

### 如何辨别 餐前酒、佐餐酒和 餐后酒?

葡萄酒是西方的舶来品, 我们都知道 西方人是很讲究礼仪的,而喝葡萄酒也是, 酒桌文化很丰富, 其中葡萄酒可以是餐前 酒、佐餐酒和餐后酒,可能有些朋友并不知 道这些"酒"都是什么酒?

#### ★餐前酒

餐前酒(Aperitif)指在进餐之前饮用的 酒精饮料,也叫开胃酒。餐前酒并不是特指 某一种酒;餐前酒是专门用来刺激人的食 欲的酒精饮料,所以也可以成为开胃酒。

饮用餐前酒的目的是为了刺激食欲, 而糖分具有降低食欲的作用, 因此餐前酒 最好是甜度较低的干型酒,而为避免尚未 就餐就已经喝醉,餐前酒最好酒精度较低。 此外,酒精度过高会让味蕾变得迟钝。比较 典型的开胃酒包括干型的苦艾酒、金酒、起 泡酒、干白葡萄酒。而日常中,我们只要记 住用干白和干起泡酒(香槟)做餐前酒,一 般就不会错了。

#### ★佐餐酒

和中国人在吃饭的时候爱喝汤一样, 不少西方人都有在吃饭的时候饮用一些佐 餐酒的习惯,在西餐上,佐餐酒一般都是葡 萄酒居多,或者是干葡萄酒,或者是半干葡 萄酒, 然而不同的肉类他们通常会选择不 同的佐餐酒来饮用,譬如说"红肉配红酒, 白肉配白酒"。这里面所谓的白肉,就是指 鱼肉、海鲜或者鸡肉等等,而红肉,则是牛 肉、羊肉以及猪肉。当我们尝试一下在吃这 些不同肉类的同时品尝一些不同的佐餐酒 的话,或许我们可以轻松感到到一种很好 的葡萄酒美食。

#### ★餐后酒

餐后酒是为了在饱餐一顿之后帮助消 化。餐后酒的选择范围很广,如威士忌、波 本、白兰地、波特酒(英国人最喜欢)、雪利 酒、利口酒等。我们既可以选择甜型餐后 酒,也可以选择干型餐后酒,最重要的是依 据个人的喜好而定。如我们之前所说,冰 酒、贵腐酒这类甜型但适合小尝一口的酒 也是非常适合做餐后酒的,当然了,它们糖 度高,价格并不便宜,每天喝的话并不是每 个人都受得了。而德国产的很多干白,半甜 白和甜白都非常适合,而且这类酒有非常 独特的香气,让你这一餐美美收场。

(据葡萄酒研究)

充四文

跃州 金芮/摄影

### 《实用酒度换算全书》

广告

# 百届糖酒会的变与不变

糖酒会开办至今已有百届,时间追溯到 1990年的秋季,全国三类商品交流会正式更 名为全国糖酒交易会,并沿用至今。时任内贸 部副部长的白美清参加全国糖酒会的开幕 时,肯定了糖酒会的成绩,他说,交易会开的 很好,目前没有更好的形式可以代替,还要继 续开下去。跨越近三十年,这句话,放在当下, 同样如此。

#### 糖酒会的变与不变

每届糖酒会看似不-样,实则一样,都是酒类、 食品等行业与时俱进的 展示、招商及交流。

变与不变是相对 的,把糖酒会比作一 枚硬币,变与不变就 是糖酒会的正反两 面。《中国酒业》智库专 家欧阳千里认为:变化 体现在"稳定",2012年 之前的糖酒会百花齐放, 或许"偶然"性较大,2012年 之后的糖酒会出现的一些萧条 则是"必然",仿佛所有的事情都是 "被安排"。这种稳定,或者说必然,变与不

变,并不是糖酒会可以左右的,源于整个行业 的起伏,伴随"行业复苏"、"龙头觉醒"而来, 茅台、五粮液、泸州老窖等企业业务人员会下 沉到县城,招商信息更加诱明,参与糖酒会企 业大多数目的很明确, 如参与论坛、签约产 品、和谁交流等。这是行业成熟的表现,同时, 这也也预示着"垄断"的形成,新品牌想要冲 破名酒产品形成的"铜墙铁壁"会越来越难。

#### 除了交易场所, 糖酒会还是一个舞台

伴随着酒水消费结构与信息交换方式的 变化,酒水招商渠道也发生了巨大的变化,近 几年,有不少参展的酒商表示,一场展会投入 巨大,且不说印发铺天盖地的单页,只是发出 的样品酒就投入不少,耗费大量的人力物力, 结果一个订单也没有成交。感觉非常疲惫,正

糖酒会大致经历 了三个阶段的变化,2000年 以前,糖酒会的供需以订单为主; 2000年至2013年,糖酒会的目的以 产品招商为主;再到最近几年,糖酒会的 目的以信息发布为主。其内容形势虽然不 断发生变化,但从根本上来说,其供需交 易的性质却没有发生变化。这与我们 在寻求新的招 国家的改革开放进程与经济科技 商渠道的转型。

的发展紧密关联,具有鲜明

的时代烙印。

的企业和项目并没有针 对性,所以招商企业对其的重视 程度也不够。经销商往往东瞧瞧、西看看,一 圈下来往往收效甚微,不但劳神费力,吃饭、 住宿、路费花费不少,最后往往空手而归。

对于酒水经

销商而言,去到糖

酒会现场,对于考察

但实际的情况并不是完全这样,即使酒商 在糖酒会期间卖出的金额不理想, 他仍然获得 了极大的曝光,从侧面为品牌的势能带来了增 益,为日后提供了无限的可能性。经销商也是一 样,即使在糖酒会期间没有找到自己心仪的产 品,但他却在无形中了解了行业最前沿的动态, 在以后的市场中更加游刃有余。

糖酒会已经从曾经的产品商务合作接 洽,转变为行业信息交流平台,依然是行业的 风向标, 但是不能再用传统单一的签约量高 低来衡量糖酒会的效果,实际上我们更应该 看重各个企业在糖酒会上创意的交流与实践 结果呈现。但遗憾的是,并不是所有人都能意

分享和学习将在未来的扮演越来越重要的

角色。分享即分享行业理念和思想,智业机构和 营销专家学者将扮演极其重要的角色, 大品牌 和运营商也将加入,下游的经销商通过糖酒会 这个契机学习行业知识和经营管理经验。也从 另外一个方面提高了中国食品行业的经营水 平,从而提高行业整体竞争力。从更高的层面来 讲,糖酒会也在不断提升中国的影响力,一方面 是中国食品企业、中国品牌通过糖酒会这个窗 口影响世界; 另一方面是世界各国食品通过这 个平台实现在华交流与市场拓展。

#### "吸金大会"&"吸睛大会"

糖酒会在产业集中度不断提升和区域品 牌崛起的带动下,随物联网、虚拟现实、人工 智能技术的引入,不只是糖酒会,传统展会已 经出现两大变化,一是展会方式变化:从人工 实物展示为主转向虚实结合的展示,如 AR, VR 技术场景营造,在线视频发布与互动,企 业产品数据库自主查询, 机器人客户接待与 服务等,总而言之,企业会用各种新奇的方式 将自己想要传达的信息传达出去。二是展会 规模类型变化:从全国集中大会转向区域集 中大会; 从行业集体亮相同会交易转向品类 细分会,从所有厂商同会参展转向单一品牌 厂商自主办会,很多企业已经在自己举办论

坛、峰会、新品发布会,这种带有针对性的峰 会会给到参会经销商足够的重视,并且负责 参会人的餐饮食宿,让经销商无后顾之忧,整 个体验效果也相对较好。对于经销商而言可 以全方位的了解企业和产品,而对于酒商而 言,把自己的经销商集中到自己的地盘,经销

糖酒会正在由"吸金大会"变为"吸睛大 会",每年的糖酒会都会被装扮成广告的汪洋 大海,巨幅喷绘、广告方阵、宣传单页、手提 袋、促销员、广告牌、大型过街门楼、特装造型 等各种广告形式应有尽有,如果,没有好的创 意,很多广告投入都可能被淹没在广告海洋 中,很多企业动辄几百万甚至上千万的投入 已经不是什么新闻,企业在豪赌糖酒会并非 只为招商那么简单, 更重要的是树立品牌形 象,坚定经销商对企业的信心。但对于很大一 部分缺乏资金实力的小企业来说,这种投入 是很难实现的,只能剑走偏锋,用各种新奇的 方式来来博人眼球,加深人们的印象。

也许,在未来,类似糖酒会这样全国性的 展会将变成大企业集中展现成果的舞台,中 小企业想要在这个舞台上抛头露面, 出来需 要付出金钱成本外, 更重要的是拿出极佳的

## 以花酿酒,念当载酒醉花下

古人多喜欢把女子与花联系起来。"一枝 红艳露凝香""芙蓉如面柳如眉"都是以花来 比喻美丽女子的面貌。而酿酒术,相传是夏禹 时期的女子仪狄发明的。

花有姿态,酒有精神。花香入酒,是人们 亲近自然的一种方式,于选取上寄托了主体 的情怀,高雅清远。请珍惜生命里可以松花酿 酒,春水煎茶的日子。

#### 桃之天天,灼灼具华。

早在《诗经》里,已经用色彩鲜艳的桃花 比喻年轻娇媚的新娘。桃花,因其颜色娇媚, 最早与男女之间的情愫联系起来。

儿时很喜欢"去年今日此门中,人面桃花 相映红"两句诗,到了后两句"人面不知何处 去,桃花依旧笑春风"忍不住便会遗憾。面容 像桃花一样美丽亲切的女子再也见不到了 吗? 儿时不能接受不完满的结局,心里甚至会 替他们安排某天重逢的情节。长大了,才发现 遗憾和错过不过是人生常态罢了,能有人面 桃花相映红的初见便是那一刻的福缘, 不必 强求过多

桃花,带着暧昧的花朵,酿成桃花酒,能



关于荷花酿酒,清末《清稗类钞》中记载,说 的是用夏日莲花花蕊酿酒,名曰"莲花白酒"。莲 花不但其蕊,其花也可以制酒。《续世说》中,曾 记载了以莲花制酒的方法,大体是把莲花捣碎, 浸入酒内,使酒具有莲花的清香。

也曾看过微博红人李子柒酿莲花酒,在 满池莲花、莲叶随风摇曳时,乘着小船,挎着 竹篮, 采来一篮莲花莲叶, 用山泉水冲洗干 净,混合着糯米蒸,再混着酒曲放在坛子里发 酵。数月后,清香四溢的荷花酒就酿出来了。

荷花是出世之花,酒则是红尘之物,荷花 酒,则掺杂了入世的真实和出世的疏离感。若 有一日,看淡红尘事,最适合荷花酒。夏日择 一凉亭,捧来一坛青碧色荷花酒,清亮透明, 荷叶香和酒香浓郁,清香怡人。

#### 不如随分尊前醉,莫负东篱菊蕊黄。

酒也可干

采下初开的菊花和一点青翠的枝叶, 掺入准 备酿酒的粮食中用来酿酒,放至第二年九月

传说喝了菊花酒,可以延年益寿。时逢佳 节,清秋气爽,菊花盛开,窗前篱下,片片金 黄。除登高插茱萸外,亲友们三五相邀,同饮 菊酒,共赏黄花,确实别有一番情趣。

"桂子月中落,天香云外飘",桂花被认为 是月宫里的树。桂花酒的历史也是相当久远, 早在《楚辞》中就已经有"蕙肴蒸兮兰藉,奠桂 酒兮椒浆"的说法,那时,桂花酒是祭祀神灵 的祭酒。而在唐代,桂花酒还是赏赐之物。清 代宫中亦有用桂花酿酒之习惯。

金秋时分,天气晴朗,"泛桂迎尊满,吹花 向酒浮",饮用的时候桂花还留在酒面上,被 风吹拂,别有情境。

#### 夜来沉醉卸妆迟,梅萼插残枝。

宋朝才女李清照爱酒人尽皆知,李清照 初嫁赵明诚,婚姻生活头几年,赵明诚出外求 学,聚少离多,相思之情只能寄托给酒。酒后 夜太深,又未及卸妆,清早又被梅花香薰醒过 来时,发髻上还插着梅花的残枝。

中国古代文人尤其爱梅,不仅要赏其姿

影,品其寒香,更热衷将它制成肴馔,做成茶 饮,酿成酒。《清明上河图》中就有雪泡梅花酒 别看梅花酒高雅,实际上它很大众,南宋 时梅花酒已经很普遍了。据《梦梁录》记载,在

南宋临安的民间,最为人们中意的便是梅花 酒了,临安城的大小茶楼,一到夏天,便售卖 雪泡梅花酒。 按理说,酒应该是在酒肆中卖的,但这临

安城的茶肆也卖酒,《梦梁录》中就有茶肆卖 冰镇梅花酒的记录,茶楼在售卖梅花酒之时, 还会特意安排一小支乐队,用吹曲来招徕顾 客,堆满白雪的大冰盆里,银酒樽盛满洁白的 新酒,荡漾着幽梅的冷香。

待到白雪落满梅花枝头, 一坛梅花酒酿 成时,便可邀约三五知己,"晚来天欲雪,能饮



知向谁边

