

分享趋势观点 共谋白酒发展

盘点2014成都糖酒会三大看点



品酒“三部曲”

白酒可谓是中国“国酒”，不过，喜欢喝白酒并不意味着懂得品酒。品酒是一门学问，但并不是大师们的专利，掌握了个中奥妙，您将真正享受到酒的美妙。那么，究竟该如何品评白酒？业内人士指出，可以从色、香、味三个方面进行辨别。

首先是观色。看其色泽是否清澈透明，有无悬浮、沉淀物等。具体方法是，举起酒杯，观酒液的透明度，再逆时针转动酒杯，观酒液的挂杯度，优质白酒挂杯痕迹明显、均匀，像丝绸一样，杯中酒液清澈透明，没有丝毫杂质。

其次是闻香。用鼻闻出白酒的香气，检验其是否具有该香型独特优美的香气，有无其他的异杂气味等。具体的操作方法是，将酒杯倾斜，呈30度靠近鼻尖，自然吸气，手慢慢将酒杯在鼻前晃动，感受酒香扑鼻。优质白酒的气味可以使人身心愉悦，香气中带有如粮食、果实、花朵等自然香味。

最后是尝味。酒入口时要慢而稳，将酒含在口中，用舌头将酒液铺满整个口腔，慢慢品味，慢慢咽下。由于白酒的口味有圆润、浓厚、绵软、绵甜、单薄、辛辣、纯净和邪味之分，酒液下咽后又有绵甜、苦辣之别，因此在感官上以醇厚、圆润、绵甜、细腻为上品，讲究入口甜、落口绵、下咽顺。

在品尝的过程中，每次入口的酒量以0.2~2.0ml为宜。要使酒样布满舌面，仔细辨别其味道。酒样下咽后，立即张口吸气，闭口呼气，辨别酒的后味。品尝次数不宜过多，一般不超过3次。每次品尝后以茶水漱口，防止味觉疲劳。

郑州晚报记者 王一品

■有奖问答

品鉴白酒时，每次入口的酒量以多少为宜？

请将正确答案及姓名、联系方式发微信至晚报名酒专刊(微信号:zzwb-top-mj)，正确回答问题的前三名读者每人将获得价值158元的新贵董酒一瓶。

领奖地址:

东明路红专路金成商务大厦902室,获奖者需携带本人身份证及复印件领奖。

领奖咨询电话:

4000909691

上期获奖名单:

赵仁杰(135****8019)
谷培苗(138****4125)
张磊(158****9557)

看点之一:共谋白酒酒庄发展

3月25日,在2014国际酒庄论坛上,世界各地酒类专家及企业领袖以探讨中国白酒如何走向世界为话题进行酒业对话。

中国酒业协会副理事长王琦在论坛上表示,白酒行业现进入深度结构调整期,挑战与机遇并存。中国白酒酒庄联盟将树立白酒的整体形象,为烈酒爱好者搭建沟通的桥梁,让中国白酒的品牌影响力发扬光大。

记者从论坛上了解到,山西汾酒与新晋酒庄集团强强联手,为颇受关注的白酒定制业务带来了

更多丰富的想像。

据汾酒创意定制公司负责人介绍,汾酒个性化定制酒是根据消费者的个性化需求,从品质和形象设计着手,为消费者量身打造具有浓郁个性专属风格的产品,尤其突出对中国传统酒文化元素的应用,能够满足不同消费群体的需求。

中酒协副秘书长宋书玉认为,目前中国白酒缺乏独特的商品属性,我们要学会用世界品牌描述中国白酒,树立中国白酒在世界酒业中的地位。酒庄是中国白酒的本

根 回归,是中国白酒的品质自信,是中国白酒的文化自信,酒庄白酒是中国白酒产业发展的新增长点。宋书玉呼吁中国白酒产业重点企业在传承中国白酒文化的伟大事业中,共担责任,团结一心,使中华文化走向世界。

看点之二:白酒营销模式创新变革

3月25日,在“中国酒类创新模式·供应链融资”高峰论坛上,首次发布《2013~2014年度新形势下中国白酒行业创新报告》(以下简称《报告》),聚焦去年以来的行业创新发展新趋势,解码创新案例背后的深层基因,针对新形势下的酒业创新之路做了全新解读,涉及产品、渠道、互联网思维创新等七大路径。

“过去厂商之间的合作是厂家粗暴地压货给经销商,经销商再机械地压给渠道,一层压一层,并不能真正解决销售问题和动销问题。”

《报告》指出,“看似稳固的厂商关系正被新形势捶打”。

“在白酒行业,针对消费者需求的满足,思考得越深,动身越早,成功的可能性就会越大。”洛阳杜康控

股有限公司董事长周涛认为,创新的实质在于跟随消费者不断变化的需求,并用不断更新的产品及服务来满足以及引导。

论坛上,多位业界专家从不同的角度对白酒营销模式创新,发表了自己的观点,其目的在于探寻酒业发展的新思路,进而推动酒业企业实现创新式发展。

看点之三:如何面对线上对线下的冲击

3月26日,在“中国酒业国际发展高峰论坛”上,国内外行业精英共同探讨如何应对行业调整期酒类销售困境、线上对线下的冲击以及经销企业的转型升级等行业目前关心的问题。

1919酒类连锁董事长杨陵江认为,目前酒业连锁业态是很发达的,效率是很高效的。另外,互联网确实改变了生活,改变了行业的发展,是一个很好的开放性平台。

杨陵江提出疑问,难道这个平台只能用于卖酒吗?让与会者深思。逸香教育CEO文含则认为,对从业人员和消费者的教育不可放松,当消费者对酒类专业术语朗朗上口的时候,消费自然也就不在话下了。而中国酒要走向国际,教育与模式创新必不可少。

贵州董酒销售有限公司总经理蔡少浩表示,董酒专门针对电商渠道可能也会推产品,推符合年轻人时尚体验的产品。蔡少浩指出,今年我们会打造微电影征集活动,提高董酒品牌的认知度,同时通过活动来彰显企业的价值观。这是酒行业比较少的一个形式。



扫一扫 更精彩

制图 曹思秀

仰韶彩陶坊成为 黄帝故里拜祖大典唯一供奉用酒

豫酒再放异彩,仰韶彩陶坊天时、地利、人和酒成为甲午年三月三黄帝故里拜祖大典的唯一供奉用酒。据拜祖大典组委会人员介绍,本次拜祖大典供奉用酒的选择非常严格,最终仰韶彩陶坊酒以其优秀的产品质量、厚重的历史文化以及“天地人和”的产品文化胜出。“天地人和”是拜祖大典九项仪

程中的其中一项。仰韶彩陶坊天时、地利、人和系列的产品文化是对中国优秀传统文化的继承,是中华民族祈求风调雨顺、尊崇天地人和的体现,其文化核心就是“感恩天地人,和谐你我他”,这与黄帝拜祖大典的主题“同根同祖同源、和平和睦和谐”在历史文化层面是一个高度的契合。 贺荣凤

仰韶荣登国内10家主流都市报 联合推出酒业总评榜

3月26日,国内10家主流都市报首次联合推出的酒业总评榜活动在蓉城举行,在当天发布榜单上,仰韶彩陶坊酒荣获2014年度最具消费力白酒品牌大奖,仰韶窖香荣获2014年度最具投资价值品牌,成为河南白酒唯一获得此奖项的白酒企业。

自2013年8月8日,中华陶香型白酒顺利通过专家论证,中

华陶香型白酒在仰韶酒业荣耀诞生,成为中国传统白酒香型的一大创新。随后仰韶彩陶坊酒被评为“中国名酒典型酒”、荣获“中国白酒脊梁奖”,如今成为甲午年拜祖大典唯一指定供奉用酒,再到荣登国内10家主流都市报在成都首次联合推出酒业总评榜,这一系列的荣誉,无疑是对仰韶酒业最好的认可。 贺荣凤