

闻香识美酒 口味皆醉人

白酒香型概览

本报记者 于潇潇

白酒在酿造过程中因工艺原料的不同会含有不同的糖类、甘油、氨基酸、有机酯。这些成分形成的香味就像每一瓶酒的身份证,将白酒分了类别,每一种白酒的香型都承载着这种白酒独特的工艺和文化。

现在就来闻香识美酒,看看在你心中,哪种酒才是心仪之选。

潍坊老味道 循着浓香走

要说白酒,自然得说白酒醉人的香,喝酒喝的是什么,不就是每个人心中的那个独一无二的香味吗?只是在很多普通人的印象中,白酒的香味似乎非常多,那么到底中国的白酒有多少种香型?代表每种香型的酒又是什么?今天让我们来数一数。

在潍坊这片土地上,最具代表性的就是浓香型白酒了,因为潍坊的本土品牌生产的多为浓香型,潍坊人也爱浓香的味道,如密州春酒、刘罗锅系列酒、云门春王、景阳春酒等,这种香型的白酒色泽微黄或无色,具有浓郁的窖香,口味丰满,入口绵甜爽净。

陈酿经典 当属酱香

越陈越香的是什么酒?那

就是酱香。

酱香型白酒最具特点的非茅台莫属,值得一提的是潍坊现在也有了自己的酱香白酒,那就是云门陈酿。茅台、郎酒身处我国西南,具有南派酱香之特色,而云门酒业在华北平原,地理环境、气候等均有别于南方,加之酿酒历史悠久,形成了具有北方特色的酱香风格。这种香型的白酒酱香浓郁、入口柔绵醇厚,回味悠长,空杯留香持久。

清香醇正,甘甜爽净

那句“借问酒家何处有,牧童遥指杏花村”的诗句流传了千年,想知道诗句里酒是什么味?那是清香型白酒的芬芳。

这是一种传统的老白干风格,其特点是:清香纯正,诸味协调,余味爽净。密州酒业公司派出科研技术人员到杏花村汾酒厂学习取经,回厂后组织科研技术骨干潜心研发清香型白酒“鲁钟清烧”,填补了山东省清香型白酒的空白。“鲁钟清烧,香飘万里”,著名诗人臧克家的即兴题词,显示出对这款白酒的喜爱。

浓头酱尾和谐相融

兼香型白酒,顾名思义,就是浓香型风格与酱香型风格

兼而有之,是一种复合香型。潍坊名酒荟萃,最有名的兼香型,要数“浓头酱尾”的密州之星和云门洞藏。初闻其香,浓郁细腻;继而细闻,酱香浮现,且带着烘焙的甜香,饮后空杯仍有一股如空谷幽兰般的幽雅芬芳。

老酒飘出芝麻香

芝麻香是建国60年来中国白酒界仅有的两个创新香型之一,它兼具“浓、清、酱”三大白酒基本香型的特征,又别具芝麻香风味,而根据在浓、清、酱三香之间所取平衡点位的不同,芝麻香的风格又呈现出多种微妙变化,可以说,芝麻香既是多种香型的精华荟萃,同时自成一派、别具一格。

有人说,芝麻香融合了浓、清、酱三种香型之长,有五粮食的浓郁,又有酱香的余味悠长,跟鲁菜的重口味很搭,这可能也是芝麻香受山东人钟情的原因之一。

除了以上代表香型之外,中国的白酒还有以桂林三花酒为代表的米香型白酒;以陕西凤翔的西凤酒为典型代表的凤香型白酒,以四特酒为代表的特香型白酒以董酒为典型代表的药香型白酒,以鼓味玉冰烧为代表的豉香型白酒等。

钓鱼岛酒商标 被抢注

十一月中将上市

商场如战场,为商之道,敏锐必可不少,要能捕捉时代气息,预测市场风向。而商界的敏锐,从“商标”注册之热,可窥一斑。

几年前,《刘老根》热播时,一批刘老根产品如雨后天春笋般应运而生,连“药罐子”都被注册为商标,而且竟多达50余种。今年伦敦奥运会中国的体育明星也成了注册商标的对象,“叶诗文”和“孙杨”被注册为服装商标,而之前的“刘翔”和“林丹”早已被注册,甚至刘翔的记录“12.88”都被拿来注册。

近日,钓鱼岛事件引起了又一阵商标热。其实早在1997年1月,广西柳州卷烟厂就已申请“钓鱼岛”商标,但是目前根据记者查阅,此商标已无效。此后也陆续不少商家申请钓鱼岛商标,但均未被批准。

不过今年随着“钓鱼岛酒店”“钓鱼岛酒”商标申请的成功,“钓鱼岛”商标注册浪潮再次袭来。钓鱼岛酒店现已开张,而钓鱼岛酒什么时候能品尝到?

据悉,“钓鱼岛酒”商标的注册者为山东平原金龙酒业有限公司。其负责人表示,在钓鱼岛事件发生后,一直想为国家做点什么事,便注册了“钓鱼岛”商标,并将以“钓鱼岛·赢酒”为主品牌,下设“途赢、观赢、境赢”三个子品牌,打开国内市场。

在询问钓鱼岛酒何时上市时,企业负责人表示,会努力让老百姓在十一月中旬前品尝到。

中青

秋季饮啤酒

应选择常温的

喝杯啤酒是非常惬意的事,但很多人开怀畅饮时却伤害了身体。专家说,不少人因为过量饮用啤酒,诱发多种“啤酒病”。

专家表示,尽管啤酒素有“液体面包”之誉,但并非人人适宜喝啤酒,更不能过量饮用,健康人群每天喝啤酒最好不要超过1000毫升。

许多人喜欢喝冰镇啤酒降温,而据分析,啤酒的饮用温度最好在8摄氏度左右,最低也不能低于零下1.5摄氏度,即啤酒的冰点。冷冻室里的啤酒温度远低于啤酒冰点,不仅影响了啤酒的色与味,而且也使其营养受到损失。

医生提醒,老年人、孕妇和一些虚寒者,心脑血管疾病、慢性胃炎和溃疡患者,应严禁饮用冰镇啤酒。

宗合

“密州”逢春竞风流

——山东密州酒业文化掠影

中国白酒源远流长,被誉为中国第五大充满创造智慧与文化神韵的发明。山东诸城“密州春”酒经过百年文化的传承,承载着丰富的人文历史、深厚的文化积淀,将这一文化神韵演绎得淋漓尽致,为中国酒文化的发展,增添了无穷的魅力。

公司董事长董长安认为,企业要发展,要有过硬的品牌,必须构建独具风格的企业文化,特别是注重培育企业的核心价值观,一个企业只有注入丰富的精神内涵,有了深厚的文化底蕴,才能得到长足的发展。近年来,该公司注重把产业发展与文化融合起来,将文化元素注入“密州春”酒品牌当中。

古韵悠悠密州春

诸城美酒香醇甘冽,久负盛名。唐宋时期,蒸馏酒即现在的白酒出现,密州境内除去专业的酿酒作坊,家里宽裕的百姓自己也酿酒。清末至民国初期,城里已有酿酒大户,制、售兼营,负有盛名。1944

年,滨北专署为筹集资金支援抗日战争,在石埠子(现安丘县)没收杨家夏庄地主的酒作坊,建起国营酒厂,以传统工艺生产白酒,是为现在密州酒业有限公司源头。

60余年来,密州酒业公司挖

掘传统工艺精华,辅之以现代科技,酿酒技艺不断精进,成为齐鲁著名酒厂之一,年产各种饮料酒两万吨以上。产品有四大系列50多个花色品种。主导产品“密州春酒”、“密州玉液酒”、“刘罗锅家

酒”等产品多次中国食品博览会金奖、中国轻工产品博览会金奖,国际食品博览会金奖,产品行销全国二十多个省市和地区,正是:源远流长中华酒,古韵悠悠密州春。

文化助推品牌建设

密州酒业注重挖掘自上古到现代的人文文化,使诸城人睿智、豪放、尚诗文等人杰地灵的本性,融入企业文化理念中。在此基础上,确立了“爱心、诚信”文化,把思想道德、法制建设和诚信建设有机结合起来,以“爱心、孝心、仁

心、实心、恒心、忠心、信心、同心”等“八心”为企业文化内涵,以“社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德”等“四德”塑造企业文化氛围,始终坚持正确的价值观,使企业的文化理念易于被消费者理解和认可,企业文化深入人心,融

入到员工和每位消费者的日常行动。

密州春酒业以“点滴做起,酿造爱心”为企业核心理念,号召每一位员工用自己的爱心去酿酒,去经营。近年来先后为公益事业、慈善事业、助残助学助

教、帮扶贫困等捐款捐物,赞助各种文化活动等1000多万,树立了良好的企业形象,受到社会广泛好评。凭借过硬的质量和良好的口碑,“密州春”品牌现在已经成为鲁酒市场上迅速崛起的一朵奇葩。

超然文化丰富产品内涵

宋神宗熙宁七年秋,苏东坡由杭州移守密州(今诸城)。熙宁八年八月,苏东坡命人修葺城北旧台,并由其弟苏辙题名“超然”。超然台成为迎来送往的重要场所,超然台内外也时常能嗅到密州美酒的芬芳:敬天谢神,无酒不足见其诚;良辰佳节,无

酒不足显其乐;春风得意,无酒不足畅其怀。“明月几时有,把酒问青天……”。这首脍炙人口的千古绝唱,就是苏东坡登超然台饮酒赏月欢宵达旦,畅饮密州美酒大醉后诗兴大发,一气呵成的,字里行间,无一不浸透着密州美酒的芬芳。

公司将大力开拓密州春文化建设,以超然文化作为主线,以酒的文化作为内涵,建诸城历史名人文化长廊、历史博物馆、形成独具特色的密州酒业文化艺术园区。让参观者更多地了解超然物外的超然文化和把酒问青天的山东人豪放气魄,充分展示密

州春酒的文化实力。公司将逐步形成以酒为主,辅以一山(奶儿山)、一水(奶儿山牌矿泉水)、一洞(密州春藏酒洞)、一旅游(密州春洞藏酒基地工业园区旅游区)多层次产业格局,让密州春洞藏美酒飘香全国。

赵洪志