

葡萄酒：开启健康时尚生活方式

郑州晚报评选“十大品牌葡萄酒”、“十大酒庄”活动开启

活动参与：67655031、67655740



在浓郁的果香中，有一股淡淡的青草的味道，入口品饮，酸涩的感觉之后，口齿之间有一种香气充盈的愉悦，这就是葡萄酒的味道。早在唐代诗中就有关于葡萄酒美酒的记载：“葡萄美酒夜光杯，欲饮琵琶马上催。”但是，葡萄酒更多被赋予了西方文化的内涵，提起葡萄酒，就会想到法国的波尔多、烤肉、烛光晚餐和与浪漫爱情有关的一切。

如今，葡萄酒正在中原大地“生根发芽”，虽未成熟但市场初见端倪，究其背后，人们为何开始关注葡萄酒，如何解读葡萄酒文化、如何诠释葡萄酒礼仪以及如何品味葡萄酒等话题，本报

将开启“中原十大品牌葡萄酒”、“中原十大葡萄酒酒庄”评选活动，逐一展开业内的对话，揭开葡萄酒的神秘面纱。

记者手记：经过连日来的走访，记者发现在葡萄酒行业有着一个共同的特点，“美女老板们”占绝大多数，她们对红酒的了解，几乎达到专业级水平，她们对红酒的热爱，当成事业完美的呈现。通过交谈，她们往往会举手投足间流露高雅，谈笑风声间显示内在的气质，生意往往也做得大气磅礴，波澜不惊。这大概就是葡萄酒的魅力所在。

晚报记者 谢宽/文 赵楠/图

葡萄酒价格不等于价值——莱茵绿城葡萄酒行总经理李女士

“葡萄酒文化，绝对不是拿来主义，就可以让世人接受的。”李女士认为：“千年的葡萄酒的历史文化发展至今，有着自身的特点，对于了解葡萄酒文化，浅层次的了解健康，深层次的了解，葡萄酒的产地、渊源、历史、酿造等众多的方面，最后才能寻找到适合自己的葡萄酒。”在她看来，葡萄酒有上千的品牌，每一品牌的口味是不一样的，价格并不决定葡萄酒的价值所在，我们一直对消费者所强调的是性价比的概念，让消费者寻找到葡萄酒的价值所在。

“饮”在高端——中国饮用水高层论坛倡导水消费升级

3月22日“世界水日”，由全国高科技健康产业工作委员会、中国医疗保健国际交流促进会（卫生部）等主办的第八届中国饮用水高层论坛在京召开。论坛上，专家代表论证了论坛指定用水昆仑山矿泉水的天然品质，并指出瓶装水对于水源地的选择标准及产品品质标准仍亟待提高。

而以昆仑山矿泉水为代表的中国高端水品牌，将引领高端水行业快速发展。出席论坛的专家包括李复兴教授、地质科学院安可士研究员、中国协和医学院杨子彬等。安可士表示，“矿泉水产业的基础是水源，谁有好水源，谁就能处于有利地位。”他以昆仑山矿泉水为例，剖析了其水源特点：“形成于雪域高原的昆仑山矿泉水，在独特的地理环境中，经过几十年的积淀，含有丰富的微量元素，是天然、纯净、健康的高端饮用水。”

目前，国内市面上饮用水品牌集中在低档价格区间，在高端水市场中份额较大的仍是少数国外品牌，但因文化差异、水源限制等，其营销策略未必能满足中国消费者的需求。安可士表示，“对于国内饮用水来说，这是挑战，更是机遇，打



造高端水的民族品牌刻不容缓。”新生代市场监测机构肖明超指出，高端水市场潜力巨大，而具有优质水源地、天然无污染等特性的产品，有望在市场中取得主导地位。据了解，为了能让更多中国人喝上优质纯正的矿泉水，昆仑山矿泉水历经了十载勘测，几乎遍布中国每一个省。昆仑山矿泉水负责人表示，近期产品将在全国上市销售。作为广州亚运会官方唯一指定饮用水，昆仑山矿泉水将在2010年大放异彩。 徐莉/文

葡萄酒如人生，贵在品质高——枫桐庄园的董事长祝晓琳

提到葡萄酒，很多人第一时间想到的是经典、浪漫的法兰西共和国。法国不仅是全世界的奢侈品大国，遍布全国的葡萄酒庄更成就了法国百年红酒文化。在法国，如果想融入社会，必先要学会品味葡萄酒，那么在中国也一样，外国人想深层次的了解中国，必然也要接触到白酒文化和茶文化。这样一来，葡萄酒似乎和中国的白酒、茶有着异曲同工之妙。祝晓琳介绍说：“法国葡萄酒从种植到采摘，从品种选择到压榨陈酿，精耕细琢、监管严格。法国葡萄酒的分级制度甚至比联合国的分级制还严格精细：列级名庄(Grand Cru)，一级名园(1er Cru)，名星庄(Cru Bourgeois)，村庄级、地区级法定产区酒(AOC)，优良产区酒(VDQS)，地区餐酒(VDP)及日常餐酒(VDT)。”



葡萄酒与灵魂最接近的果汁——苏格兰酒行董事长袁媛

袁媛说：“法国人常说‘上帝赐予葡萄，我们用心智把它变成人间佳酿。’正因为葡萄酒是用心智酿成的，所以，才会有更多值得我们品味的东西在里面。”在她看来，葡萄酒其实和人一样是有生命的，素有“生命之水”果汁的美誉。葡萄酒一直是有变化的，无论从生产到酿造，从装瓶到开瓶，每个阶段的曲线与人的生长周期保持一致，当开启瓶盖的那一刹那，“醒酒”过后，宛如风韵犹存的女人同样动人。



葡萄酒美酒喝出健康来——上海杯莫停葡萄酒贸易有限公司郑州分店 鹤尔斯酒窖总经理孟女士

“其实，在中原葡萄酒‘启蒙时代’，众多业内人士谈论的葡萄酒文化的首要话题就是葡萄酒健康，原因在于面对这样一种口味酸涩的饮品来说，这样的解释大家更容易去接受和尝试。”孟女士认为：“而我们要真正的了解它，就必须一点一点的来做，讲究一个循序渐进的过程，推健康只是最初级也是最容易理解的一步。”在她看来，葡萄酒最基本的含义赋予了健康的新理念，它犹如西方国家的“千年人参”瑰宝。



打造的“葡萄酒诺亚方舟”——名庄国际葡萄酒窖总经理Wendy

“我只想传播葡萄酒文化，真正的将葡萄酒的内涵和内容传递给更多懂生活的人，将葡萄酒体验做成时尚生活的标签。”Wendy认为：“而就目前市场而言，葡萄酒的品牌传播是从上到下的一种传播方式，大家只知道出名的一定就是好，比如说拉菲、拉图，而并不去适应新的品牌，红酒是不断变化的，人们对葡萄酒的理解也应该是不断变化的。所以名庄打造的“葡萄酒诺亚方舟”计划一是希望更多的人重视环保、倡导绿色消费，二是希望更多的人能收藏和欣赏更多的美酒。”



健康，优雅，开启时尚生活——河南云飞酒业刘韶阁

葡萄酒——高尚生活元素，饮用葡萄酒，就是在饮用健康、引领时尚、品位优雅。刘韶阁认为：“经常适量饮用葡萄酒具有滋补、助消化、减肥、利尿、杀菌作用，从而起到抗衰老、益寿延年的效果；高端人群讲究健康的生活方式，对葡萄酒的认识逐渐提升，从葡萄酒的购买、储存、品尝、饮用都有自己一定的见地，可是在大众人群中还是新兴事物，所以这亦是一种时尚；烛光下，轻语柔言，美酒美食，水晶杯轻轻的撞击，眼神的交换……怎能不说是品味优雅？”

楚藏天下

黄山头之酒道篇

一壶酒，满载着千年的美名，五谷丰登酿一酒，“黄山头”告诉我们，酒，是有道的。

这壶酒，因了一方地，一方人，彰显出了天人合一的因子。这方地就是楚地。这方人就是楚人。

世间万物不能强求一律，因而主张“善解能容”，“和而不同”。黄山头酒将五种粮食的精华充分调节融合，使得味觉层次全面丰富，入口前

的醇厚芳香与饮酒后的绵久悠长有机的融和在了一起，充分体现了中国传统文化的“中庸和谐”的完美境界。黄山头山水交错，常年温差和昼夜温差小、湿度大，其优良的自然地理环境为酒的酿制提供了无与伦比的先天条件。

正如葡萄酒奉法国波尔多地区的为上品一样，黄山头酒是楚文化酒业的标志，也是人与自然和谐共生的杰作。

续写百年创新 张裕构筑国酒竞争力

继布局全国六大优质产区、创立七大国际酒庄联盟之后，3月18日，张裕在成都糖酒会上表示，从25万亩葡萄基地、国际葡萄酒研发与制造中心，到西部三大酒庄的规划，再到发行百年酒窖1915世博金奖纪念酒，这些都是张裕续写百年创新、构筑国酒竞争力的重要举措。

百年创新构筑企业竞争力

张裕公司总经理周洪江认为，张裕一百多年来始终以创新精神构筑企业竞争力。一百多年来，张裕在葡萄酒行业开创了多个第一，引领着行业的创新，并形成了张裕深厚的

文化积淀。同时，张裕解百纳目前已经出口到全球28个国家，在国外不断为中国制造创造着良好声誉。

虽然国宴用酒不等于国酒，但国宴确实是国酒的一个重要象征，张裕葡萄酒一直在六十年国宴中扮演着重要的角色。其实，从1949年新中国成立开始，张裕就与茅台一起进入国宴，成为新中国的国宴用酒。

持续创新深化战略布局

周洪江表示，公司将整合国际国内的资源，展开一系列的战略布局。

在葡萄基地方面，目前张裕公司已在烟

台、新疆、宁夏、陕西、辽宁、北京6个优质产区拥有25万亩葡萄基地。

在研发与制造方面，张裕国际葡萄酒研发与制造中心项目已在今年1月在烟台启动。该项目将历时5年时间，建成后将使张裕产能在现有基础上至少翻一番。

在酒庄品牌布局方面，张裕在陕西咸阳市的酒庄已于3月18日破土动工，在新疆石河子、宁夏银川的酒庄也在规划、设计之中。这三个省的葡萄基地目前已经配套了大型原酒发酵中心，再加上三大酒庄，张裕在西部产区的布局逐步成型，保证葡萄酒

以新鲜的状态进入厂区发酵。其中，酒庄的葡萄严格控制采收后1小时内就破碎进入发酵罐。

今年还是世博年，以此为契机，张裕在今年糖酒会上推出了“1915世博金奖纪念酒”，并透露将进驻世博山东馆进行展示。据李记明介绍，该纪念酒隶属张裕的顶级子品牌百年酒窖系列，由荣获1915年旧金山世博会金奖的“可雅白兰地”、“雷司令干白葡萄酒”、“味美思加葡萄酒”、“红玫瑰葡萄酒”共四款酒组成，限量发行1915套，每套均附编号证书。