

白酒小百科▶

认识误区： 喝酒御寒 舒筋活血

天寒时,人们常常喝上几杯酒,来暖和身子,认为饮酒可以御寒。一般来说,喝酒可使呼吸加快、血管扩张、血液循环的速度随之加快、热量消耗增加,让人感到身上热乎乎的;同时,酒里含有酒精,饮酒后导致神经出现短时的兴奋,口腔和咽喉粘膜也出现轻轻颤动。这样,全身就有一种温暖和舒适的感觉。实际上,这是调节体温的中枢发生紊乱的前兆。喝酒较多,可引起体温调节功能失调、热量丧失增多,胃受酒精麻醉,功能明显下降,人体产热功能减弱。

喝酒御寒,是由来已久的一种认识误区。喝酒后,酒中的乙醇进入血液后,进入中枢神经系统,起麻醉作用,使人体对外界环境刺激的敏感性降低,因而对寒冷反应不敏感,使饮酒的人误以为喝酒能御寒。

御寒一是要进食有营养的食物,增加热量;二是加强保暖。若是单纯靠饮酒御寒,反倒不耐寒;所以,不宜饮酒御寒。

喝酒可活血、有利关节的说法更缺乏科学依据。因为喝酒能产生的热量很有限,对关节的疗效没有意义。长期饮酒会加速骨钙的丢失,导致脚软无力,腰背疼痛,最严重的有可能导致股骨头坏死。经常饮酒会使内源性胆固醇的合成,使血浆胆固醇及甘油三酯浓度升高,造成动脉粥样硬化;酒精对消化道的不断刺激,会加重肝病、胃和十二指肠溃疡病、食管炎、胃炎等患者的病情。长期饮酒还会造成营养不良或肝硬化,它可引起肝硬化并发肝衰竭导致死亡。

(编者整理)

五粮液集团 入股国藏酒庄

湖南是酒类消费大省,也是国内酒类品牌的兵家必争之地。随着国藏酒庄湖南营运中心12月10日正式宣布营业,这个由五粮液集团参与打造的新概念名酒销售平台,也拉开了布局三湘的序幕。

国藏酒庄湖南营运中心总经理韦帮卡表示,国藏酒庄目前已经汇聚了五粮液、水井坊、舍得、国窖1573、剑南春等中国十大名酒,以及卡斯特等著名国外红酒,不仅集中展示中国白酒文化,更为消费者提供一站式的名酒放心消费平台。

韦帮卡说:“国藏酒庄将打造一艘酒文化‘航空母舰’,不仅要聚集国内真正的名酒,同时也会将国际著名酒类收入麾下,全面体现国内第一高端酒消费平台的魅力。”

韦帮卡还介绍,国藏酒庄,所有的酒品都是从酒厂直供,保证酒品的正宗是该酒庄的最基本要求。

据国藏酒庄湖南营运中心董事长谢克映介绍,五粮液集团不仅重资入股国藏酒庄,而且将最新打造的高端酒——“醴神”系列授权给国藏酒庄独家销售。“公司在湖南计划开设130家酒庄,全国达到3000家连锁,茅台、拉菲、路易十三等世界名酒都会国藏酒庄隆重登场。”

(人民网)

酒中经典——百年老字号“赖永初”酒

■ 本报记者 樊瑛

“赖永初”酒的前身是百年老字号贵州省仁怀市茅台镇“恒兴酒厂”所产“赖茅”酒。1937年,赖永初先生将茅台镇“衡昌烧坊”改名茅台镇“恒兴酒厂”,用自己的姓氏和产地注册,将产品定名为“赖茅”酒,有酒窖17个,产品远销重庆、武汉、长沙、广州、上海、香港等地。20世纪80年代初,赖永初先生之子赖世强先生遵父遗愿,重建老字号茅台镇“恒兴酒厂”,于1992年独资创办“贵州赖永初酒业有限公司”,并将“赖茅”酒改名注册为“赖永初”酒,以此纪念其父赖永初先生。

百年沧桑 工艺独特

赖永初先生是20世纪初贵州商界的风云人物,除涉及金融、矿业、贸易及教育外,1941年独资收购由贵阳商人在茅台镇建立的“恒兴酒厂”,开创的“赖茅”酒驰名中外,独特的酿酒工艺历经百余年沧桑。赖永初先生给中国酒文化史留下绚丽多彩的一页,其业绩已载入史册。

“赖永初”酒系酱香型白酒,具有“酱香突出、幽雅细腻、酒体醇厚、回味悠长、空杯留香”的特点,是酱香型白酒传统技术的完美体现。在历史的沧桑岁月中,酿造者以神奇智慧,提糯高粱之精,取小麦之魂,采天地灵气,吸日月精华,捕捉特殊环境里不可替代的微生物发酵、揉和、升华,成为酒文化

位于海口金垦路碧湖湾7号的“中国白酒金三角”海南旗舰店于2012年12月8日正式开业,这也意味着“中国白酒金三角”品牌连锁项目正式布局海南。

有关人士透露,中国白酒“中国白酒金三角”连锁经营工程项目被列入全国“十二五”重点支持连锁经营示范项目,有望上升到国家战略高度。

“中国白酒金三角”的品牌由四川省最大的商业航母川商集团及素有川酒“六朵金花”之称的五粮液、泸州老窖、郎酒、剑南春、水井坊、舍得酒等战略联盟成员共同加盟打造。由四川省商务厅牵头,采用政府主导、企业主体和市场化运作的方式向全国推广的连锁体系,该品牌连锁目前已建立全国一体化、标准化、规范化连锁店200余家,拥有40余款双品牌系列酒,力争3年建成2000家,成为全国最大白酒规范化连锁体系。

宜宾构建白酒大品牌体系

12月1日,10位国家级白酒专家对17家在宜宾市范围内连续生产了3年以上的酒企送评的43个浓香型白酒进行品评,品评合格的白酒将被贴上“宜宾酒”专用标签,成为首批获得“宜宾酒”标志的浓香型白酒。据悉,首批“宜宾酒”将在12月18日“中国(宜宾)白酒文化节”上亮相。

专家品评 43种浓香型白酒齐亮相

12月1日,在宜宾市质量技术监督局产品质量监督检验所白酒感官品评室里,10位国家级白酒专家对宜宾43个浓香型白酒进行品评。宜宾市质量技术监督局食品科科长王庆介绍,此次10位专家主要是从感官上进行品评,具体从酒的颜色、香味、口味以及风格等方面为送评的白酒进行打分。

丰谷酒业成功联盟 CCTV5

近日,丰谷酒业与中国中央电视台第五套体育频道(CCTV5)在京成功签署品牌战略合作协议,这也是2012年以来,继与凤凰网战略联盟合作后,丰谷在品牌传播阵营中,在空中渠道上架起的第一道重点长效合作平台。

“打造百年丰谷,使之成为中国白酒行业的卓越企业;将产品生产、渠道销售、文化品牌传播三者定位在同一管理高度,内外兼修,并驾齐驱,确保丰谷成功跃升为中国白酒第一集团军”是丰谷酒业“一个主题,三驾马车”的发展战略构想,丰谷将企业品牌文化定位为可持续发展的增长极。在品牌诉求上,除强调品牌的持续性和延展性外,更加注重“让友情更有情”的品牌诉求向“中国心·丰谷情”的新品牌诉求升华,以更加宽广的“爱国情怀”展示出丰谷未来品牌发展的与众不同;以人性化的“低醉”品牌诉求进行品类差异化打造,将国人致爱的传统产业与体育运动巧妙结合,展示出品牌与国粹的同在,共荣

酒中经典——百年老字号“赖永初”酒



●“赖茅”酒嫡传人、“赖永初”酒创始人赖世强董事长与尊立在茅台镇国酒文化城其父赖永初先生雕像前留影。

之碑,熠熠生辉。作为茅台原产地域的保护产品,“赖永初”酒是绿色产品,有机食品。众多科学研究证明:经过9次蒸发,8次摊晾、加曲、上堆发酵、入池发酵,7次取酒后酿造的“赖永初”酒,具有“无色、透明、醇香、回甜”之风格,以“酱粮厚”为酒质特性,具有较

强的保健作用和疗效功能,饮后不上头、不刺激、不口干、不伤胃等特点。

以质求存 获得社会信誉

企业从创办之日发展至今,始终视产品

“中国白酒金三角”海南直销中心旗舰店是“中国白酒金三角”战略投资项目之一。该品牌选择在海南建立直销中心旗舰店,正是看中了这里的市场潜力以及良好的投资环境。

该品牌落户海口,是发挥长江上游名酒经济带地域优势,加强白酒区域经济、白酒产业链及关联产业集群的发展的重要举措。“中国白酒金三角”海南市场的启动,为广大消费者提供了一个购买高端放心白酒平台,开创了中国高端白酒营销新模式。该模式为带动海南酒文化发展,促进商贸业发展具有重要意义。

据了解,“中国白酒金三角”战略构想的目的是为了弘扬中国酒文化,共享国家名酒品牌优势和白酒流通领域资源优势,加强区域合作,让川酒借助国际旅游岛更好地进入国际市场。

(南海)

“从感官进行初步评选之后还将对其进行检验,力争在‘白酒文化节’之前将首批‘宜宾酒’评选出来。”王庆表示。据悉,“宜宾酒”专用标志使用产品范围包括宜宾市十区县以及临港经济开发区现辖行政区域。“外地人对宜宾的酒业主要停留在几个知名酒上,对于宜宾二三线酒类产品却知之甚少,此次‘宜宾酒’成功申报地理标志产品保护,有利于整体包装宜宾酒类品牌,特别是对二三线酒类产品,将有利于提高白酒附加值和酒企经济效益,提高瓶装酒的市场占有率。”

酒都宜宾 拥有1060件注册白酒商标

2011年,宜宾市积极申报了建设国家白酒质检中心,努力提高“宜宾酒”质量体系建设水平。

同时,丰谷品牌将入住《体育新闻》、《体育世界》、《天下足球》、《黄金赛场》、《体坛快讯》等赛事新闻栏目,与观众一道回顾、解读赛场上的每一个精彩瞬间。除此之外,丰谷的企业LOGO、企业宣传片等体现企业文化的元素,将在CCTV5的演播大屏幕上、各栏目中,以植入或独家呈现的方式展播。丰谷还将拥有在平面广告传播、公关主题活动、市场终端协销等品牌传播渠道中授权使用“CCTV-5品牌战略合作”等LOGO字样,实现多栏目、全天候、多渠道的品牌战略联盟深度合作。

丰谷总经理张军在谈到此次品牌战略合作意义时认为,丰谷在塑造品牌差异化时,通过整合品牌传播资源,利用不同媒体的差异化特性,实现了品牌传播受众的多渠道、多层次、多系统的错综覆盖。CCTV5的外在形象与内核文化,对丰谷品牌传播来说,在企业形象塑造、品牌战略执行、实施体育营销等方面都将是一个重要的资源平台。

(一修)

质量为企业生命,恪守诚信经营、诚信待友、诚信服务的“三诚”宗旨,秉承“宁缺毋滥,无诚不商”的企业文化。

“赖永初”酒因其深厚的历史文化底蕴、独特工艺和优良品质多次获得荣誉称号,被评为贵州省著名商标,贵州省工商局和消费者协会授以“消费者喜爱的品牌”称号等。

赖永初酒业现有建筑面积20000余平方米,生产能力1000余吨年,已经通过QS认证、CMS认证。正在申报ISO9000质量管理体系认证。通过近30年的市场运作,赖永初酒产品市场地位稳固,深受消费者喜爱,在全国60余个省会城市和地级市陆续建立了稳固的专卖店。目前,企业正在茅台镇征拔300亩土地扩大生产规模,在十年规划中争取做到年产5000吨大曲酱香白酒。

近年来随着“赖永初”酒业的不断发展和经营资信的不断提高,以及市场对“赖永初”酒需求量的增加,“赖永初”酒业公司董事长赖世强先生踌躇满志:企业将站在贵州省人民政府提出的“振兴黔酒”的战略高度,计划扩大投资规模,以提高产品质量和数量,对企业进行整体规划改造;建立现代企业制度,秉承传统酿造工艺,挖掘深厚传统文化底蕴,把公司建成省内领先,国内一流的现代化企业。公司将在今后10年内建设成为年销售收入10亿元的大型现代化白酒工业企业,为贵州的白酒振兴、经济建设和社会发展做出新的贡献。



●开业剪彩仪式

目前,宜宾市拥有注册白酒商标1060件,其中,中国驰名商标7件、四川省著名商标11件、四川名牌产品13个。2010年,“宜宾酒”获国家质检总局批准成为地理标志产品保护。

此前,在向“中国白酒之都”复评组专家汇报宜宾是如何建设、打造“中国白酒之都”时,宜宾市副市长杜紫平说,这些品牌的创建,与“五粮液”这一中国的世界名牌,与“中国白酒之都”这一城市品牌,与“中国白酒金三角”核心区这一区域性国际品牌,共同构建成了宜宾白酒大品牌体系。接下来,宜宾将加快推进国家酒类及加工食品监督检验中心宜宾白酒分中心、酿酒原料集散中心、配套产业集中发展区建设,推进白酒产业标准化良好行为建设,着力推动国家地理标志保护产品“宜宾酒”专用标识的使用,打造“中国白酒金三角”核心区域品牌。

同时,丰谷品牌将入住《体育新闻》、《体育世界》、《天下足球》、《黄金赛场》、《体坛快讯》等赛事新闻栏目,与观众一道回顾、解读赛场上的每一个精彩瞬间。除此之外,丰谷的企业LOGO、企业宣传片等体现企业文化的元素,将在CCTV5的演播大屏幕上、各栏目中,以植入或独家呈现的方式展播。丰谷还将拥有在平面广告传播、公关主题活动、市场终端协销等品牌传播渠道中授权使用“CCTV-5品牌战略合作”等LOGO字样,实现多栏目、全天候、多渠道的品牌战略联盟深度合作。

丰谷总经理张军在谈到此次品牌战略合作意义时认为,丰谷在塑造品牌差异化时,通过整合品牌传播资源,利用不同媒体的差异化特性,实现了品牌传播受众的多渠道、多层次、多系统的错综覆盖。CCTV5的外在形象与内核文化,对丰谷品牌传播来说,在企业形象塑造、品牌战略执行、实施体育营销等方面都将是一个重要的资源平台。

(一修)

质量为企业生命,恪守诚信经营、诚信待友、诚信服务的“三诚”宗旨,秉承“宁缺毋滥,无诚不商”的企业文化。

“赖永初”酒因其深厚的历史文化底蕴、独特工艺和优良品质多次获得荣誉称号,被评为贵州省著名商标,贵州省工商局和消费者协会授以“消费者喜爱的品牌”称号等。

赖永初酒业现有建筑面积20000余平方米,生产能力1000余吨年,已经通过QS认证、CMS认证。正在申报ISO9000质量管理体系认证。通过近30年的市场运作,赖永初酒产品市场地位稳固,深受消费者喜爱,在全国60余个省会城市和地级市陆续建立了稳固的专卖店。目前,企业正在茅台镇征拔300亩土地扩大生产规模,在十年规划中争取做到年产5000吨大曲酱香白酒。

近年来随着“赖永初”酒业的不断发展和经营资信的不断提

拓展平台 酒交所欲与平安信托“联姻”

据悉,近年来,宜宾市采用多层次、多形式、多渠道实施“走出去”战略和“抱团出击”战术,加大“宜宾酒”整体对外推介力度。宜宾市酒类协会与山东省、河南省、安徽省、昆明市等省市酒类协会结成了战略联盟,开展交流合作,为“宜宾酒”拓展区域市场搭建了服务平台。

中国白酒第一家交易所——“四川联合酒类交易所”落户宜宾,2011年正式挂牌运营,为“宜宾酒”整体对外推介提供了战略机遇和服务平台,对“中国白酒金三角”核心区域集群强势发展注入了新的力量。据悉,近期,酒交所意向引进平安信托战略合作,为“宜宾酒”整体对外推介搭建更加广阔的平台。

(华西)

酒文化▶

政治酒局： 鸿门宴



话说项羽不喜刘邦先占关中,又听说刘邦欲在关中称王,大怒。谋士范增对项羽说,刘邦早年在山东一带,“贪财货,好美姬”,活脱脱一暴发户,不足为虑;而目前,刘邦在关中“财物无所取,妇女无所幸,此其志不在小”。范增认为刘邦已有“天子气”,宜早下手把他除掉,否则后患无穷。

在张良和项王的暗地斡旋下,项羽没有立即攻打刘邦,而是摆下了一桌酒席宴请刘邦。这便是历史上著名的鸿门宴。这是一场双龙会,但参与者却比煮酒论英雄那场酒局要多,发生的年代也要早300年。

电影《鸿门宴》在细节方面忠实于《史记》,从项羽和刘邦的出场、退场,到席间各种人物的对话、神情、动作,甚至坐位的朝向,都交代得一清二楚。整个鸿门宴过程也演绎得十分精彩,情节跌宕起伏,险象环生,刘邦屡屡处于危局,却又次化险为夷。

鸿门宴有三起三落之说。

第一起,“范增数目项王,举所佩玉玦以示之者三”,接连暗示项羽下令杀刘邦,“项王默然不应”,情势骤然紧张。二起是范增见原定计划落空,于是叫项庄舞剑助兴,伺机刺杀刘邦,空气再一次紧张起来。三起是樊哕撞倒守门卫士而入帐,“披帷西向立,瞋目视项王,头发上指,目眦尽