

洋河、双沟为何连获全国殊荣?

日前,在2012年中国食品工业协会白酒国家评委年会上,洋河的梦之蓝荣获了“中国白酒酒体设计殊荣”、双沟的绵柔苏酒荣获了“中国白酒国家评委感官质量殊荣”。这标志着江苏仅有的两大中国名酒——洋河与双沟,在质量管理与品质创新领域处于同行业领先地位,以优异的成绩为江苏白酒赢得了荣誉,也为中国白酒集体向顶尖品质攀登的道路上开创了新的标杆。

名酒血统, 按压群芳

历史成就经典,经典铸就品质。洋河酿酒起源于两汉,兴于唐宋,至清时期,已有“福泉酒海清香美,味占江淮第一家”的美誉。而与洋河一衣带水的双沟,因下草湾群藻化石的发现,被海内外专家学者誉为中国酒的起源地。

如果只把时间往前推一百年左右,梦之蓝和绵柔苏酒分别代表的洋河、双沟两大老牌名酒,就已经凭借精湛的技艺、优秀的品质在国际上获得了辉煌的荣誉。早在1910年清末南洋工业会上,双沟大曲就被评为国际名酒;在1915年巴拿马国际博览会上,洋河技压群芳获得国际殊荣。

1979年,在中国名酒评选中,洋河从全国数以万计的酒庄送来精美的美酒样品中脱颖而出,荣膺“中国名酒”称号。在以后的历届中国名酒评选中,洋河凭借优异品质实现三连冠;被中国轻工总会指定为浓香型白酒的标杆。正在执行的“国家浓香型白酒标准”就是由洋河和五粮液两家企业共同起草制订。双沟也连续四次获得“中国名酒”称号。洋河与双沟成为江苏仅有的两大中国名酒,一直作为中国名酒的杰出代表、位列前茅。

多少年来,洋河、双沟传承荣耀,将顶尖品质浓缩于点点滴滴,杯杯盏盏,每一滴都是荣耀的结晶!2012年梦之蓝、绵柔苏酒又一次技压群芳,将“中国白酒酒体设计殊荣”和“中国白酒国家评委感官质量殊荣”揽入囊中,这是洋河、双沟所传承的名酒血统的再次闪光!

“苹果式”品质理念

你不能不承认,随着时代的变迁,中国消费者的白酒消费理念已经发生了根本性的转变。FLAMMINGO集团CEO柯丝蒂·福勒说,中国消费者在许多方面开始领全球风气之先,在消费文化上他们呈现出了一些独特特征,中国消费者已经变得需要见到、摸到,更注重直接体验了,就像苹果公司的产品能在中国大获成功。洋河与双沟能够脱颖而出,同样也是如此。

早在1998年,洋河股份董事长兼总裁张雨柏就旗帜鲜明地提出:“酒最主要的还是味,

酒不是香水,酒是要喝的,要喝就要在味觉上下工夫”。从此,洋河将贴近中国消费者、创新品质体验作为核心发展战略。除了张雨柏,或许谁也没预计到,洋河后来开创的“绵柔型白酒”,引领中国白酒的品质达到了一个全新高度,给消费者创造一种全新的消费体验。

其实在很长一段时间里,白酒在品质创新的确跟不上时代变化,即便是一些名酒也莫不如此。为了更深入了解消费人群生活方式和品质需求,洋河前后花费了三年的时间,历经近10000名消费者调研与品尝,来完成产品定义和研究,最终定型成能为消费者创造高品质体验的“绵柔型白酒”。

从这个角度讲,洋河堪称是“中国白酒界的苹果”,成为一家创造全新消费者体验的名酒企业。洋河在品质上的重大创新,推动着中国白酒品质发生了翻天覆地的革新。

殊荣定义白酒品质未来

“绵柔型白酒”完美登场,使得洋河在众多竞争对手中脱颖而出,成为中国高品质白酒的引领者。

回望白酒发展史,绵柔风格出现有其必然性,洋河担此重任亦非偶然。在白酒行业里,洋河拥有强大的科研团队,拥有国家白酒专家组成员2名,国家评委委员16名,江苏省评委委员21名。深厚的底蕴,强大的科研实力,把各种先进技术集成到一起的能力,洋河给消费者提供超乎他们想象的消费体验。

对于绵柔型白酒,中国白酒权威专家沈怡方在不同场合多次评价说:绵柔型其实是站在消费者饮酒立场上对白酒口感特征的一个描述,香是通过嗅觉系统来完成的,所谓好酒不怕巷子深,其本质就是对酒香的描述;而“味”则不同,“味”需要喝到嘴里才能品鉴出来;“绵柔”就说明这个酒的味道比较绵甜、舒缓、淡雅、协调——这符合现代人们清淡型的消费观念。

同时,很多白酒专家认为,世界其他烈性酒也只有消费者喝下去,通过味觉的感受,才能对白酒的品质有所品鉴。而洋河开创的“绵柔型白酒”,可以使消费者像专家一样品味白酒的品质,符合国际上对烈性酒的品鉴标准。

如今,斩获殊荣的梦之蓝,是洋河绵柔品质的杰作;而绵柔苏酒,则是洋河、双沟在“拜堂成亲”后集大成的绵柔代表作。2012年中国食品工业协会白酒国家评委年会上,双沟大曲、绵柔苏酒的品质在高端白酒市场上的王者地位。

料酒和黄酒是一样的吗



上海的马大嫂们烧菜习惯用黄酒,直接把黄酒叫做料酒。料酒和黄酒是一样的吗?它们之间有什么区别?黄酒是饮用酒,料酒是烧

菜用的,最大的区别是料酒里面加了盐和葱、姜、茴香、大料等天然香料经过调味的。料酒中的酒精可以溶解菜肴中的腥膻物质,起到去腥除膻的作用,香辛料可以增加菜的香味和鲜味,让味道更好地渗透到菜里面去。黄酒是用来喝的,用黄酒做菜确实也能去除腥膻味,但味道却不如用料酒来得鲜香入味。

买料酒特别要注意品质。一些厂家为降低成本,拿当年出的黄酒当陈年的来

卖,或者干脆用酒精、水和焦糖色勾兑。有些低档料酒酒精度为零,就是在卖水,也没有香味,所以消费者感觉料酒用起来就跟水一样,做出来的菜就不好吃。湖州老恒和的料酒100%用的是原浆五年陈的黄酒,酒性醇厚,香气浓郁,用量省,烧菜时需适量,加入过多反而会破坏菜肴的味道,所以买好料酒成本不一定贵。

消费者需要注意的是,因为料酒里面已经加了盐,所以平时黄酒用惯了,“煮妇”做菜的时候盐可以适量少放一点。

“喝红葡萄酒就像吃人参”?



咕咕博士,你好!一直听说红葡萄酒功效超级强大,甚至可以和人参媲美,且各种人群都适宜,它真有传说中那么好喝吗?

亮亮

咕咕博士:我们知道人参具有大补正元之气,以壮生命之本,进而有止渴、安神等作用。其实,与人参相比较,葡萄酒确实也有着相同的神奇功效。红葡萄酒是经过酿酒师精心酿造而成,其发酵过程会产生一种物质叫抗氧自由基。由于抗氧自由基在体内能够防止脂肪的氧化。所以,多喝红葡萄酒能够延缓衰老。

在法国最大的葡萄酒产地波尔多鲁萨克的圣爱美伦村,这里的老人经常像年轻人一

样骑着自行车自如地穿梭在市场,而这些老人的年龄大部分在70~90岁之间,他们看上去都红光满面。对于这里的村民们来说,每餐必不可少的就是红葡萄酒,他们一直都相信是红葡萄酒让他们身心得以健康。

原来,我们人体就像放置在空气中的金属,在大自然中会逐渐“氧化”。人体氧化的罪魁祸首不是氧气,而是氧自由基。这种不成对的电子很容易引起化学反应,损害DNA(脱氧核糖核酸)、蛋白质和脂质等重要生物分子,进而影响细胞膜的运转过程,使各组织、器官的功能受损,加速机体老化。

而红葡萄酒中含有较多的抗氧化剂,如酚化物、黄酮类物质、维生素C、维生素E、微量元素硒、锌、锰等能消除或对抗氧自由基,所以具有抗老防病的作用。此外,波尔多地区的村民们一直认为,在冬天饮用红葡萄酒就像吃人参一样,不仅可以促进全身血液循环,还为身体带来生气和活力。

金色年华 金色荣耀



赛场上创造奇迹。

四年,是一个简单的数字却代表一段难忘的记忆。在这四年,相信每一位运动员都在忙碌准备。无论是持之以恒地训练抑或意志坚强地克服伤病,其间不知洒下了多少汗水与泪水,点点滴滴汇聚成一段“金色年华”,只为等到这一天的到来,绽放自信,突破自我,最终赢得那沉甸甸的金色荣耀。

作为一名普通观众,在人生的跑道上,同样有加速有刹车,有悲伤有喜悦,有成功也有失败,潮起潮落自然循环,我们何尝不曾拥有过这样一段“金色年华”,我们何尝不想实现心中的金色梦想。

开启“金色年华”,飘来一阵浓郁醇香,看那琥珀酒体在晶莹的玻璃杯中荡漾萦绕,仿佛唤醒了心中酝酿已久的金色梦想,浅酌轻抿,感受口中醇美酒体的余韵悠长,而后思绪飞扬,心驰神往。精选上等材料,先进酿酒工艺,精良品质保证,助力每一位想要实现金色梦想的有志之士,让每个人都享有金色年华般的精彩人生。

品金色年华,赢金色荣耀!

五豆羹 五色均衡营养 让您气色更亮 八种必需氨基酸 一个都不能少

度夏养生,均衡营养是关键!

炎炎夏日,人体新陈代谢加快,导致机体营养流失增加,从而引起免疫力下降、食欲不振、气色差、困倦乏力等夏季病。因而补充夏日营养,均衡是关键!

五豆羹,五色均衡营养,让您气色更亮!

《黄帝内经》认为:五脏如同人体的发动机,要想身体好就要吃能营养五脏的五色食物;《本草纲目》记载:豆有五色,各养五脏;绿豆益肝、红豆养心、黄豆健脾、白芸豆润肺、黑豆补肾。

五豆羹,遵循扁鹊养生古方,独创“五色均衡营养”专利配方,为人体五脏提供全面均衡的滋养。早晚来一杯,让您精力足,气色亮!

五豆羹,坚持良心品质,采用先进工艺,完整保留豆类营养,去除微生物和皂毒素隐患,无添加,口感香浓爽滑,好喝不上火!

五豆羹,八种必需氨基酸,一个都不能少!

人体缺乏任何一种必需氨基酸(赖氨酸、亮氨酸、异亮氨酸、苏氨酸、蛋氨酸、缬氨酸、色氨酸、苯丙氨酸)都会导致生理功能异常,抗体代谢障碍,引起胰岛素减少,血糖升高,导致各类疾病。北京市营养源研究所权威检测,五豆羹富含八种人体必需氨基酸。

五豆羹,富含蛋白质、膳食纤维、维生素、钙铁锌等微量元素,另有大豆异黄酮、卵磷脂等多种有益物质,提供均衡营养,远离夏季亚健康,并已成为中老年人和都市白领所喜爱的健康食品。

“不添加糖”型五豆羹,新鲜上市,数量有限,仅供电话订购。

五豆羹,五色均衡营养,让您气色更亮! 加冰饮用更爽滑,健康又营养!



五豆羹营养热线:021-61438650 团购热卖:百度搜索“五豆羹团购” 易买得、乐天玛特、华联吉买盛冲调食品区正在热销 贴心服务:送货上门,货到付款(1箱免运费),电话抢购前50名,更多优惠送给您!

近来一个火爆的广告片,让观众对葛优有了新的认识:葛大爷原来也是一个讲究人!光头而儒雅的葛优,徘徊在一个西式豪宅里,以他独有的腔调,标志性的笑容,冲着桌子上的一瓶酒,无限向往地捋捋嘴说,“白兰地酒,讲究!小杯喝,更讲究!”

尽管这只是一个代言白酒的广告,但是业内人士认为,葛优选择产品代言一向很讲究,如今他以新姿态,去倡导一种讲究的小杯饮酒文化,无疑会起到明星代言的良好示范作用,从而爆发巨大的新饮酒文化能量。

精挑细选,葛大爷代言的讲究艺术

男明星+名酒的营销模式是中国白酒营销的一大潮流,作为中国影视一哥的葛优自然受到众多广告厂商的疯抢。多年来,葛优对代言品牌的选择一直很苛刻。很多厂家都感叹,找葛优太难!而这次选择茅台白金酱酒的一大因素,是因茅台品牌承载了中国白酒的最高荣耀,这对于任何的代言明星来说都是巨大的吸引;而生于贵州茅台镇的茅台白金酱酒,传承的是纯粹的茅台品质,其从内到外的“讲究”是真正打动葛优的地方。

小杯饮酒,葛优的“讲究哲学”

酒是男性主义和完美主义的结合体,每一款白酒都承载了浓郁的文化基因和精神主张,茅台白金酱酒倡导的“小杯饮酒”为现代人带来全新的饮酒哲学。这是葛优选择代言白金酱酒的根本原因。

饮酒作为中国一种传统文化,自形成起深受儒家文化影响,崇尚节制、文雅之美,如最早在《尚书》和《诗经》,倡导饮酒者要有德行,“颠覆厥德,荒湛于酒”,《尚书·酒诰》中集中体现了儒家的酒德,这就是:“饮惟祀”(只有在祭祀时才能饮酒);“无彝酒”(不要经常饮酒,平常少饮酒);“禁沉湎”(禁止饮酒过度)。茅台白金酱酒所倡导的“小杯文化”恰恰是传承千年饮酒文化,并与现代理念相结合的饮酒哲学。

作为演艺人士,应酬难免,葛优坦言自己之前也不太注重酒器的选择,偶尔饮酒过量。但自从代言茅台白金酱酒后,不但自己尝试小杯饮酒,更奉劝朋友们饮酒要讲究。如今葛大爷在酒桌上常说:来,讲究一个!

葛大爷今年喝酒有新「讲究」