

广告

G·R 官荣评分鉴评 | 53 大优质酒

德惠牌 德惠大曲酒



度数:38%vol
香型:麸曲浓香型
生产厂家:吉林省德惠酒厂
G·R 官荣评分:84
G·R 酒评:酒色清亮,酒香较纯正,略带异香,入口柔和,饱满,回味短淡,酒体较干净,浓香风格一般。

辽海牌 老窖酒



度数:55%vol
香型:麸曲酱香型
生产厂家:辽宁省大连市白酒厂
G·R 官荣评分:86.5
G·R 酒评:微黄透明,酱香较突出,有陈香,口感上较醇和,欠细腻,落口较爽净,口感较协调,回味长,具有酱香风格。

金州牌 金州曲酒



度数:54%vol
香型:麸曲浓香型
生产厂家:辽宁省大连市金州酒厂
G·R 官荣评分:85.5
G·R 酒评:无色透明,从香气上看,香气较弱,从口感上看,较醇厚饱满,入口醇甜,后味净爽,余味长,浓香型白酒风格一般。

长城大单品问世,马瑟兰将代表中国味道走向世界?

■ 酒业家团队

提起马瑟兰,无论是技术层面,还是市场的反馈,几乎都是积极、正面的。甚至有观点认为,马瑟兰在中国如同西拉之于澳大利亚、佳美娜之于智利、仙粉黛之于美国、长相思之于新西兰、马尔贝克之于阿根廷。

随着产区化时代的到来,中国葡萄酒产业愈发关注自己脚下的风土,追寻与之完美契合、最具特色的品种,以酿造出属于自己的东方味道。长城无疑掌握了其中关键。有业内人士表示,长城已经走在了国内马瑟兰品种种植研发的前端,占据了马瑟兰的制高点,马瑟兰或将成为长城、乃至中国葡萄酒走向世界的关键。

万里之外的绽放 故事要从 1961 年说起

彼时,受第二次世界大战影响,欧洲酿酒葡萄种植面积锐减,葡萄酒产量已无法满足日益增长的消费需求。在此背景下,法国农科院葡萄育种专家保罗·特鲁尔教授临危受命,以赤霞珠为母本、歌海娜为父本,培育出马瑟兰。

然而,保罗精心培育的马瑟兰并不是预想中果粒大、产量高的新品种,只能作为材料被存放起来。直到 1990 年,人们对高品质且抗病性强的品种的需求增加,马瑟兰再次走进了人们的视野,最终通过品种审定,被写入官方名录,成为酿制法国地区餐酒的法定葡萄品种。

马瑟兰葡萄穗大颗粒小、抗病性强,继承了赤霞珠的细致感、优雅度,兼具歌海娜的耐热性、结构感,整体表现优异。与其他具有悠久历史的传统酿酒葡萄品种相比,马瑟兰的培育和栽培历史相当短暂,其单品种葡萄酒的推出则更晚。2002 年,法国南部卡尔卡松附近的德弗罗酒推出第一款商品马瑟兰葡萄酒。

通常来说,一种新品种的盛行往往始于原产地。但与生于法国、闻名于澳大利亚的西拉一样,马瑟兰生于旧世界,却在新世界迎来了真正的绽放。业界普遍认为,与法国相去万里的中国,或许就是马瑟兰真正的“归宿”。

1997 年,中法开始在葡萄栽培酿造方面展开合作,2001 年,马瑟兰正式引入中国。2004 年,中法酒庄推出马瑟兰葡萄酒,时间上几乎与世界同步。

也是在这一年,国内首家专业从事葡萄酒苗木研发的公司、中粮长城阿海威酿酒苗木有限公司大规模地在蓬莱海岸产区引入马瑟兰。



长城又一支
开创性大单品问世。6
月 29 日,携手海岸、共创未
来长城海岸品牌战略发布会
在蓬莱举行。当天,长城海岸
正式发布战略大单品马瑟
兰·单酿干红葡萄酒。

自马瑟兰被引入国内、特别是来到蓬莱海岸产区后,其抗旱、抗旱、抗盐碱、抗病性强、环境适应能力强、结果能力强的优势体现得淋漓尽致,迅速成为了蓬莱海岸产区特色突出的、优势明显的代表性品种。

经过数年的发展,无论在蓬莱、怀来、昌黎,还是在宁夏、甘肃、新疆,都能看到马瑟兰的身影。如今,马瑟兰在全国种植的总面积已超 4000 亩,仅居法国之后。有业内人士表示,马瑟兰是中国酿酒葡萄品种引进后传播速度最快的品种,已逐渐成为中国的代表性品种。

20 年,长城“读懂”马瑟兰美学

近 20 年的潜心研习,让长城读懂了马瑟兰特有的美学。

2004 年,长城在蓬莱海岸产区建立专属种质资源圃 30 亩,以研究其引种适应性和品种植物学表现。

2007 年,经过长城酿酒师团队的精心种植,马瑟兰葡萄酒充分展现了海岸产区特色葡萄品种的特点与优势,酿酒表现优异,果香突出、颜色鲜艳、单宁细致。

2009 年,长城在蓬莱开始大规模种植发展马瑟兰。作为国内第一家马瑟兰品种规模化生产经营的企业,长城走在了国内马瑟兰品种种植研发的前端,展现出开放包容的海

岸风格和企业态度。

2018 年,长城海岸推出战略大单品长城海岸赤霞珠·马瑟兰干红葡萄酒,在与蓬莱市政府战略合作的框架下,长城新建马瑟兰优质酿酒葡萄园。

于长城海岸,马瑟兰亦是浓墨重彩的一笔。

生长在蓬莱海岸产区的每一颗马瑟兰,都能享受 1300 个小时的海岸日光浴,充分吸收土壤中的矿物质,感受砂砾土的温度和适宜的热量。在蓬莱海岸产区风土的滋养下,长城酿酒师团队的精心呵护下,马瑟兰被赋予了温润柔雅的灵魂和独具一格的醇香。

作为马瑟兰在中国种植的重要推动者,李德美见证并参与了马瑟兰在中国近 20 年的发展历程。在他看来,长城海岸赤霞珠·马瑟兰干红葡萄酒呈明亮的紫红色,颜色鲜亮、果味十足,清新也微微带有烟熏,口感饱满,以果味为主导却不失平衡,颜色、香气一气呵成,是比较活泼的一款酒。

值得一提的是,长城海岸赤霞珠·马瑟兰干红葡萄酒品质、性价比兼具。“作为一款优质的国产葡萄酒,长城海岸对于年轻消费者来说是非常讨喜的选择。特别是在现在的大环境下,年轻人很愿意支持国货。”某业内知名人士认为。

显然,混酿并不能满足长城对马瑟兰的极致追求。长城推出的马瑟兰·单酿干红葡萄酒同样惊艳。

记者了解到,这款马瑟兰单酿选用蓬莱长 15 年树龄的马瑟兰原料酿造,经法国橡木桶 12 个月、6 个月瓶储陈酿,充分展现了马瑟兰优雅的品种香气和细腻雅致的口感,很好表达了海岸产区的风土特性。

侯勇:做酒,本身就是一件让人身心愉悦的事儿

常言道:“对酒当歌,人生几何。”改革开放的四十年,中国酒行业经历低迷与复苏,思辨与创新,几许乱象,几经涅槃。

回顾过往,酒行业的创新潮可以说是此起彼伏,关于变革,关于赋能,关于战略方向的讯息铺天盖地。可是回到白酒本身的探讨却相对较少,当歌白酒体验馆就是这样一个独特的存在。当歌是一个新兴的带有公益性质的白酒体验馆,它为消费者提供学习酒的环境,让消费者“会喝酒,喝好酒”为核心,用体验方式传播博大精深的中国酒文化。

对此,中国网·中国频道对话当歌白酒体验馆创始人侯勇,让他为我们讲述“为什么当歌一定要做这些事”以及“这些事该如何做”等问题,在他的带领下,我们一起走进白酒,感知白酒之美。

“做酒,本身就是一件让人身心愉悦的事儿。”致力于科学传播中国酒文化及白酒品质观的当歌白酒体验馆创始人侯勇说道,“在源坤参加专业品酒培训后,我认为自己可以为消费者做一些力所能及的事,更好地向大众传递一杯优雅的中国白酒。”当歌白酒体验馆的创办,就是希望以体验等多种方式翻译好中国白酒,拉近消费大众与白酒的距离,让更多人了解白酒,进而爱上白酒。

在侯勇看来,一杯好酒被消费者认为廉价而劣质时,多少会让酿酒人和售酒人受挫。多数人认为消费者没有区别白酒品质优劣的能力,正是基于这一假设,多年来业内未重视引领大众正确认识白酒。其实不然,消费者具备识别好坏的能力,只是没有形成认知体系,没有更多可供学习和提高的机会。“怎么喝酒,怎么品酒,如何辨别一杯好酒?”就是当歌白酒体验馆要带领消费者做的事。

古有“醉里从为客,诗成觉有神。”喝酒,



本身就自带艺术气息;喝酒,本身就是一件有品味的事儿。当歌白酒体验馆的存在,不仅契合白酒的内涵气质,更与行业当前发展趋势不谋而合。酒,是酒非酒,喝酒,是喝酒非喝酒,酒是华夏五千年文化的高度凝练,是炽热情感的具象化表达。

入口绵柔醇厚,酒体饱满,空杯留香持久,是酒也。

侯勇在谈及酒行业酿酒标准化以及消费群体个性化关系的时候表示“以前闭门造车,如今必须走进消费者,迎合消费需求,深入消费个性,从消费群体中寻找明确的市场目标,减少经营盲目性,降低经营风险。现在是消费主权时代和体验经济时代,缩小与消费者之间的距离是关键。”

端杯,观色,闻香,品味,再悟格。感受酒是清淡还是浓郁?口感令人愉快吗,余味持续

多久,当然最重要的是你是否喜欢?当歌白酒体验馆就是在性价比和品质的保证下,结合现代消费者需求,给大众带来纯粹的品鉴体验,以及个性化专属定制,传播白酒的美。

蓝海涌动,消费认知,白酒专属定制,乃当歌也。

行业中涌动的蓝海仿佛触手可及,每一次迭代都催生酒业新的商业模式,推动酒业价值再造。从移动互联网到万物互联,从大众消费到新零售,新技术和新理念给白酒行业注入了新的能量和发展动力,白酒行业的形态正在发生着根本性的变革。白酒体验馆的存在体现着酒业营销模式的变化,从经销商转向为经销服务传播商,从过去厂商主导转向市场主导,从简单的商品主导向多元的价值导向转换。

“品鉴白酒,定制专属你的酒,体验白酒

之美。”当歌摒弃了传统卖酒的方式,用经销服务传播为消费大众创造价值,搭建消费者认知白酒的枢纽。定制是当歌白酒体验馆的亮点,以性价比产品满足消费者个性化需求,消费者可以在这里定制属于自己的独家记忆。这是一件有纪念意义,更有温度的事情。

品味,热爱,理念认可,品质保证,为本心也。

尘世浮华,光怪陆离,回归本心者能有几人许?“当歌白酒体验馆就是因个人情怀及对白酒的热爱而存在,我希望自己身边的朋友能喝到好酒,可以不计成本,但要传递一份快乐。”侯勇表示道。

他说道:“我希望客户或者朋友能真正认可体验馆的价值,清楚酒应该怎么科学文明健康地饮用。”侯勇在酒文化传播这条漫长征途上有着独特见解。

“理念的传达是一个相当漫长的过程。”这既是一条摆脱束缚,解放自我灵魂的道路,也是一条渗透现实的艰难热爱路。侯勇始终坚信,自己正在做的是一件有情怀、有温度、有意义的事,它源于本心,它是一种理念的传递,品味的载体,酒发展的范畴衍生。

行业之所以存在乱象,不是市场出了差错,而是消费者自我认知和对白酒行业认识的不足。不过,现在越来越多的从业者在不断引领消费群体的认知,让喝酒成为一件放心而又愉悦的事。

当歌白酒体验馆在消费群体中传播着酒的典雅,酒的文化,酒的蕴意,酒的态度,酒的知识等,这是为白酒行业谋福利,为白酒品味加冕,同时也为我们的生活增添色彩。

做酒当如此!

(据中国网中国频道)