

齐鲁晚报

齐鲁酒水

2013年4月19日 星期五 B01-B12

心之秤

第二届山东百姓品酒大赛决赛特刊

天地之间有杆秤，那秤砣是老百姓。

15日，第二届山东省百姓品酒大赛决赛在济南举行。来自全省14地市的100名民间品酒高手在决赛中一决高下。相比两年前的首届百姓品酒大赛，这次无论是比赛规模，还是参赛人数都翻了一番。群众参与如此火爆，得益于比赛的宗旨就是让消费者品评出自己口中、心中的好酒。也正是基于此点，这个面向全国白酒消费第一大省的海选，在这个明媚的春天又一次走进了每一位白酒爱好者的内心。

这是一个以百姓参与的群众舞台，更是一个白酒企业面向大众的展示平台。

除去华丽的包装、抛开企业品牌的光环、忽略产品的市场价格，将酒倒入消费者面前的几个杯中，让消费者去看、去闻、去品，最终以得分来确定产品的优劣。这也是产品在消费者心目中的价值。

都说自家的酒是好酒，口说无凭。本届比赛用酒都是从市场上采购的成品酒。这些酒也都是消费者平日里接触比较多的产品，差不多的度数、差不多的价格。就在这样的前提下，消费者给出的品鉴结果却大不相同，高下立见，优劣自分。

世界上有两种东西掺不得假。一种是入口的东西，一种是内心的东西。白酒作为食品，给人带来更多感官的体验，入口、入喉、回味，每一个环节都会有不同的味觉体验。可能单喝一种酒无法明显辨别出好坏，但几种酒摆在一起让你品，不会喝酒的都能尝出孰优孰劣，至少味道冲不冲，上不上头都能感觉到。

搞品酒大赛不是为了比赛而比赛，更多的要发现问题解决问题。现如今，家庭消费已经成为白酒消费的主流。为此，普通消费者对产品的口感喜好就显得尤为重要。侧重香气还是侧重味道？闭门造车是不行的，要靠数据支持。来自全省14地市的上万份品酒答卷足以成为参考数据。大到地区、小到职业、年龄，不同区域、阶层人群的品酒喜好跃然纸上。

齐鲁晚报作为山东发行量最大、社会影响面最广的都市类报纸，有能力也有义务为消费者和企业之间建立心与心交流的平台。让百姓内心的呼声传播出去，成为评价产品质量的公平秤。

(王丛)

策划: 辛升
编辑: 李克新 王丛
陈卓然 孟萌 徐萍 刘秀
设计: 张镇琦