

美贺庄园以艺术之名定义中国葡萄酒名庄

刘雪霞

备受瞩目的 ProWine Shanghai 2023 展会作为落地中国以来的十周年庆典,日前在上海新国际博览中心盛大举行。

此次展会聚集了全球精品葡萄酒和烈酒的业界专家与媒体,是近期规模最大、专业度最强的展会之一,其中报名的专业买家超 20000 名,吸引了 88 家中国精品酒庄的参与。

来自宁夏贺兰山东麓的艺术酒庄——美贺庄园,在此盛会推出旗舰酒款——家族典藏 1968 干红葡萄酒。世界葡萄酒大师赵凤仪 MW 主持讲解了本次发布会的大师班,赢得行业专家、爱酒人士的一致好评。

活动现场,赵凤仪 MW 解密宁夏贺兰山东麓独特的风土密码,重点分享了家族典藏 1968 酒款。赵凤仪 MW 表示,家族典藏 1968 是非常典型的单品种酿造,具有很好的陈年潜力,香气浓郁醇厚,余味优雅悠长。“这是一款非常有情调的酒,一套 12 瓶,每个月喝一瓶,可以感受到每个月酒体的香气变化,就像贺兰山东麓的一年四季,包裹着生命的温度。”

不仅如此,此次展会中,美贺庄园除了推出新年份家族典藏 1968,也携其主打产品亮相现场,其中尊享西拉、马瑟兰、维欧尼,更是以独特的风味被赵凤仪 MW 偏爱。“我爱维欧尼这个白葡萄酒品种,它是一个很不容易被栽培的品种,贺兰山东麓没有多少酒庄种植,是一款会打破你想象边界的酒款”。

家族典藏 1968 致敬创始 生而非凡

“致敬创始者的初心,传承对生活艺术的探索”。家族典藏 1968 是美贺庄园的高端旗舰酒款,该系列酒款在 2022 年荣获亚洲葡萄酒大奖赛金奖,世界级影响力酒评家之一詹姆斯·萨克林给出了 93 分的高分。

之所以谓之“致敬创始”,是因为美贺庄园种下的第一株葡萄是赤霞珠,它是最能代表庄园风格的品种,而家族典藏 1968 采用了 100% 赤霞珠,以此致敬初心。

据了解,家族典藏 1968 采用的是 2021 年份采收的赤霞珠葡萄,品种俱佳,在锥形发酵罐浸渍和发酵 3-4 周,进入橡木桶陈酿 15 个月,镌刻生活的独特记忆。

家族典藏 1968 系列的酒标更表达了对贺兰山东麓产区的致敬。一个酒款却有着多个颜色酒标的情况在中国市场上极为少见,酒标由中国香港设计师团队倾力打造,创作理念为:美贺庄园的观景平台角度能看到的宁夏贺兰山四季,借助达达拼贴艺术形式,抽象的颜色一下子把人拉回贺兰山的四季时空,用十二款艺术酒标记录贺兰山的风土密码。斗转星移,风霜雨露,在漫长守望中,美贺庄园用时光汇聚承载春夏秋冬的传世佳酿。

匠心酿造成就一瓶贺兰山东麓风土佳酿

一杯葡萄酒,既展现了贺兰山东麓的风土,也代表着宁夏的紫色梦想。

美贺庄园拥有极佳的风土禀赋,所在的宁夏贺兰山东麓是中国葡萄酒的明星产区。自成立以来,美贺庄园一直致力于成为中国精品酒庄酒典范,对葡萄酒的品质有极为苛刻的要求。美贺庄园创始之初,就采用高标准运作,引进 30 万株 7 个品种法国进口酿酒葡萄苗木,采用自然重力酿造工艺,全面引进世界先进的前处理、发酵、澄清、深层过滤、冷稳定、灌装等生产设备,以科学合理的酿造工艺为基础,通过对工艺流程的精心设计和高标准选择,结合美观实用特点,着力体现产品品质与酒堡的完美融合。

生活即艺术 主打艺术主题的葡萄酒

作为中国为数不多主打艺术主题的葡萄酒酒庄,美贺庄园秉承着“生活,即艺术”的品牌理念,将原真的艺术状态体现在酒庄的每个地方,同时也把艺术之美融入馥郁的葡萄酒中,唤醒着人们内心对美好生活的热爱。

据了解,美贺庄园已成为国内小有名气的艺术酒庄,美贺庄园扎根贺兰山以来对国产精品葡萄酒的执着探索与匠心浇筑,使产品不仅获得国内外知名大奖 200 多个,品牌艺术 IP 形象更是通过多年塑造,受到行业爱酒人士、艺术圈、时尚圈等客户热捧,现已成为国内精品酒庄必打卡之地。

不仅如此,美贺庄园更是每年与知名艺术家深度合作,联合推出艺术酒款。2020 年,美贺庄园与当代知名艺术家丁乙进行合作,联合推出了 2020 年《十示 2018-8》联名款葡萄酒,丁乙是中国首位与爱马仕联名推出奢侈品的艺术家;2021 年,美贺庄园与当代知名艺术家刘野推出了《百老汇往事》联名款葡萄酒;2022 年,酒庄与当代艺术家张恩利携手推出《捆在一起的皮管》《甜点师》《抽斗柜》艺术限量酒款套装。美贺庄园走出了艺术酒庄出圈之路,深度阐释了“生活,即艺术”的理念,以艺术之名,定义中国名庄。

如果说葡萄酒是瓶中乐曲,美贺庄园家族典藏 1968 干红葡萄酒,将是中国葡萄酒黄钟大吕的风土独奏。

古井贡酒独家冠名《筑梦山水间》

卞川泽

“粉墙黛瓦马头墙,厅堂左右有厢房,高墙深院小窗户,飞檐翘角花格窗,肥梁瘦柱内天井,四方财水归明堂。”这是徽派建筑的特色与审美,它积淀千年,冠绝中外,已成为徽州文化的符号印象。

近日,由古井贡酒年份原浆古 20 独家冠名的“活起来的技艺第三季”第三集《筑梦山水间》,主持人孙鹏飞跟随徽派建筑研究所所长、安徽建筑大学刘仁义教授来到安徽歙县、黟县,探寻徽派建筑营造的精彩与魅力。

这是凝固的诗篇,历经岁月洗礼,讲述着家园的兴衰与变迁。这是无声的音符,穿过时空更迭,在营造中演绎着属于中国的智慧和美感。

无宅不雕花 世代传承的徽派建筑技艺

本期节目带领大家领略古老灿烂的徽派建筑文明,从安徽歙县的徽州府衙到民居,从建造风格的形成原因到传统技艺的传承与发扬,在时空轮回中探寻人类非物质文化遗产代表作名录——榫卯木构件营造技艺。

始建于元末明初距今 600 多年的安徽歙县徽州府衙,讲述着千年徽州的历史和文化。不论是建于明代的大堂还是建于清代的二堂,都遵循了中国传统建筑的木结构为主,营造技艺是以木材为主要建筑材料,以榫卯为木构件的主要结合方法,这一建筑营造技术体系于 2009 年入选人类非物质文化遗产代表作名录,徽州传统建筑营造技艺便是其中项目之一。

作为传统技艺的榫卯结构,是在两个木构件上所采用的一种凹凸结合的连接方式。凸出部分叫榫(或榫头);凹进部分叫卯(或榫眼、榫槽),榫和卯咬合,起到连接作用。这是中国古代建筑、家具及其他木制品的主要结构方式。榫卯结构是榫和卯的结合,是木件之间多与少、高与低、长与短之间的巧妙组合,可有效地限制木件向各个方向的扭动。榫卯结构应用于房屋建筑后,虽然每个构件都比较单薄,但是它整体上却能承受巨大的压力。这种结构不在于个体的强大,而是互相结合、互相支撑,这种结构成了后代建筑和中式家具的基本模式。

未来五年中国保健酒何去何从?

谭儒



近年来,随着我国老龄化加深、亚健康人群增加等因素,保健酒市场升温。据统计,2022 年我国保健酒行业市场规模从 2015 年的 258.5 亿元增长至 350 亿元,随着“健康中国 2030”规划纲要“健康优先”的发展战略的引领,保健酒市场已经由大众化市场、大单品模式变成“分层化、小众化、个性化”市场,预计未来,保健酒市场将从增量市场的竞争走向存量市场的较量,2028 年我国保健酒行业市场规模有望突破 500 亿元。

谭儒点评:保健酒虽是一个小品类,规模不大,产品与市场的契合程度不高,但意义非凡。未来,保健酒企业在构筑产品力的同时,也要从品质、口感、色泽、瓶型上迎合消费者的普遍感官愉悦,满足消费需求,才能拓展出更大的市场。

市场:突破 500 亿

谭儒点评:保健酒虽是一个小品类,规模不大,产品与市场的契合程度不高,但意义非凡。未来,保健酒企业在构筑产品力的同时,也要从品质、口感、色泽、瓶型上迎合消费者的普遍感官愉悦,满足消费需求,才能拓展出更大的市场。

产品:安全且具功能

保健酒不是药酒,具备三重属性:食品属性、功能属性、非药品属性。因为保健酒需要具有特定的功能,通常会加入草本或者动物元素,大多消费者不太适应保健酒的口味,很难成为“畅饮”型的酒,所以保健酒的口味不太适合聚饮,很难营造集聚餐的气氛。中国保健酒的领头雁劲牌公司坚持产品的四要素“安全、功能、口感、稳定性”,一直在产品力上下功夫,形成了一定的产品力,才占据大片市场。未来,保健酒业将在劲牌的引领下,围绕产品四要素“安全、功能、口感、稳定性”开展保健酒的标准建设,产品细分,推陈出新,为各类型消费群研发出适应其需求或者潜在需求的差异化产品。比如肾功能保健酒、延年益寿保健酒、功能强化保健酒、营养保健酒等。

谭儒点评:产品力就是一种通过满足消费者欲望和需求,使之产生购买欲的能力。未来,中国保健酒能给消费者什么?能满足消费者的什么欲望?劲牌坚持“以做药的标准生产保健酒”,确保了产品具备“安全、功能、口感、稳定性”四要素,其实,这就是保健酒未来的产品方向。

技术:草本科技盛行

由于保健酒是特殊保健产品,是草本与白酒的融合,对科学技术有极高要求,虽然许多保健酒企业仍坚守传统酿造技术,但谁也挡不住科技进步的步伐。目前,草本科技已经渗透在保健酒的酿造技术、新产品研发中,弥补了传统草本提取方法——水煎煮法、浸渍法、渗漉法、溶剂提取法等不足。因为,草本科技有最先进的提取技术,能将草本精华“榨干取尽”,对原料有效成分的提取率均达到 95% 以上,工艺过程总转移率达到 90% 以上。未来,草本科技必将大行其道,守正创新,与“中药指纹图谱技术”、智能酿造等新科技一起,服务于中国保健酒业,实现保健酒产业现

各种工具,在传统民居营造中各显身手,彼此协作,并将这项技艺以口传心授的方式在师徒间代代相传。

所以,既统一又各具风格的徽派民居青瓦出檐长,马头白粉墙,是徽州民居最直接的写照,同样也继承了这种建筑营造技艺。

据了解,徽州民居的形成源于历史上的两次重大文化变迁,第一次是中原移民,随着人越来越多,出现了人多地少情形,外出经商成为当地人的谋生手段。一句谚语形容当时的情形“生在徽州,十三四岁往外一丢”,出去经商的徽州人赚钱回来盖房子,光宗耀祖,这就等于徽州的第二次复兴。

很多人不理解,千百年来,有钱有文化的徽州人为何坚持房子的白色和灰色为主基调,这要源于徽商的独特文化,相比较另一个大的晋商商邦,徽商坚持儒商特色,从徽州走出来儒学大家朱熹给出了很好的诠释。朱熹对于个人的精神上的追求,有很高的艺术高度,在审美上同样有很高的追求,所以说他们在打造自己精神家园跟生活家园时,会注重高雅的追求,建筑的色彩看起来比较素雅,用现在流行的话叫低调的奢华。

依山取势、傍水成形,聚族而居形成的一个个徽州古村落,在山水映衬之中,如同一个个不染尘埃的世外桃源。千百年来,生活其中的徽州人,一代一代营造着自己理想中的居所,也通过这些建筑来刻画对于生活、对于氏族的希冀与祝福。

古井贡酒原料从“一粒种子到一滴美酒”的演变

“参与节目互动,赢取古井好礼”,本期节目的互动问题是:您知道徽派建筑有哪些特点吗?古井贡酒酿造使用了哪些原粮?

同样作为非遗文化的组成部分,古井贡酒酿造技艺同徽派建筑技艺虽属于两个完全不同的行业,但在其严谨流程、文化渊源、发



代化。

谭儒点评:草本科技是涵盖植物学、现代医学、生理学、生命科学的科学。而草本科技的核心是草本精华提取。草本科技创新一改传统的草本提取技术,避免了经验和人为因素,用科学和数据说话,可以保障保健酒质量,从而提高了保健酒的核心竞争力。

产量:突破 100 万千升

近年来,我国保健酒深受消费者青睐,产销两旺。据统计,2022 年我国保健酒行业产量从 2015 年的 79.54 万千升增长至 95.38 万千升。随着我国老龄化加深、亚健康人群增加等因素,保健酒需求旺盛是必然的。随着大量资本介入、科技公司介入,到了 2028 年,中国保健酒行业的产量将提升至 118 万千升(保守计算),并且保健酒产品质量将大幅度提升。

谭儒点评:保健酒是以白酒为酒基,选择有滋补性能的草本和药食同源的物质,应用一定的加工手段,使内容物溶解在水中,从而发挥其功效。由于其特性,产量不可能无限增大,随着需求的增加,其产量也会缓慢增加。

价格:逐步升高

2015 年我国保健酒市场价格约为 34.50 元/升,2021 年增长至 38.24 元/升。随着消费升级趋势延续,我国保健酒价格将进一步上移,2022 年我国保健酒均价已经达到 39 元/升。但这相对于高昂的高端白酒,保健酒的均价只是高端白酒的零头,完全反映了保健酒的价值,随着保健观念提升,未来保健酒的价格将与保健酒的价值相对平衡,均价将上升为 80 元/升以上。目前,劲牌养生一号酒以其独特的健康内涵和养生价值,跃入高端保健酒之首,500ml 市场价便高达 1280 元,真正体现了物有所值。

谭儒点评:保健酒生产成本主要由材料成本、人工成本、制造费用构成。其中:材料成本约占 63%;人工成本约占 11%;制造费用约占 26%。随着成本的增加,未来,保健酒的价格势必逐步升高,品价对称。

展脉络等都有异曲同工之处,其在原粮选择与质量方面极为苛刻,只有这样才能酿造出“色清如水晶,香纯似幽兰,入口甘美醇和,回味经久不息”的古井贡酒,这种独特风格不仅得益于传统工艺与现代科技的完美结合,更得益于优良的生态原粮。

古井贡酒的原粮有哪些?又有怎样的特点呢?业内有句话:好酒是酿出来的,更是“种”出来的。古井贡酒对这句话有着更为深刻的理解和严格的执行标准。

酿酒粮食多种多样,不同的酿酒原料能赋予白酒不一样的风味,高粱香、大米净、玉米甜、小麦冲、糯米柔。古井贡将高粱、大米、糯米、小麦、玉米五种粮食,融合其精华,酿造出浓香馥郁的古井贡酒。

古井贡酒·年份原浆对五种酿酒原粮的要求极为苛刻:小麦源自黄淮优质小麦产区,富含碳水化合物、蛋白质和淀粉;高粱产于辽西,颗粒饱满、淀粉含量高;玉米来自华北及东北主产区,大米和糯米也必须易于发酵和糖化。

为确保古井贡酒·年份原浆酿酒专用小麦的产量和质量,古井贡酒在小麦种植过程中,严格遵循“五个统一”,即统一品种、统一选地、统一田间管理、统一收割、统一入仓。经过层层筛检之后,合格的原粮才能够进入酿酒生产。

2021 年 10 月,古井贡酒·年份原浆粮食研究院在古井贡酒·年份原浆 2021 秋季开酿大典上揭牌成立。古井贡酒已经在全国各优质粮食产区建立了多处万亩级别的“优质原粮种植基地”。古井贡酒·年份原浆粮食研究院成立后,将用科学的方法深入探究“从一粒种子到一滴美酒”的演变,助力古井贡酒品质再升级。

在时代的变迁中,徽派建筑营造、古井贡酒酿造技艺作为徽文化的一部分,不断地在传承发展,在发展中传承,为人们的生活带来更加美好的享受。

品牌:层级分明

今天的中国保健酒星光璀璨,品牌如云:第一品牌,劲酒当之无愧。2020 年劲酒在国内保健酒市场的份额占比达到 88.72%。2022 年劲酒突破 110 亿元销售额,这一成绩在保健酒赛道可谓是一骑绝尘;除了劲酒,椰岛 YEDAO、竹叶青酒、古岭神酒、致中和、广誉远、宁夏红、中亚至宝、同仁堂、华佗十全酒等老保健酒品牌熠熠闪耀;同时,中国著名白酒品牌衍生出来的茅台白金酒、五粮液黄金酒、张裕三鞭等保健酒背靠大树,呈现勃勃生机;除此之外,还有优秀的保健酒品牌:养生 1 号、康恩贝、海王、汤臣倍健、金仕康、澳佳宝、修正、姿美堂、善维纤、健安喜鹤楼等。未来,中国保健酒的品牌层级分明,劲酒仍然在保健酒业的发展中起着引领和担当作用。劲酒兴,保健酒兴。

谭儒预测:未来五年,中国保健酒品牌,强者恒强,领者独大。那些傍大款的保健酒品牌,将不断刷新最具增长潜力保健酒品牌的排行榜。劲酒、竹叶青、茅台白金酒、五粮液黄金酒、张裕三鞭、养生 1 号、椰岛、同仁堂、宁夏红、华佗十全将成为中国保健酒品牌的十大明星。

近日,国家卫生健康委员会副主任、党组副书记雷海潮称:“今年 1-9 月,我国总诊疗人数 51.1 亿人次,是增加的。”显然,中国人的健康问题应该是未来最需要密切关注的问题。对此,杨磊教授断言:“未来,治未病是重点。保健酒业以‘健康人类’为出发点,为保健而服务,一定会得到长足发展。”

结婚启事

新郎蒋岱童与新娘黄丽锋于 2023 年 11 月 18 日正式结为夫妇。谨以白头之约,书向鸿笺,好将红叶之盟,载明鸳谱。特此登报。
敬告亲友,亦作留念。