

广告

## 50元以下产品品鉴

### 古贝宴三星特酿



**酒精度:**38%vol  
**香型:**浓香型  
**G·R 官荣评分:**80.5  
**原料:**水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米  
**年份指数:**2  
**原浆指数:**3  
**甜爽度:**2  
**生产厂家:**古贝春集团有限公司  
**G·R 酒评:**这是一款有着独特香气的白酒。能感觉到调酒师倾注的心血,它非常符合北方的朋友饮用,酒体结构较好,酸度适中或偏高,入口柔顺,干净,无其他邪杂气味。

### 宋河老窖



**酒精度:**46%vol  
**香型:**浓香型  
**G·R 官荣评分:**81  
**原料:**水、高粱、小麦  
**年份指数:**2  
**原浆指数:**4  
**甜爽度:**3  
**生产厂家:**河南省宋河酒业股份有限公司  
**G·R 酒评:**这是一款比较单调的酒体,它的香气中带有水果的酯香,且漂浮不定,略有酸气,入口有水感,酒味柔和、甜净。

### 北京红星二锅头十年窖藏酒



**酒精度:**52%vol  
**香型:**浓香型  
**G·R 官荣评分:**80.5  
**原料:**水、高粱、玉米、糯米、大米、小麦  
**年份指数:**3  
**原浆指数:**3  
**甜爽度:**2  
**生产厂家:**北京红星股份有限公司  
**G·R 酒评:**它的香气在酒杯上空漂浮不定,不同的嗅法有不同的感觉,最突出的香气为浓香,且带有一种烧焦感。口感较为燥辣,没有其他杂味。

### 景芝福酒



**酒精度:**52%vol  
**香型:**浓香型  
**G·R 官荣评分:**80  
**原料:**水、高粱、玉米、糯米、大米、小麦  
**年份指数:**2  
**原浆指数:**3  
**甜爽度:**2  
**生产厂家:**山东景芝酒业  
**G·R 酒评:**这款酒走的是低价平民的路线。口感没有大的挑剔,酒体中度偏轻,甜度较高,回味干净,香气上有水果醋香,淳香挺重。

## 口子窖为何能“长期有好酒”?

■ 云酒团队

当前,中国白酒供给端的现状是“长期不缺酒,但长期缺好酒”,而消费端则表现为“少喝酒,喝好酒”。

从行业供给端的现状来看,体现在低档酒产能过剩,高档优质酒产能不足,而提升优质酒产量则需要一方面加大整体产能,另一方面提高优质酒出酒率及基酒储存规模,并通过多年的贮存提升品质。

2020年1月,口子窖发布公告表示,为缓解优质白酒产能不足,将以自筹资金13.6038亿元投资建设2万吨大曲酒酿造提质增效项目,即口子产业园二期。据悉,此次投资项目产能将实现年产原酒2万吨,项目包括制曲、酿酒、储存三大工艺,这也是口子酒业在口子工业园、口子酒文化博览园、口子产业园三大酿酒基地的基础上,对优质原酒产能规模的进一步提升。

新募投资项目立足口子窖主要业务,着眼于提升公司中、高端酒的生产、储存和包装能力,进一步扩大了中、高端酒的产能,而这也为口子酒业在未来竞争中跨入中国白酒行业第一方阵奠定坚实基础。

### 独树一帜的兼香风格

兼香型是中国白酒最早的四大主流香型之一,具有两种及以上主体香的白酒。相对于酱、浓、清等基础香型白酒的单一风味,兼香型白酒具有典型的一酒多香、优雅饱满的风格。

其中,口子窖是兼香型白酒代表,在白酒上市公司中风格独特、辨识度极高。独树一帜的兼香风格和卓越的品质获得广大消费市场一致好评,这也是五年型口子窖和后来的六年型口子窖能在安徽及全国市场畅销20余年的主要原因。

口子窖酿造技艺被评为安徽非物质文化遗产,坚持国家原产地域保护范围内酿造,以优质高粱、大米、糯米、小麦、大麦、豌豆为原料,在制曲和用曲工艺上相比酱香、浓香等仅使用单一曲种发酵有了重大突破,是中国白酒行业唯一将菊花红心曲、高温曲、超高温曲“多曲并用”发酵的企业。

在继承传统大蒸大回、老五甑工艺的基础上,口子窖结合现代生物科技不断创新,逐步形成了以“三多一高一长”为核心的真藏实

■ 卢凯瑞

好的设计需要将老的语言用现代的时尚元素表现出来。

酱酒大热之下,引无数英雄竞折腰。在很多人看来,当下的酱酒分为两类,一类叫“茅台”,另一类叫“非茅台”。那么,蜂拥而起的“非茅台”酱酒应当如何脱颖而出,摆脱“非茅台”的标签?

成都糖酒会期间,甲古文创意有限公司创始人兼首席创意官、IPUN 艺创联合创始人兼 CEO 刘文作客酒业家专访,分享了他对如何从包装设计上重塑酱酒品牌的思考。

### 酱酒品牌重塑,从包装设计做起

酱酒,讲究遵循传统工序,端午制曲、重阳下沙、四高两长、九蒸七取,历经5年时间才能产出最正宗的大曲酱香酒。

当传统的酱酒遇上时代的风口,行业应该思考酱酒火热的内在原因,以及如何保持酱酒热度。“酱酒品牌也需要进行一场变革重塑,成为创新的品牌,才能在酱酒红利释放之后,以独特的魅力经久不衰。”刘文认为。

在刘文看来,如今的酱酒行业,依然过于“传统”。“酱酒应该有更多创新出现,而非只设计一个瓶型——茅台瓶。‘非茅台’酱酒应该用心做好属于自己的创新,拥有自身的独特性。”

对于恪守传统工艺的酱酒而言,酒体创新较为困难,而包装创新则较为容易。“将创新融入包装设计,将使得酱酒品牌更具自身



当前,中国白酒供给端的现状是“长期不缺酒,但长期缺好酒”,而消费端则表现为“少喝酒,喝好酒”。显然,供需之间的矛盾深深影响着白酒产业的长远发展,使得以品质为核心的白酒市场竞争愈发激烈。口子窖是兼香型白酒代表,在白酒上市公司中风格独特、辨识度极高。独树一帜的兼香风格和卓越的品质获得广大消费市场一致好评,这也是在安徽及全国市场畅销20余年的主要原因。

窖工艺体系,打造出品质稳定、风格鲜明的产品特色。“三多”,是多粮酿造,多粮制曲,多种曲混合使用。

口子窖制曲,遵循濉溪千年古法制曲工艺,精选大麦、小麦和豌豆作为制曲原料,破碎后按配比搅拌均匀,加水润料,压制成砖块形的曲坯,放置曲房自然发酵。

在口子窖酿制过程中,采用多曲并用的复杂酒曲配方,包括独家传承的菊花红心曲、超高温曲以及高温曲,如此酿造的酒,馥郁醇厚,绵甜爽口,成就了口子窖酒“浓头酱尾中间清”的复合兼香风格。

“一高”,是高温润料,香韵独成。“高温润料堆积”是在借鉴传统“高温润料法”的基础上,口子酒业经过大量实践和反复研究后首创的一项润料发酵工艺。

将破碎为六到八瓣的红高粱,用60至80摄氏度的热水掺拌浸泡堆积成梯形,然后放置18个小时,最大程度激发出酿酒原料的潜能。

“一长”是三步储存,时光窖藏。

第一步,贮存于露天酒罐自然老熟一年,经历春夏秋冬四季转换,使酒体分子间初步缔合;第二步,再转入地下酒库长期窖藏,排杂增香,促进老熟,使得酒中的各种成分充分融合;第三步,将到期的酒品评调后于地上酒罐再贮存老熟一年,保持酒质稳定。

2003年,公司主持研制的《原产地域口子窖酒酿制标准》正式成为国家标准;2007年,兼香型成为白酒香型品鉴中的一个固定标准,口子窖成为兼香白酒的代表;2010年,全国白酒标准化委员会兼香型白酒分会落户口

子窖,公司负责兼香型白酒行业标准立项、起草和制定工作,奠定了口子窖作为兼香国标制定者的身份。

目前,酱香型、浓香型和清香型白酒的分技术委员会分别设在茅台、五粮液和汾酒,而兼香型白酒的分技术委员会就设在口子窖。

标准的建立、品类的优势加上工艺的创新,都赋予了口子窖稳定的品质输出,也就有了很多老酒友那句中肯的评价:“这个酒,和20年前一个味,真舒坦。”

### 百年不变的兼香品质

“一个味”实则是指口子窖口感辨识度,但20年间,口子窖是如何做到可持续性稳定输出“口感一致性”的产品?

因为,在此之前很多名酒企业同样遇到来自市场层面“口感不稳定”的质疑。随着时间的逝去,酿酒技术提升,酿酒设备完善,为何有些白酒的口感不升反降?

原因其实很明了——产品“量”的增长远快于“质”的提升,这就是文章开头提及的白酒产能和储能的辩证关系,优质白酒陈化老熟和存储是保证白酒“质”的一个关键要素。

酒行业有一个理论是“长期不缺酒,但长期缺好酒”。

那么,口子窖为何能“长期有好酒”?

自2008年以来,口子酒业逐步完成投资建设了口子工业园、口子产业园。目前已拥有发酵池上万余条,实现了优质原酒年产3万余吨,原酒储酒20余万吨的产能规模。

其中口子产业园一期5栋酿酒厂房已于2020年全部投产,出酒率和优级酒率不断提升,口子产业园二期2万吨优质原酒建设已经全面展开,预计到2025年,口子酒业产能将突破7万吨。

此外,随着口子产业园一期、二期项目的建成投产,口子酒业中、高端酒的生产、储存

和包装能力将进一步提升。

白酒行业存量竞争下,资源向名优酒企集中,口子窖未雨绸缪发力基础建设,原酒产能规模、储酒规模不断提升,为百年企业夯实根基,也为“百年品质”立下了基石。

### 得天独厚的兼香产地

2018年9月底,在位于濉溪镇沱河路北侧的北苑风景棚户区改造工程施工时,施工人员意外发现地下有砖石建筑,随后向当地文物部门报告,经勘察发现,有疑似酿酒发酵池的遗迹,推测这里可能是一处古代酿酒作坊遗址。

后来的考古证实,这是一处明清酿酒作坊遗址,为目前全国第四处经过科学考古发掘的酿酒遗址,也是安徽省首次科学考古发掘的酿酒作坊遗址,比之前三个遗址(四川成都、江西李渡、四川绵竹)已发掘的面积之和还要大,为全国之最。

考古专家们在发酵池内分析得出许多与酒相关的酵母菌和真菌。例如,芽孢杆菌在酿酒过程中,除了降解淀粉和蛋白质等大分子以外,还参与乳酸、醋酸、丁酸、己酸、乳酸乙酯、己酸乙酯等有机酸和脂类的合成,是白酒不同香型、风味和口感的重要决定因素。

显然,濉溪产“不同香型”的酒是古已有之,尽管那个时候,传统的酿酒人尚且不知“兼香”,但这个时候,其实,已有“自然之兼香”。

口子窖地处安徽省淮北市濉溪古镇,古濉溪是汴河入濉水之口,因此称为口子,濉溪人的酿酒历史久远,迄今已长达2700余年。而这份兼香,源于自然,而又与东西南北融汇而成,经魏晋风度,隋唐厚度后,在明清迎来了一段酿酒历史的高度。

口音、饮食、风味、人文,随着运河水的流淌而相互兼容、互相融合,让产自濉溪的口子窖别具风格。

## 刘文:以时尚元素重塑传统,酱酒需要“时尚教主”



特色。”刘文说。

刘文将产品分为三方面:产品基因、商业美学以及体验消费逻辑。“三者结合才能成就一个好的产品,好的设计。”

首先是产品基因的创新。酱酒第一个特性是不能用透明玻璃瓶盛装,因为光的照射会引起酒中的酸类、酯类等物质发生变化,因此必须用一些磨砂或者其他方面来保护酒体。不用透明玻璃瓶盛装,这是酱酒的特性,但却不代表不能创新。

“可以通过科技创新来改变,如在透明玻璃瓶上粘类似UV纸的材料来保护酒体,如此酱酒也可以使用透明玻璃瓶盛装。”刘文认为。酱酒的普遍采用“茅台瓶”也是一个基因,但这个基因同样可以成长、发展、创新。

其次是商业美学的创新。包装设计在发展,消费者每天喜欢的东西也都不一样,有不同的消费趋势。在穿衣方面,消费者的喜好有

色彩的趋向,也有土和豪的趋向。“设计也是如此,现在的设计要寻找未来的趋势,用创新引领潮流,这是设计师们应该努力的方向。”刘文表示。

再次是体验消费逻辑创新。比如,布赫拉迪是苏格兰一个比较老的威士忌品牌,一直以来其包装都较为传统。但通过市场调查后,布赫拉迪决定打造一款很具突破性、很具时尚性的威士忌,tiffany 蓝就此诞生。tiffany 蓝的酒瓶面世,因其时尚设计一举从众多苏格兰威士忌品牌中脱颖而出,布赫拉迪也被誉为威士忌中的“时尚教主”。

“布赫拉迪的成功很具代表性,是一种体验消费逻辑的创新,我们也需要寻找中国酱酒的‘时尚教主’,在包装设计上需要进行一些改变。”刘文表示,“获得诸多美誉的‘高光’也是如此,酱酒需要体验,使用新的设计语言来表达酱酒的方式,是一种很好设计方向。”

### 创新不止,以时尚元素重塑传统

从传统的古老领袖到现在的“时尚教主”,潮流发生转变,设计理念也从旧到新。于白酒而言,古老的行业正在焕发新生,作为设计师,应该怎样设计出好的作品?

在刘文看来,设计就像一个浪潮,后浪推前浪,但更多的却是轮回。设计风格也是如此,老的设计师的设计方向和现在的方向不一样,但设计潮流却在不断的轮回。

“现在人或者亚文化或者二次元的消费者,有时候更多喜欢匠心的东西,而匠心的产物正是传统老艺人的特长,这正是文化消费的轮回。”刘文表示。在过去,很多设计通过花边花框来表现当地文化产品的特性,有复古浪潮的意味。而现在,这种浪潮再次兴起,越来越多的设计呈现出复古浪潮。

传统也可与时尚相结合。10年前,刘文为泸州老窖设计百年窖龄酒这款产品,选择了非常细的瓶身设计。这一时尚设计震撼了消费者,之后,泸州老窖很多产品都按这个风格来设计。“老窖以前很多风格都是很传统的,提起老窖就想起古陶。但做完百年窖龄酒的设计后,人们才发现传统的老窖也可以如此时尚,每一代都可以用不同的设计语言来表达。”刘文表示。

在刘文看来,新老设计师之间,只能说表现手法或者设计语言的冲突,不能说两代人的冲突。正如东西文化不一样,新老设计师有冲突也有传承,好的设计需要将老的语言用现代的时尚元素表现出来,这就是设计重塑。