

2017 北京房山国际葡萄酒大赛隆重开幕

本次大赛，有来自法国、意大利、澳大利亚、新西兰、美国等多个国家的200余个酒商参赛，汇集1100款葡萄酒，无论体量还是规模，在国内都属于首屈一指。

■ 津热

9月2日，以“用一道耳熟能详的中国菜，记住一款好喝的葡萄酒”为主题的2017北京·房山国际葡萄酒大赛在张坊生态运动休闲小镇拉开序幕。本次大赛，有来自法国、意大利、澳大利亚、新西兰、美国等多个国家的200余个酒商参赛，汇集1100款葡萄酒，无论体量还是规模，在国内都属于首屈一指。

北京市房山区人民政府副区长于吉顺表示，发展小镇，必须注重生态系统的完整性、本土性和生物的多样性，这包括自然生态，也包括人文生态。本次大赛，就是将自然生态与人文生态有机结合。

据了解，房山发展酒庄葡萄酒产业具有得天独厚的地理资源优势，与法国波尔多具有相同纬度，年平均气温12.3℃，年平均无霜期183天。同时，房山区有北京最大的山前暖区资源，昼夜温差大，升温快，阳光照射充足，土壤有机质、矿物质含量丰富，透气性良好，利于酿酒葡萄品质的提高，是适宜种植酿酒葡萄的理想区域。

近年来，房山产区葡萄酒在国内外大赛中获奖65项，展现出了房山葡萄酒的国际竞争力。

吴伟鸿：
发展张坊高端葡萄酒文化产业集群

开幕式上，本次大赛主办方星华智本投资有限公司CEO吴伟鸿首先致开幕词。他指出，2017北京房山国际葡萄酒大赛的举办，着眼于推广与发展张坊的高端葡萄酒文化产业集群，进一步完善和充实张坊运动休闲小镇的战略定位，并有效提升房山酒庄葡萄酒品牌、品类的知名度，扩大酒庄葡萄酒消费圈层，为正在到来的中国酒庄酒市场全面消费升级做好积极准备。

“如果鲜血是上帝赐予人类生命的源泉，那么葡萄酒就是上帝赐予人类的另一眼甘泉。”吴伟鸿说，“我们把葡萄酒和大赛视为一个沟通的桥梁和载体，首次将中国饮食文化与国际葡萄酒文化相融合，除了希望通过赛事，让更多的中国人了解葡萄酒所代表的时尚、健康文化，也希望让更多的国际友人了解中国文化。”

据了解，按照“原产地、标准化、酒庄酒”的准入条件，房山酒庄必须同时具备葡萄种植园、葡萄酒酿造及灌装车间、酒窖等设备与场地条件，且用于酿造的葡萄原料须100%源于自有葡萄园。2010年至今，房山产区已有酒庄22家，其中18家酒庄进入葡萄酒生产阶段，每个酒庄单体占地面积300~1000亩，年



产葡萄酒5~15万瓶。

于吉顺：
自然生态与人文生态有机结合

北京市房山区人民政府副区长于吉顺表示，发展小镇，必须注重生态系统的完整性、本土性和生物的多样性，这包括自然生态，也包括人文生态。本次大赛，就是将自然生态与人文生态有机结合。

据了解，房山发展酒庄葡萄酒产业具有得天独厚的地理资源优势，与法国波尔多具有相同纬度，年平均气温12.3℃，年平均无霜期183天。同时，房山区有北京最大的山前暖区资源，昼夜温差大，升温快，阳光照射充足，土壤有机质、矿物质含量丰富，透气性良好，利于酿酒葡萄品质的提高，是适宜种植酿酒葡萄的理想区域。

近年来，房山产区葡萄酒在国内外大赛中获奖65项，展现出了房山葡萄酒的国际竞争力。

樊宗军：
葡萄酒+越野跑的完美结合

张坊镇位于房山区西南，地处中国房山世界地质公园核心区，10渡景区一至四渡隶属张坊镇，全镇面积119.3平方公里，森林覆盖率达到42.9%，林木绿化率接近63.3%。

借助张坊地处北纬40°酒用葡萄种植黄金线的优势，张坊镇规划建设了16300亩的葡萄酒文化旅游区项目，引进龙熙堡、丹世红、拓普威、年度等多家知名酒庄，建设优质酿酒葡萄种植基地、葡萄酒文化鉴赏区、商务贸易展售区等，形成高端葡萄酒文化产业集群。

北京市房山区张坊镇党委书记樊宗军重点讲述了在张坊红酒大道上举办葡萄酒越野跑的意义。他指出，今年8月张坊入围国家体育总局96个体育小镇试点名单。葡萄酒作为高端文化消费品，与越野跑这一体育活动加以结合，更是将项目创新逻辑与政府政策风口做了完美链接与整合。

记者了解到，葡萄酒越野跑总共设有5个补给站，均由葡萄酒酒庄设立，并在每一个补给站提供自身品牌的红酒，供参赛者饮用与活动需要。通过活动策划，葡萄酒与越野跑有机地结合了起来，这就使得参赛者投身其中，得意切实地感受葡萄酒越野跑这一新品类的魅力。

闵鹿蓓：
越野跑让广大群众投身到活动中来



在全民健身的影响下，作为群众基础雄厚的跑步产业更是持续火爆。在刚刚过去的2016年里，各种级别的马拉松、越野跑赛事依然呈井喷态势。

北京市体育总会副秘书长闵鹿蓓介绍说，越野跑是一种在野外自然环境中进行的跑步与徒步的运动。张坊葡萄酒越野跑的形式让广大群众投身到活动中来，又将葡萄酒添加到其中，很好地营造了葡萄酒与普通群众的接触点，提升了消费感知。

据悉，本次大赛分为张坊会场和青龙湖会场，张坊会场的活动是9月2日~3日举办，青龙湖会场则在9月13日~17日举行。张坊会场的主要活动包括葡萄酒越野跑、葡萄酒音乐会、厨王争霸、葡萄酒展会、露营及全地形车驾控体验。

新闻大咖、外国友人、美女网红……各路人士齐聚张坊会场，在红酒大道开展了一场别开生面又趣味横生的葡萄酒越野跑。

随着裁判闵鹿蓓的一声令下，参赛者奋力地向终点跑去。在沿途1公里的玻璃观景平台前，大赛设置的补给站可谓门庭若市，盛着各式红酒的酒杯在参赛者的觥筹交错和欢声笑语中，为本次大赛添上了清脆悦耳的敲击之声。

在葡萄酒和酒的补给下，参赛者动力满满地向终点跑去，在年度酒庄及前后的诸多补给站，需要补水补能量的选手都能各取所需，抵达4公里折返点，大家都兴致昂扬地合影留念并开启返程的征途。

相关链接 |

品甘美“庄园酒”到房山国际葡萄酒大赛

继2016北京·房山国际葡萄酒大赛成功举办后，9月13~17日，2017北京·房山国际葡萄酒大赛将再次在风景秀丽的房山青龙湖畔激情“上演”，本届大赛主题为“舌尖上的美酒”，美酒美食嘉年华让参与者享受中餐与葡萄酒的搭配，高峰论坛、厨王争霸等一连串特色主题活动让美酒大师和美食大师汇聚一堂。

近日，由房山市委宣传部组织的媒体“房山红酒庄园行”调研参观活动在房山举办，媒体记者通过实地走访房山本地酒庄，深入了解了房山在推动红酒本地特色化上的工作以及具有本地特色酒庄的生产生活活动。

目前，房山区在建酒庄24家，主要种植赤霞珠、品丽珠、霞多丽等20多种酿酒葡萄，种植面积2万多亩。现已有18家酒庄进入葡萄酒生产阶段。每个酒庄单体占地面积300~1000亩，年产葡萄酒5~15万瓶，形成了“小、精、新”的产区特色。同时酒庄葡萄酒产业通过对一、二、三产的高效融合，极大地促进了区域经济增长和文化、旅游及休闲产业的发展。自2015年开始，房山区内的酒庄在国内外各类葡萄酒赛事上，获得各种奖项65个。房山区还围绕酒庄兴建包括酿酒葡萄繁育基地、中葡汇酒业文化产业园和房山区酒庄葡萄酒协会在内的多家葡萄酒类专业机构，打造出以青龙湖核心区为主体的国际红酒城雏形。对房山而言，小小的葡萄酒托起了本土居民发展的大梦想，更见证着本土高端葡萄酒文化的孕育和繁荣。



短短2个小时的赛事很快便在沿途红酒酒庄和葡萄园美景的映衬下结束了，大家进入了酒展会场，来自北京和世界各地的红酒商早已等候多时，一时间十多个集装展箱门庭若市，品尝红酒的人流络绎不绝。

紧接着，在餐饮区短暂地午餐和休憩过后，引人注目的葡萄酒音乐会就此上演。本次音乐会分为四个部分也即四支乐队，分别是国际范儿十足的俄罗斯白猫乐队、来自北大的爵士风格的背景音乐组合、来自清华的流行曲风的就果酱乐队，以及水木年华同门师弟——红乐队。四支乐队各有各的特色，引来了百十位参展者的围观。白猫乐队作为音乐会的开场乐队，先是用极其标准的发音演唱了《月亮代表我的心》引起场内观众的一阵欢呼呐喊，之后又直接走下舞台跟观众亲密互动，大场面十足！背景音乐组合的爵士乐曲听得人如痴如醉，仿佛手握酒杯，一饮这红酒的甘甜；就果酱乐队将现场气氛拉回燥热，几首流行歌曲令远在酒展区的人们都侧目观望；最后，压轴登场的红乐队，先是送给现场今年还未发行的专辑新曲《远航》、《懂得》，又带着全场观众热情演绎了水木年华经典曲目《在他乡》，嗨翻全场。

在音乐会场旁的全地形车场地上，络绎不绝的家长领着孩子来到了接待中心，在工作人员细心地培训和保护服装、头盔的穿戴后，几辆美国原装进口的全地形车在小驾驶员的操作中在场中飞驰，孩子们体验着极速越野的乐趣，也使来到本次活动的家长们感受到了亲情与激情的碰撞！

封坛酒文化源远流长 九遍封坛开启商业契机



■ 大河

中华民族酒文化当中，最古老、最地道的传统习俗，莫过于超过1700多年历史的“封坛”。女儿出生时，父亲用心封藏一坛美酒。待女儿出嫁之日，再亲自拿出那埋藏了十几年的好酒，请宾客品尝。这一独特风俗，使“女儿红”成了我国酒文化的美妙印记。如果生的是男婴，便盼望孩子有朝一日高中状元，即开封老酒招呼亲朋，“状元红”由此而来。

其实，这一朝封存的不单单是酒，还有四时的冷暖，和那些难忘的回忆。封坛，既是一个完美的句号，更是一个崭新希望的开端。封坛酒，经历了漫长的历史演化过程，岁月的沉淀让酒蜕变成一种品味、一种文化。随着时代的变迁，酒文化也在不断变化，“女儿红”、“状元红”逐渐演变成现在的封坛酒。

纵观中华灿烂文明，酒文化始终占据极其重要的位置。但是，珍贵的封坛酒文化却因种种原因，并没有获得足够的重视与敬仰。目前，现代人大都对传统酒文化缺乏科学认识，容易被不法商人遮蔽双眼，“媒体曝光年份酒乱象：有多少假年份可以胡来”、“虚假年份酒为香精香料勾兑而成”等报道，更是让人对假酒、劣质酒闻风丧胆。封坛酒文化，如何才能更好地与消费者沟通？答案，或许就在于9月9日茅台镇举行的“珍藏岁月，感动未来——2017九遍名人封坛庆典”之中。

新时代如何传承封坛酒文化？多位白酒专家都表示，未来依托品牌化建设展开的差异化竞争将成为酒企竞争的一个重要方向。一般封坛酒的属性，都包括情感珍藏、礼品馈赠，如结婚纪念、金榜题名、同学会、谢师恩、祝寿……同质化严重，缺乏焦点。而九遍酒又如何化解读新时代下的封坛酒文化？如何在古老的封坛酒文化之中挖掘差异化？如何构建良好的封坛酒消费体验？以上无不引起消费者与业界的浓厚兴趣。

(1)现代封坛酒的模式创新
九遍·名人珍藏坛装酒是贵州李兴发酒业创新营销方式、面向高端人群限量推出的私家珍藏产品，臻选真实年份的老酒，精制陶坛封存，充分体现私家珍藏，彰显身份地位的排他性产品。不仅创新打造的全新业态的商业模式，而且企业重金投保并双重保真的诚心奉献。

(2)酱香酒中的头等舱——幽雅酱香
九遍·名人珍藏坛装酒，是白酒产业首个限量正宗“幽雅酱香型”珍藏坛装酒。其凝聚酱香之父李兴发毕生珍藏的稀缺老酒，并在当代酿酒大师、李兴发酒业酿造总工程师曹大明，以及李兴发的女儿、李兴发酒业勾调总工程师李明英的共同努力下，倾心缔造而成幽雅酱香型白酒——九遍酒。在消费升级愈演愈烈的市场环境里，九遍以幽雅酱香这一独特的细分品类，对聚焦追求品味的消费群体，强调高品质产品只属于少数人尊享。

(3)坐拥中国酱香之源——茅台镇
酱香酒的稀缺属性主要体现在产地上，茅台镇的气候独特，酿酒产地极有限。九遍位于茅台镇27.5平方公里中国酱香白酒核心产区。以独特的水源、土壤、空气、气候与酿酒微生物生态环境，书写幽雅酱香白酒的传奇，打造中国幽雅酱香白酒的优秀品质。随着企业的不断发展，九遍产品升值潜力巨大。

(4)遵循茅台镇古法酱艺
由于酱酒特殊的酿造工艺，基酒必须要经过五年以上才能出厂销售，经常供不应求。经历了繁复工艺而成就的九遍·名人珍藏坛装酒，同样的稀缺资源及不可复制性，让九遍成为值得长远投资的酱香潜力股。

(5)打造高端圈层文化
定制酒为满足特定客户而制，对酿酒资源和酿酒工艺有极为严格的要求，涵盖了考究的酿酒工艺和高品质服务；同时，由于定制客户的个性化介入，使每一瓶定制酒都是独一无二、无法复制的珍品。

九遍·名人珍藏坛装酒显然不是大众化的消费品，通过打造九遍名人俱乐部，沟通各界精英，强调社交属性，形成一种高端圈层文化。消费者和消费行为都相对更为私密，这也是定制专属酒“神秘”和“传奇”的魅力所在。九遍·名人珍藏坛装酒会员俱乐部，为客户提供托管珍藏、提酒享用等服务，精心打造一个贴心服务客户，让客户省心、放心的尊享服务平台。

拥有九遍·名人珍藏坛装酒，不仅是品位爱好的标榜，更是身份地位的象征。九遍·名人珍藏将封坛者提供专属设计方案，更好地体现封坛者无法复制的尊贵身份、个人品味的外延与价值彰显。封坛者还可选择自行珍藏，也可选择托管珍藏。

(6)从保值到增值
九遍·名人珍藏坛装酒真正强大之处，还在于除了拥有三大金融：期酒投资、托管产品融资、酒交所交易，还包含产品回购等增值服务。九遍致力于打造现代健康白酒，创新现代饮酒文化，并逐步建立以九遍名人珍藏酒博物馆、九遍名人酒窖为平台的资源型营销服务体系。

早在“2017九遍名人封坛庆典”举办之前，李兴发酒业已向全国各地众多社会精英广发英雄帖，其中不乏多位领袖级行业人物。有消息透露，活动现场有多位酒业大咖、艺术家亲临指导。

2017 乌海“丝绸之路”世界沙漠葡萄酒文化节举行

■ 吴铭

为增强乌海世界沙漠葡萄酒产区影响力，推动沙漠葡萄酒产业发展，进一步深化国际国内葡萄酒文化交流合作，2017中国·乌海“丝绸之路”世界沙漠葡萄酒文化节集中活动于9月8日至10日在内蒙古自治区乌海市举办。

2017中国·乌海“丝绸之路”世界沙漠葡萄酒文化节由内蒙古自治区贸促会、乌海市人民政府主办。文化节期间，举办2017中国·乌海“丝绸之路”世界沙漠葡萄酒文化节—开幕式、2017中国·乌海“丝绸之路”世界

沙漠葡萄酒文化节—巡游嘉年华、乌海世界沙漠葡萄酒展、“以书会友，乌海醉多彩”酒标设计展、国际葡萄酒与葡萄酒大师肖像艺术展、世界沙漠葡萄酒论坛等系列主题活动。

目前，乌海作为世界沙漠葡萄酒展示和交易平台的意义正日益凸显。中国乌海2016“丝绸之路”世界沙漠葡萄酒文化节举办之后，乌海以此次文化节为契机，打通第一、二、三产业融合发展的路径，并提出世界沙漠葡萄酒概念；确立了乌海世界沙漠葡萄酒产区品牌的地位，同时成立世界沙漠葡萄酒联盟，带动本地企业实现合作与

创新发展。

比利时布鲁塞尔国际酒类大奖赛主席卜度安·哈弗表示，人们不应在肥沃的平原开垦葡萄园，因为它将损害养活世界人口所必需的农业生产，而大量灌溉葡萄园占用了大量本可用作它用的水。目前，在内蒙古乌海，中国人种植了数千公顷的葡萄园，阻止大漠戈壁的荒漠化。此外，葡萄园也在极端条件下发挥其全部潜力提供了最浓缩的葡萄，进行最复杂多样的葡萄酒生产。

据悉，乌海2017世界沙漠葡萄酒文化节旨在实现五大目标：一是推动一、二、三产业

融合发展的路径，巩固世界沙漠葡萄酒概念；二是继续巩固乌海世界沙漠葡萄酒产区定位，扩大中国沙漠葡萄酒联盟成员单位；三是打造小型、多样的世界沙漠葡萄酒庄文化；四是吸引社会资本，推进乌海世界沙漠葡萄酒庄文化与旅游融合发展；五是建立世界沙漠葡萄酒交易平台。

2017中国·乌海“丝绸之路”世界沙漠葡萄酒文化节将为建立严格的沙漠葡萄酒标准，避免滥用沙漠葡萄酒概念打下基础；对推动中国沙漠葡萄酒产区在国际范围内的认知度与影响力，建立世界沙漠葡萄酒阵营有积极的推动作用。

杜康获中国特色旅游商品大赛金奖

■ 燕韬

近日，首届中国特色旅游商品大赛在内蒙古(包头)隆重举行，由中国旅游协会组织专家，对全国31个省、市、自治区选送的特色旅游商品进行评选，约1400家企业、1.5万件旅游商品参加评审。大赛现场，全国各地精挑细选出的各色旅游商品荟萃一堂，进行了激烈角逐，河南以杜康酒为代表的参赛商品十分引人注目。

大赛传来喜讯：河南省经过层层筛选送的所有参赛作品中，共有10件作品获奖(四金五银一铜)，其中洛阳市获奖作品5件(一金三银一铜)，而洛阳杜康酒凭借超高的品牌知名度、卓越的品质以及在消费者心目中的好评揽获金奖，是河南特色旅游商品中获得大奖的酒类品牌。为洛阳、为河南旅游商品业发展增光添彩，为豫酒赢得荣耀，可喜可贺。

杜康是华夏酿酒始祖，5000年前在中原大地上以秫酒之法酿成杜康酒，开创了光辉灿烂的中国酒文化之源。魏武帝曹操“何以解忧，唯有杜康”的千古感慨让他为海内外华人所熟知。杜康酒不仅历史最为悠久、文化也最为厚重，也是最能代表豫酒的河南名片。

作为将毕生心血都放在豫酒复兴事业上的河南省酒业协会会长熊玉亮在多个重要场合均表示，杜康是华夏酒文化发源地，是最有希望走向全国的豫酒品牌，担当着复兴豫酒、



振兴豫酒的重任，希望杜康抓住机遇、创新发展，打好文化、品质两张牌，早日实现“杜康复兴、豫满中国”！

名扬海内外的洛阳杜康酒此次大赛作为河南参赛代表作品之一，在“2017中国特色旅游商品大赛”现场广受好评，获得了社会各界的广泛赞誉，揽获金奖实至名归，是对杜康酒至高品质与品牌魅力的最好诠释。

