



## 中国葡萄酒城通化 做大“酒文章” 力推“通化味道”

■ 柴家权

“通化的葡萄酒曾经用于国宴,接待外宾。被誉为‘红色国酒’、‘国庆酒’。”通化葡萄酒股份有限公司董事长何为民近日表示,目前声名远播通化葡萄酒也已开启了拓展市场的新思路,要让通葡同样成为老百姓餐桌的“常客”。

地处吉林省东南部的通化市生态环境优越,自然资源丰富,是中国著名的葡萄酒城,这里光照充足,矿物质丰富,可以和世界顶级的葡萄酒产地相媲美。

中国农业大学教授段长青认为,通化葡萄酒因为在长白山特殊的土壤物质结构中生长,微量元素丰富,不逊于法国波尔多的葡萄。

出色的原料加上不断创新的工艺,成为通化打开葡萄酒市场大门的钥匙。“面对灵活的市场,‘通葡’的酒一直在不断创新,从以前一枝独秀的‘红梅’系列发展到现在三十多种品牌,足以应对老百姓们不同的口味需求。”何为民说。

通化的葡萄酒不止流入了国内百姓的家中,而且也被端上了外国百姓的餐桌。早在1954年,通化葡萄酒就已经出口德国、法国等三十多个国家和地区。

通化市委宣传部部长经希军表示,未来还将继续推动对国外市场的拓展,把通化葡萄酒的品牌彻底打出去。“通葡股份上半年收入4.73亿元人民币,年底可过8亿,而通化作为全国第一个拥有两家葡萄酒上市公司的葡萄酒产区,预计在2020年达到100亿的销售额。”

谈起通化葡萄酒,葫芦岛正生食品有限公司董事长张效忠很有感触。他做了多年的葡萄酒销售的生意,从一个十几平米的小卖店到近千平米的专卖店,全要归功于通化葡萄酒。

“通化葡萄酒在同类酒业中卖的是最好的,近几年不断的开发新口味,让老百姓更加的认可。”张效忠说。

作为通化葡萄酒代表的通葡股份有限公司,还在它的80周年之际与京东签署了战略合作协议。何为民表示,要发挥互联网优势,彻底把通化葡萄酒融入到老百姓的日常生活中。

“葡萄酒已经不单是一款产品,还是通化的符号,通化的象征,我们接下来将要打造葡萄酒文化产业、旅游业等,让世界更加了解通化。”经希军说。

## 红曲酒 亮相厦洽会

■ 杜连财 谢娜娜

9月18日,第六届中国厦门国际葡萄酒及烈酒展览会在厦门会展中心举办,展会同时举行以福建为代表的红曲酒的中国(福建)红曲酒节暨福建优质酒展,旨在弘扬红曲酒悠久的历史、酿造工艺和养生价值,展示福建红曲酒企业整体形象。

本届展会展出面积10000平方米,设置葡萄酒、烈酒、红曲酒专区,展品涵盖进口葡萄酒、烈酒、啤酒以及国产红曲酒、白酒、黄酒、果酒等。有来自法国、美国、澳大利亚、西班牙、意大利、罗马尼亚等国以及福建、广东、北京、上海、香港、台湾等地的200多家酒类生产商和代理商,携最具特色和竞争力的展品参展。据统计,本届展会海外展商占比在25%以上,展出进口葡萄酒品牌达上千款。主办方表示,本届展会继续突出展览专业性,关注企业的参展效果和反馈。既有来自法国、意大利、阿根廷等“传统世界”的葡萄酒,也有来自美国、大洋洲、南非等“新世界”的葡萄酒。同时,本届展会还迎来一批首次参展的品牌企业。

值得一提的是,厦门酒展期间,首届中国(福建)红曲酒节暨福建优质酒展同期举行。开展当日,记者在现场看到该展览极具本土特色,展示面积达1000平方米,集中展示福建的特色酒与优质酒,有近30家福建知名酒企集结,与国际知名葡萄酒品牌现场“斗艳”。

据悉,福建红曲酒有五千多年历史,与法国葡萄酒和德国啤酒并称为世界三大古酒,享有“国酒”美称,是南方中国酿造酒的代表,以原料独特、酿造工艺复杂、种类繁多、文化内涵丰富著称酒界。红曲酒世界看中国,中国红曲酒看福建。福建的红曲黄酒也称红曲酒,历史上属于中国古时所特有的发酵米酒范畴,是中国黄酒红曲酿酒典型而独具风格的品种。福建红曲酒因特有的色香味、丰富的营养价值、特殊的保健和药用功效,备受消费者青睐,是我国黄酒产业的一朵奇葩。

# 张裕： 世界葡萄酒品牌运营商的进军之路

■ 王宇菁

葡萄酒业素有“三分工艺,七分原料”之说。分布在智利的迈坡谷产区和卡萨布兰卡谷产区的智利魔狮酒庄,于2017年5月被张裕与智利蓝姆博公司(LAMBO SpA)成立的合资公司共同收购。

迈坡谷是智利最著名的葡萄酒产区和智利最主要的葡萄酒出口产区,而卡萨布兰卡谷则被业内称为“世界杰出葡萄酒之都”。在智利魔狮酒庄生产车间,储存葡萄酒的大酒罐大都采用厚达1米的水泥墩作为支撑。魔狮酒庄总酿酒师加哈尔多解释,这完全是出于抗震的需要。2010年2月智利发生了8.8级强震,离此不远的一家公司仅瓶装酒就损失了8万瓶,而魔狮公司的酒庄却“毫发无损”,确保了生产和销售的可持续性。

### 将国际化列为核心发展战略

烟台张裕集团有限公司党委书记、烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司总经理周洪江表示,非常荣幸与智利蓝姆博公司合作,二者在葡萄酒业各有所长,“通过联手,一定能取得一加一大于二的效果!”他指出,智利葡萄酒给人的印象就是酒质好,但价格却低。海外收购企业与张裕在产品体系和全球营销网络上有较强的互补性。

近年来,张裕的国际表现颇为亮眼:自2013年以来,张裕已将国际化列为核心发展战略,完成对法国和西班牙3大酒庄的并购,在全球拥有近2.3万公顷葡萄园。如今,张裕葡萄酒已走出亚洲,进入欧洲、美洲销售市场。如张裕解百纳已进驻欧洲5000多家销售点销售,出口至全球28国,全球累计销量突破4.6亿瓶。

并购不是一方“强硬吞并”,而完全是“两情相悦”的结果。“张裕拥有悠久的历史、强大的管理和技术团队。尤其在销售方面,张裕的销售体系包括国内35家省级分公司、321家城市公司、近万名销售人员和促销员、5300个经销商和29个仓储物流中心,



如今,张裕葡萄酒已走出亚洲,进入欧洲、美洲销售市场。如张裕解百纳已进驻欧洲5000多家销售点销售,出口至全球28国,全球累计销量突破4.6亿瓶。

打造了中国最大的葡萄酒营销体系和无与伦比的渠道优势。智利完全可‘借船出海’‘借风扬帆’,借助其葡萄酒营销体系和渠道优势,扩大出口量,将智利葡萄酒摆上中国百姓餐桌。”智利魔狮公司总经理尼尔森坦言。

### 培育具有国际认可度的酿酒葡萄品种

张裕创建于1892年,是由中国近代爱国侨领张弼士先生在中国山东烟台创办,



并由此揭开了中国工业化酿造葡萄酒的序幕。125年来,张裕经历了从家族企业到国有企业,然后到上市公司,再到多元化投资企业的发展过程,并正在成为一家拥有多个国际优秀品牌的世界葡萄酒品牌运营商。

在一百多年来的精心培育下,张裕将蛇龙珠与烟台的风土充分融合,形成了独特的地域特点及口感风味,并成为迄今为止唯一被国际上认可的、由中国人培育的酿酒葡萄品种。为纪念这一中国特有的酿酒葡萄品种,2016年5月25日,“世界蛇龙珠日”在

## 酒庄引领秦皇岛葡萄酒产业走向高端

■ 张宏宇 陈引玉

“盛世美酒”,重温丝路酒香;“酒通四海”,追忆科学之光;“酒香中华”,传扬品重醴泉……9月8日,在河北省秦皇岛市昌黎金士酒庄,工作人员正在对天宫内5800平方米的葡萄酒历史和壁画进行最后的描绘。这家融合葡萄酒酿造、旅游、康养休闲于一体的酒庄,希望借助旅发大会的东风,向大家展示秦皇岛市酒庄的风采,进一步助力产业发展。

近年来,秦皇岛市瞄准葡萄酒产业发展态势和消费者新的消费需求,大力推进葡萄酒酒庄建设,以促进产业升级,目前秦皇岛市现有酒庄(企业)数量已达48家,涌现了“金士”“仁轩”“海亚湾”等一批新建酒庄,他们将与华夏庄园、茅台酒庄、朗格斯酒庄、香格里拉等重点酒庄(企业)共同引领该市葡萄酒产业

走向高端。

昌黎“碣阳酒乡”片区位于昌黎县城东部,环抱于老虎山、龟山、杏黄山、正明山之中,规划范围37.4平方公里。这里已经建成有金士、十年红、华夏、朗格斯和海亚湾等精品酒庄,还规划了近10个精品酒庄,未来这里将形成集酿造、旅游、观光、采摘、品尝为一体的绿色生态酒庄群。

在抚宁区田各庄管区后街村,总占地1900亩、投资4.8亿元的仁轩酒庄已经投产、运营,酒庄由种植园生态观光基地、酿造生产基地、高级休闲会所、滨海休度假区四部分组成,是集高档酒庄酒生产、旅游度假区、休闲观光为一体的国家4A级工农业旅游景区。

卢龙柳河山谷,被国际葡萄及葡萄酒组织主席贝纳先生称为“中国最具投资价值葡萄酒产区”,位于世界公认的酿酒葡萄黄金种

植带。这里已经建成的柳河酒庄,是集葡萄酒酿造、旅游、休闲于一体的特色酒庄,在当地产生了良好的经济效益和社会效益。将来,柳河山谷拟新建若干处风格各异的酒庄、会展中心、娱乐休闲中心、酿酒葡萄园等,打造集种植、酿造、旅游、采摘、品尝为一体的绿色生态葡萄酒酒庄园聚集地和葡萄酒文化体验地。

酒庄的迅速发展,给秦皇岛市葡萄酒产业发展注入了一股新鲜力量,在该市工厂化批量生产的基础上,填补了小众化、高端化商品市场空白;更好地将葡萄酒产业与旅游、康养等产业有机融合,形成多产业协调联动发展的局面;丰富了营销模式,定制酒、合作营销、葡萄酒+互联网等多种营销模式,让秦皇岛市的葡萄酒深入到了市场的每个角落,覆盖范围进一步扩大。

葡萄酒聚集区管委会管理服务科科长董

香港设立,中国从此拥有了一个全世界独一无二的葡萄酒品种节日。

说起波尔多,人们会想起赤霞珠和美乐;说起勃艮第,人们会想到黑皮诺和霞多丽;说起澳大利亚会想到西拉;说起智利会想到佳美娜;那么提到中国,我们能想到蛇龙珠。世界三大酒评家之一的杰西丝·罗宾逊在品酒笔记中写道:“通过DNA分析发现,蛇龙珠颇似佳美娜,这两个古老的波尔多葡萄品种,自19世纪中后期法国爆发葡萄根瘤蚜虫害以来,已经在法国绝迹,但蛇龙珠在中国的烟台表现良好,佳美娜则在智利的安第斯山脉表现良好。”

### 清晰的三大产业线概念

在中国“销量大、价格亲民、产品形象深入人心”的单品以及品牌仍是稀缺。孙健称:“张裕已将进口酒当成主要业务单元操作,做到各个品牌在同价位上跟世界品牌进行竞争,争取做到品质价位都优于对方。2016年,张裕把海外品牌全面嫁接到中国的主力渠道中来。张裕有3700个销售人员,以前销售进口产品的也就是一两百人,将来张裕将有三千人,将在各渠道销售海外并购的酒庄产品。”

孙健坦言:“我们也在国内葡萄酒市场过热时盲目推出过若干产品,多的时候达到1000多个单品,导致消费者无所适从,对品牌塑造并不有利。此后,张裕研究了国外大的同行企业走过的道路和品牌战略,觉得需要清晰地向消费者传递高、中、低这三大产业线概念。目前,张裕产高端酒价格大致在300元到2000元之间,中端产品100元左右,低端产品价格则在60元到70元之间。”

除把传统的葡萄酒产业做大做强做优外,一百多年前获得巴拿马万国博览会金奖的葡萄酒蒸馏酒——白兰地也是张裕的优势产品。此外,张裕发挥产业和文化优势,加快高端葡萄酒产业的打造和葡萄酒旅游板块的开发,以高端酒庄为载体的新项目正在张裕国际葡萄酒城加速推进。

“事实上,张裕每向国内市场引进一个品牌,都会努力将这些产品打造成为中国市场的进口白兰地单品。”周洪江满怀信心地说,“被并购企业必须满足三个条件:经营状况良好且处在上升期;拥有良好的经营团队和将企业做大做强的决心;产品品质优良,在海内外都享有较高的声誉。”



## 天津卫酒集团成立暨卫酒上市发布会在津盛大召开

■ 代曼娜



9月19日,天津卫酒集团成立暨卫酒上市发布会在天津宁河芦台春创意产业园区举行;同日,卫酒文化节盛大开幕。天津卫酒集团总经理、芦台春酿造有限公司总经理李继齐,天津卫酒集团副总经理、芦台春销售有限公司总经理孙艳艳,天津市商务协会会长马振勇,芦台春文化顾问李金良,白酒营销专家孟跃,天津百士和通有限公司总经理梁彤,金城烟酒总经理赵长山等出席了发布会。

李继齐现场介绍道,卫酒集团成立于2017年9月,旗下包括天津芦台春酿造有限公司、天津德和酒业有限公司、天津九河酒业有限公司、天津芦台春文化创意产业园有限公司。卫酒由卫酒集团打造,芦台春酿造有限公司出品,采用优选原粮,深层泉水,古法酿制,造就优质原酒,再用手工打造的紫砂封坛久贮于恒温恒湿万平米深窖数载而

得。600多年前明朝,永乐皇帝赐名“天津”并设卫建城,天津卫诞生。古镇芦台,襟河临海,地位扼要,亦有“京师左卫”之称。300多年前清康熙元年,芦台春前身“德和酒坊”在芦台创立。

今年,芦台春酿造有限公司与卫酒集团合力打造的这款紫砂封坛酒——卫酒,被赋予了丰富的文化内涵。穿越时空,这坛卫酒延续了300多年前“德和酒坊”的基因,又承袭了600多年前“天津卫”的名号,加之产地位于“京师左卫”,寓意深远。

据孙艳艳介绍,发布会前数日来,已有数十支旅游团闻讯赶到芦台春生态园,抢先体验“卫酒文化节-芦台春酒厂一日游”。游客们在酿造车间参观由绿色种植基地培育出的高粱酿造成酒的过程,现场品尝原浆酒;在仿生恒温窖藏库亲身感受恒温恒湿储存环境并参观这里的窖藏储存空间和VIP客户定制酒区;在有着“中华第一窖”之称并

已申请世界基尼斯之最的白酒窖藏陈酿库,亲临全世界最大万平米地下酒窖,感受心灵的震撼;在白酒实验室,一览白酒加工灌装厂区全貌,见证真正安心、放心、良心酒;还可以到生态园白酒体验区体验一把自己动手酿制白酒的乐趣,真切感受到芦台春对品质的追求。据不完全统计,截至目前,卫酒文化节吸纳的游客已达千余人。现芦台春文化创意产业园已成为准AAA级工业旅游企业,正在申报AAAA级工业旅游企业。

有业内人士认为,随着卫酒集团的建立,卫酒文化节的推进,将有越来越多的游客从四面八方涌来,未来芦台春生态园有望成为宁河界内又一处旅游胜地。届时,提起宁河,除了钓螃蟹,人们还会联想到参观芦台春酒厂、DIY芦台春酒,未来在互联网上“6000亩酿酒主料高粱生产基地”、“世界最大万平米地下酒窖”、“天津白酒行业唯一专业认可白酒实验室”将成为热门关键词,在人们的旅游攻略上提及率将越来越高。