

酒类热销的元旦春节临近 苏州将举办酒类真假鉴别展览活动



据悉,黄酒中的酸主要是有机酸,它对黄酒的风味起到调节作用,酸度与糖度相互协调,酸量少,酒味很淡,酸量大,则酒味酸,刺鼻。黄酒含有21种氨基酸,其中8种人体必需的氨基酸全部齐全,所谓必需氨基酸是指人体自身不能合成或合成速度不适应身体需求,必须由食物供给的氨基酸,每升黄酒中的必需氨基酸达到3400mg,远高于啤酒和葡萄酒,所以黄酒被称为“液体蛋糕”。黄酒中的非糖固形物中含有糊精、蛋白质及其分解物、甘油、不挥发酸等物质,糊精等物质赋予黄酒滋润、丰满、浓厚的内质,饮时有甜味和糯黏的感觉。这些复

杂又丰富的物质是在黄酒的酿造和缓慢的陈酿过程中产生的,酒精配制勾兑的黄酒根本无法企及。在有些劣质黄酒中,非糖固形物低于标准规定,造成这种现象的主要原因是企业在原酒中掺了过量的水。

在面对白酒、葡萄酒、黄酒等不断出现的造假事件中,政府部门坚决以高压态势制定了相关法规,如《关于在打击假冒伪劣商品违法犯罪中加强行政执法与刑事司法衔接工作的通知》,加强了涉及食品非法添加案件查处和移送工作,严禁以罚代刑、有案不移。其二制定了《关于依法严惩食品生产加工非法添加违法行为的规定》,明确对食品非法添加行为,一律没收违法所得和用于非法生产的相关物

品,按法定幅度的上限严厉处罚,依法吊销生产许可证;涉嫌犯罪的,一律移送公安机关。其三制定《质量技术监督重大产品质量突发事件应急处置工作规范》,建立健全重大产品质量突发事件应急处置机制,提高执法打假工作的有效性。

为进一步促进酒类行业健康发展,保护经营者和消费者的权益,近日,苏州酒协召开了会长办公会议,决定联合国内白酒、黄酒生产企业打假部门和国际洋酒企业打假机构在年内开展“2017年酒类真假鉴别展览活动”,让人们了解到酒类各种造假招数和国际辨别真伪知识的同时,也展示了酒类产品打假成果。

茅台提价!给威士忌打开中国消费市场带来空间... 苏州开设世界十国威士忌课程

新闻背景:中国是世界上酒精用量最大的市场。公开数据显示,在全球烈酒市场,中国白酒的产量占比达到30%,但在全球市场消费量上却是远远落后于威士忌。相反,威士忌在世界范围内的消费量第一,产量位居白酒之后,但其在我国市场上的消费量却远不及白酒。国际葡萄酒及烈酒研究公司(IWSR)报告指出,进口烈酒在中国的年销售额不足全国酒类销售额的2%,远低于白酒。虽然目前整个洋酒的渗透率还很低,以威士忌为例,它的市场占有率仅为1%左右,未来如果能够达到5%,这样的增速将是不可估量的。帝亚吉欧自1920年开始深耕中国市场,旗下尊尼获加黑

牌被认为开启了中国的威士忌市场。《胡润百富》创始人胡润近期在发布威士忌消费研究报告时表示:“近年来,威士忌是一个快速发展的行业,对比五年前,中国高端消费者对威士忌的青睐程度上涨了83%,是洋酒偏好增幅榜的第一名。”

白酒是威士忌能进的巨大阻碍。今年以来,95%销售业绩贡献来自国内市场的贵州茅台表现出了一骑绝尘的态势。无论是在现货市场还是在资本市场都引得了众多关注。4月,贵州茅台以4949亿元人民币,折合718亿美元的市值首次超越帝亚吉欧成为全球市值最高的烈性酒公司。由于中国白酒文化悠久且在内陆地区就有很强势的市场地位,也使得国内威士忌消费仍集中在沿海一些较早开放的省市中。帝亚吉欧在福建、广东、江苏和上海合计占据了洋酒83%的销售量和89%的销售额。不过这并未影响各大跨国酒业集团布局中国市场的积极性。过去一年,仅帝亚吉欧一家酒企针对中国大陆市场就做了很多尝试。威士忌峰会、威士忌学院、精品店尊享、高端品鉴会等针对高端消费群体的传播推广形式,以及在电商、KTV和分销商等渠道上的铺货,都可见其在消费者触达和威士忌文化传播上的用心良苦。此外,还包括保乐力加、爱丁顿、格兰父子、百加得、百富门等跨国酒业巨擘将芝华士、百龄坛、格兰菲迪、杰克丹尼、占比等威士忌能进中国消费者的购物车中。今年7月1日,前身为日本三得利株式会社的三得利(Beam-Suotory)洋酒贸易公司在中国正式成立,过去这家通过代理商进入中国的企业,也将在中国区内经营自己所有酒类业务。而国内企业对于威士忌市场未来的潜力重视也已用实际行动在“卡位”。例如,2016年底中粮集团成立名庄荟,并宣布拟用三年时间成为中国首席进口烈酒运营商。不同于上述酒业老将从源头布局,

名庄荟通过网罗全球知名威士忌品牌在华的代理权,同时用中粮集团自身所拥有的独立渠道和1000多家次级分销商优势,为其在进口烈酒的推广和品牌运营上添柴加火。

“18年前喝威士忌的人非常少,那时候给中国的配额就很少。那时候我们推荐给消费者喝什么他就喝什么,没有自己的主见,但现在消费者更有主见了,变成我们需要根据消费者的口味去选酒。”酒吧专业人士如是说。如今,威士忌是人们越来越受欢迎的饮品。大家不再只是懂得夜店里常卖的芝华士和黑方,而是开始关注苏格兰的单一麦芽威士忌、美国波本威士忌等更多更具特色的威士忌产品。

单一麦芽威士忌(Single Malt Whisky)。简单来说,如果调配一瓶威士忌的所有基酒都来自单独一个酒厂的麦芽基酒,那么这就是单一麦芽威士忌。如果使用了谷物威士忌基酒和麦芽威士忌混合,那就是调和威士忌。以单一麦芽威士忌(Single Malt Scotch Whisky)为例,是指完全由同一家蒸馏厂里,只用发芽大麦为原料制造,并且在苏格兰境内以橡木桶熟成超过三年以上的威士忌。

需要注意的是,这定义并没限制同一个瓶子里的酒皆必须出自同一个橡木桶里面,实际上酒厂的调酒师常会根据需要,以自己厂里生产的不同酒桶(乃至不同年份的酒桶)里取出的威士忌混合调制再装瓶销售。瓶盖上标示的年份是熟成时间最短的那桶威士忌的年份。

众所周知,苏格兰是威士忌的迦南圣地,但威士忌的国度遍及世界,除了现在公认的威



士忌五大产地:即苏格兰、爱尔兰、美国、加拿大、日本外,英国威尔士、印度、捷克、法国、澳洲及其它很多地区都有出产。和葡萄酒不同,酿制威士忌的麦芽,在烘干后即可长途运输。所以相比谷物本身的特性,体现威士忌风土特色的除了酒厂理念,往往源自酒厂所在地的水源和熟成环境的风土。

为全面认识国际洋威士忌的真正品质,苏州酒协品酒师侍酒师专业委员会近期推出世界十国威士忌专业认证课程,精选12款各具亮点的威士忌,通过品鉴和学习,从威士忌历史、产区、原料、分类、酿造、熟化、品酒训练,深入解析世界威士忌。(课程报名热线13862277079)

威士忌课程亮点

1. 课程内容丰富实用,覆盖广泛,贴近生活,深入浅出,通俗易懂,建立属于你的威士忌知识体系;
2. 课堂欢乐有料,设多个游戏学习板块,在学习中游戏,在游戏中巩固专业知识;
3. 课堂浪漫有趣,讲师为每一款威士忌挑选一首合适的音乐,感受威士忌与音乐碰撞;
4. 最英伦味的课堂,设下午茶歇板块,体验英式下午茶休憩时光。

威士忌课程介绍

1. 威士忌历史研究 2. 威士忌酿造工艺 3. 威士忌产区研究 4. 威士忌酒标密码 5. 威士忌餐酒搭配 6. 威士忌商业投资 7. 威士忌品鉴训练。



你了解葡萄酒,但是你了解清酒吗?

现在,苏州酒协清酒品酒师初级课程开班啦!可以报个名学习一下哦!现在出去吃日本餐,少不了点杯清酒,超市里琳琅满目的清酒,酒标上的字眼到底是什么意思呢?清酒里面到底都有什么味儿?……

随着日本清酒在中国越来越受青睐,不少人都觉得一定要了解这门文化。清酒与世界上其他酒类比较起来特别之处其一,是与食物的搭配;其二,就是季节感。冬季,热一壶酒可以

暖身。夏季,则冷啖个凉快清爽,促进食欲。冷、热总相宜,清酒最有魅力的地方之一。对于亚洲人的体质,喝葡萄酒或威士忌之类的西洋酒是很容易产生晕眩感和兴奋感的,但清酒则是来自粮食的酒,度数通常又都比较低,所以它永远都是一种让人爱不释手的酒。虽说中国白酒才是日本清酒、韩国烧酒的鼻祖,可也许拜这百年的文化断层所赐,中国白酒的发展远没有日本清酒如此的被世界所知。而如今国人差不多拿日本当成自家SHOPPING MALL,也上日料和清酒爱好者大军的前锋。特别是清酒爱好者大军已经俨然决意追上葡萄酒大军了。举杯细闻,便是浓郁果香。轻抿一口,顺滑的酒体轻盈舞动于口腔之中;清酒独有的纯净,持久的甜香水果香气萦绕一周滑下喉咙,带来精致美丽的酸度回味。

日本清酒,是借鉴中国黄酒的酿造法而发展起来的日本国酒。日本人常说,清酒是神的恩赐。1000多年来,清酒一直是日本人最常喝的饮料。在大型的宴会上,结婚典礼中,在酒吧

间或寻常百姓的餐桌上,人们都可以看到清酒。清酒已成为日本的国粹。

清酒介绍:清酒来自日本,是以大米与天然矿泉水为原料,经过制曲、制酒母、最后酿造等工序,通过并行复合发酵,酿造出酒精度达18%左右的酒醪。之后加入石灰使其沉淀,经过压榨成制得清酒的原酒。但清酒原酒还不是我们平时所看到的清酒透明。日本清酒,因为它的原料单纯到只用米和水,就可以产生出令人难以忘怀的好滋味,所以有人将它形容成:用米做成的不可思议液体。而因为日本各地风土民情的不同,且在长远历史的影响下,日本清酒也因此成为深具地方特色的一种代表酒。

苏州酒协开设的清酒品酒师初级课程,内容涉及清酒的历史、文化、生产工艺。对于清酒爱好者来说,绝对是一个难得的机会,品尝不同类型的清酒。学习这一课程之后,可以成为在酒吧和餐厅挑选清酒的高手。顺利通过入门课程之后,将获得相关证书(无需考试)。

课程主要内容(5小时):清酒的历史和文化,清酒的酿造,清酒的术语和分级,清酒品鉴的基础方法,清酒配餐练习。(课程报名热线13862277079)



本版面投稿邮箱:
1841980498@qq.com

新闻宣传热线:
18020279110