值得注意的是,今年,五粮液频繁提及低度化、年轻化、数字化、国际化。而重构“年轻化”的管理团队,或是五粮液“年轻化”战略的一个重要布局。

在“二次创业”和“千亿征程”中,迈步“年轻化”,不仅仅体现在传统产品层面,更可能是五粮液在体系和组织上的全面重构。

## 不仅仅年轻,还高知、实践丰富

1978年出生的邹涛,研究生学历,拥有工学学士、法学硕士学位。2004年以来,先后在四川省公安厅、四川省纪委工作。

2017年初,邹涛调任五粮液集团股份公司书记,第三天便调研了集团旗下的海大橡胶集团轮胎生产车间。8月13日,邹涛再到五粮液股份公司第一家并购企业邯郸永不分梨酒业公司调研。

除了熟悉五粮液情况,兄弟企业之间,邹涛仅在去年4月的上中旬,便先后走访了郎酒、泸州老窖和剑南春3家同处一省的名酒



厂。除了考察调研,还与对方就企业文化、品牌建设、平台建设、产品开发等方面进行探讨和交流。

公众层面上,邹涛的首次亮相,出现在2017年11月五粮液系列酒新品发布会。今年,他的出镜率逐渐增多。

1月份,参加五粮液集团与中国中化集团签署战略合作协议;4月,率队深入种植基地,督导践行乡村振兴相关工作;5月,邹涛在眉山举办的五粮液百亿系列酒发展论坛上,百亿系列酒战略已经成为五粮液集团二次创业“千亿集团”目标的重要组成部分,今年将是五粮液系列产品完成百亿预期目标之年。

7月19日,五粮液集团与四川大学华西医院在成都签署“一院一中心”合作项目

协议,双方在大健康领域强强联手,建设华西五粮液健康产业创新研究院和华西五粮液大健康中心两大项目,共同打造大健康产业世界级品牌。很多人已发现,出席活动的邹涛是以集团副董事长和股份公司常务副总经理身份出席的。

由上可以看出,邹涛不仅仅是年轻,他还是高学历、政府部门实践丰富、熟悉五粮液内外发展情况、注重同行企业的互通与互等,在业内人士看来,邹涛身上表现出的这些亮点,更有利于他快速融入新角色。

这些特质,也是本次被调整分工的五粮液高管们的“群像”。

以赵东为例,毕业于无锡轻工业学院(现江南大学)发酵工程专业,拥有工学学士学位,教授级高级工程师,在五粮液酒厂生产技

术部门工作多年,是中国酿酒大师,去年相继在中国低度白酒发展高峰论坛和中国浓香型白酒文化高峰论坛亮相。

## 与年轻人合谋的“年轻化”战略

年轻化,一直是白酒行业攻而不克的难题。

五粮液去年主动扛起这杆大旗。2017年5月,李曙光就任五粮液集团党委书记、董事长2个月时,便首次对外发声:“白酒年轻化是五粮液必须面对的一个重大课题!”随后推广布局的低度白酒,也是出于“在世界范围内,在广大年轻消费群体中推广出去”。

“这是我们必须过的关!”今年56岁,典型的“少壮派”李曙光说。在他的部署下,五粮液去年践行“新生代战略”,举行了“四个转变”、“进酒吧、看川酒”、“2017中国白酒新生代酒品超级调酒大赛”等。

在2017年五粮液第二十一届1218共商共建共享大会上,李曙光宣布五粮液落实“1+3”产品策略,其中一个维度是“打造年轻化、时尚化、低度化的五粮液系列”。今年,李曙光则提出,公司将围绕四个“化”(低度化、年轻化、数字化、国际化),做好大文章,打造五粮液发展新优势。

在以往对五粮液“年轻化”的分析上,我们更加侧重于认识它是说,五粮液产品要适应年轻化消费的变化和趋势。

这很可能是一个狭隘的理解,它更可能是一种整体组织的重构。

从当前政界看,“60后”的高级干部群体正大量出现,其背后得益于高层推动干部年轻化战略。“60后”高管群体也普遍具备年轻、高学历、实践经验丰富等共同特点。

而熟悉酒业的人都清楚,年轻化的管理团队正在成为行业主力军。近年来,雪花啤酒、青岛啤酒、燕京啤酒等啤酒巨头,张裕、长城等国产葡萄酒龙头,白酒中的茅台、洋河、泸州老窖、剑南春、舍得酒业、水井坊等,干部团队相继完成年轻化过渡和改造,年富力强的“少壮派”主导公司管理和市场销售,已成为大势所趋。

五粮液本次高管分工调整,一方面吻合行业共有的趋势;另一方面,也出于对自身战略的积极谋划,随着邹涛、赵东等人的履新,五粮液管理层平均年龄下降到50岁以下,为公司的“二次创业”带来了蓬勃的朝气。

更重要的,五粮液的“年轻化”战略,更有可能在这批年轻高管手中落地成型。

当品牌与年轻人合谋,年轻化或许才能真正踏准年轻人的步伐。对于五粮液而言,迈步“年轻化”,不但可以为产品风格、销售体系带来改变,还有望通过战略的实施,重新定义市场的格局。