

当烟台葡萄酒碰上哈尔滨啤酒

■ 吴铭

葡萄酒的历史,在我国已有二千多年。张弼士1892年在烟台创办张裕葡萄酒公司后,我国才出现第一个近代新型葡萄酒厂。啤酒在中国的历史不过百余年,1900年创建的哈尔滨啤酒就是最早的一家。“闯关东”的烟台人一定记得家乡红酒的味道,但他们的后人一定更喜欢哈啤的冰爽。

当烟台葡萄酒碰上哈尔滨啤酒,湿润与清爽、甜香与苦涩发生了鲜明的对撞。这是酒与酒的有缘相遇。当烟台今日带着葡萄酒来到如啤酒般冰凉的冰城哈尔滨,烟台将以红酒般的高贵优雅为故乡讲述关于葡萄酒那点闲事闲情,举杯致敬当年哈尔滨的收留之情。

提到红葡萄酒,比如法国的或是意大利的,我们总认为红酒透着股西洋味道,是西方的专利。旧时王谢堂前燕,飞入寻常百姓家。如今中国人的餐桌上,总少不了红酒的影子,以张裕葡萄酒为数众多。

国人虽喝张裕酒,但还有一部分人不知张裕红酒是实实在在的百年经典国货,历经沧桑与风雨洗礼,经久不衰。而烟台的张裕卡斯特酒庄、中粮君顶酒庄,尤其是英伦风情浓厚的苏各兰酒庄,以其中世纪城堡复古怀旧的建筑形象、一流的酿酒技术、高等葡萄的引进与栽培,驰骋中外、闻名于世。

多少人艳羡欧洲人宁静如油画的田园乡村生活,有青山环绕,有羊肠小道,有天气之变幻可观。自家屋前屋后栽一片绿地或是有个长着花树的小院。这些愿望想想就格外舒畅惬意,不过完全可以在烟台欧式酒庄中实现。

暂告别喧嚣的都市,暂脱开繁忙的工作,去烟台酒庄住上几天几夜,过几日西式的典雅。城堡有现成的大海可以身临,有山坡可以攀爬,有古堡的老窗可以张望、有酒庄的记录可供查阅、有很多的思想任其天马行空,自由遐想。所以,将脚步放缓,时光放慢,让自己在旅行中培养一份浪漫与从容的姿态。

三五成群一同喝酒,是种尘世里的欢乐。酒如茶,有时需要独酌,方能感受当中乐趣,悟出某个理儿来。当日光和暖,当金霞满天,光影从绿荫间洒落,你可以在酒庄的落地窗前、草地、湖海边、树林、果园,倾一瓶佳酿,倒一点玉液琼浆,举杯邀酒庄自然生灵,与自己的心灵共鸣对话。似乎,你能嗅到远处海水流过的气息以及葡萄园隐约传来的果香。

云潮海浪,草风花露,大自然的动态和静态与城堡的巍然屹立完美结合,相得益彰、相互烘托,像一段诗意旁白,像一支气势恢宏的音乐,此时无声胜有声,由内而外从脚下的土地、从心底、从灵魂深处涌出涌动。

人生得意须尽欢,莫使金樽空对月。于有限的生命,享受一场自己心爱的,不至于白发苍苍时遗憾。懂红酒的旅人,遇着烟台的酒庄,相逢恨晚、相见成欢。有酒,也便有故事,也就有人生。

以梦为马,诗酒趁年华。烟台中世纪的异域酒庄,是安徒生与格林童话的天堂,是梦中的真,是真中的梦,是奢华又内涵的情调,是爱酒的旅行者对生活至美的向往。兴许可以成为曾去与不曾去过的人们对自己旅行的一个终极使命。

来到哈尔滨,向原乡人敬一杯烟台殷红的往事,让唇齿留下苦难过后、幸福生活开启的芳香。至于哈啤,可以留待游子回归之日,就着仙境海岸的美食美景,就着绵长的乡愁,痛饮。

欧洲葡萄酒遭遇罕见减产

■ 李伟明 王志聪

2017年春季的寒潮及夏季的异常高温造成意大利、法国、西班牙、德国等欧洲葡萄酒主产区葡萄大面积减产。意大利葡萄酒协会透露,2017年意大利葡萄酒产量预计同比下降25%。法国农业部透露,法国葡萄酒产量将同比减产19%,波尔多地区20%的酒庄葡萄产量损失达90%。欧洲葡萄酒产量创50年以来的最低水平。

随着消费观念与消费结构的转变,中国进口葡萄酒市场近年来持续走热,并且其主要份额被欧洲葡萄酒占据,其中法国葡萄酒份额就达到了42%。此次欧洲葡萄酒减产势必会对我国进口葡萄酒贸易造成冲击。国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)表示,葡萄酒结构性产能过剩时代已经过去,供应减少而消费不衰,未来一段时间葡萄价格很可能会步入上行通道。

江苏出入境检验检疫局提醒葡萄酒进口及销售企业,当年的葡萄酒减产往往导致其后几年的葡萄酒供应减少,应密切关注产量变化引起的葡萄酒行情变化,结合自身库存与资金状况,及时制定好销售策略与备货计划,为自身争取更多的贸易主动权。此外产品市场紧俏、价格上涨常常会导致不法商家为了追求高利润,铤而走险,以次充好,甚至以假乱真。进口时,食品进口商或代理进口商对其供货的境外酒庄、葡萄酒生产企业应进一步加强审核工作。审核内容包括境外生产企业及出口商制定和执行食品安全风险预防及控制计划情况、履行中国食品安全法律法规和标准情况,以及产品的官方原产地证书、葡萄酒灌装证明、自由销售证明、产品检测报告等关键文件,确保购买的产品货真价实,品质安全符合要求。



坚持手工酿造 安徽明光酒续写历史辉煌

■ 周健

“大江南北走一走,好喝还是明光酒”。的确如此,明光酒是明光最富盛名的特产,明光也因此成为江淮地区著名的生态酒乡。2006年6月,明光酒厂因企业彻底改制,更名为“安徽明光酒业有限公司”。改制11年来,企业先后荣获多项荣誉称号,年纳税额一直排在明光工商企业首位。明光人正期盼明光酒再创辉煌。

明光酿酒历史悠久,文化底蕴深厚,最早可追溯于南宋建炎二年(即公元1128年)。明光东南端江淮分水岭之处丘陵地带,它的土壤厚度均在100cm以上,土壤中七分沃土,三分为沙,七分土中又有两分极为珍稀的粘土。正是这样独特的土壤,加上天赋的阳光、温度、湿度等气候特征,以及优良的流沙河断裂带水源,使这里的原粮生长期相对较长,成熟后颗粒更加结实而饱满,这样的原粮正是酿酒的绝佳原料。

国内独有绿豆酿造的白酒

历史上,明光地区绿豆种植面积仅次于高粱。高粱和绿豆是“远亲”,同样是水害把它们联系在一起。洪水退后往往已是晚秋时节,这个时候最适宜种植绿豆。明光绿豆简称“明绿”,粒大、皮薄、色泽光亮,用“明绿”酿造的明绿液酒,为国内独有。

1978年,明光酒厂开始试制高档53度“明绿液”酒。是以驰名中外的明光绿豆——“明绿”为主要原料,特别“块曲”为糖化发酵剂,采用独特的生产工艺,精心酿造而成的优质蒸馏酒。

明绿液酒呈明绿香型,酒液淡绿色,酒体丰满;入口芳香浓郁,豆香清雅,甘美醇厚,澄碧清冽,回味悠长。适量饮用有解暑、舒经活络、御寒之效。曾被《人民日报》、《经济参考》、《北京晚报》等报刊誉为“酒中奇



● 酿造白酒

葩”;一些港商、华侨品尝后挥毫赞美:“开瓶满屋飘香,饮后心旷神怡。”被他们视为“酒中珍品”。

1997年1月17日,明光酒厂生产的“明绿液”被中国绿色食品发展中心评为“绿色食品标志使用”许可单位。次年,品牌延伸,明光酒厂开发51度“明绿液”酒和51度“明绿液对酒”。2003年被国家知识产权局批准为国家发明专利。

2006年1月15日,国家发明专利、“明光酒业”生产的“明绿液”酒,在第七届布鲁塞尔(上海)国际评酒会上被授予银奖,主席伯德安·哈万亲自颁奖。

2009年在庆祝明光酒厂成立60周年之际,品牌再次延伸,开发出高端“明绿御酒3A”、“明绿御酒4A”、“明绿御酒5A”、“40.2明绿液”等系列产品。明绿御酒先后荣获国家发明专利、国家地理标志保护、安徽省名牌产品认定。

始终坚持纯手工酿造理念

明光酒业目前有三大大系列产品,除了上述介绍的“明绿”系列外,还有“老明光”系列和“明光”系列。



● “明皇故里、生态酒乡”文明古城

强,明光特曲获部优产品称号。

2006年6月,因企业彻底改制,企业更名为“安徽明光酒业有限公司”。明光酒业改制11年来,先后荣获“全国轻工行业先进集体”、“中国最值得尊敬的新徽商企业”、“全国酒类品质监控比对检验优秀企业”、安徽省民营“百强企业”、安徽省质量管理奖、全国酿酒行业“劳动关系和谐企业”等荣誉称号。

自2007年开始,明光酒业连续4年进入中国白酒百强企业之列,被评为省级企业技术中心,是滁州市十大城市名片之一,“老明光”品牌现为中国驰名商标,“明光”、“明绿”品牌为安徽省著名商标。明绿御酒获国家发明专利,国家地理标志保护产品。连续10年获明光市优秀企业称号。改制11年来,截至2016年,明光酒业共实现销售27亿多元,上缴税收4亿多元,年纳税额一直排在明光工商企业首位。

目前,公司占地面积近300亩,建筑面积7万多平方米,总资产5亿元。现有员工近千人。其中专业技术人员120多人,有国家级品酒师5人、高级职称5人、中级职称30多人、初级职称60多人,除解决本企业1千多人就业外,还带动了明光及周围地区包装、彩印、玻璃、物流、粮食等相关产业的发展,解决上万人就业。

黄土高原上的窑洞酒窖 白酿葡萄酒远销海外

■ 杨杰英

中国北方的深秋,阴雨绵绵。在山西省临汾市乡宁县的戎子酒庄内,工作人员正在紧张忙碌着。这座拥有世界上唯一的黄土高原自然生态酒窖——黄土窑洞酒窖的酒庄,近来陆续接到来自海外的葡萄酒订单。

1日,记者从戎子酒庄总工程师张会宁处获悉,戎子葡萄酒正式出口澳大利亚。而此前,台湾地区、德国的经销商已正式决定从明年起开始进口戎子酒。

“我们是中国首家向美国出口葡萄酒的酒庄酒。此前,美国酒商曾携美国十大酒庄来到中国与我们共同举办活动交流葡萄酒制作工艺。在泰国,我们的5000支酒葡萄酒一周内就销售一空。现在海外的订单越来越多,市场前景很好。”戎子酒庄董事长张文泉

告诉记者,目前酒庄年产葡萄酒可达300万支,今年的出口量预计达4万支。

据介绍,截至2017年11月1日,戎子酒庄的葡萄酒向美国出口共893箱计5358支,向泰国出口共3030箱计18702支。另外,向美国出口的数据,将从明年开始变成每季度为2.2万支,以中高端葡萄酒为主。

而在从事被国际视为西方人专利的葡萄酒行业之前,张文泉一直在山西乡宁县从事煤矿行业。

乡宁是中国100个重点产煤县市和全国三大主焦煤基地之一,过去煤炭在全县经济中的占比超过90%以上。

2007年,张文泉告别煤矿铁,开始研究种植葡萄及酿造葡萄酒工艺。

俗话说,葡萄酒主要是靠“三分酿造,七分原料”。经过多方考证,张文泉将葡萄基地



建设在被专家誉为“酿酒葡萄生长黄金地带”的黄土高原上。

事实上,早2700多年前,在黄土高原的鄂地即戎子酒庄所在地,就已有中国葡萄酒女神戎子酿酒的佳话。

作为春秋五霸之一晋文公的母亲,戎子偶然发现葡萄酒的酿造工艺。此后,当地人

2017 中华储酒文化节暨第 16 届花冠“九九”储酒文化节隆重举办

■ 汪立乐

岁岁重阳,今又重阳,花冠美酒分外香。九九艳阳、普天同庆。在党的十九大胜利闭幕之际,以“天赐鲁雅、作品盛典”为主题的2017中华储酒文化节暨第16届花冠“九九”储酒节,正式拉开帷幕。

10月28日,在山东巨野举办了第二届黄淮名酒发展联盟高峰论坛、花之冠品牌发布暨鲁雅香品类发布会等活动。据了解,截至目前,花冠集团已成功举办了十六届储酒节,每年都有3000多人参与。目前,参与人数近5万,成为历史上举办时间最早、持续时间最久、内容最丰富、规模最大的储酒盛典。

在开幕致辞中,花冠集团董事长刘念波说:“感恩是心态,传承是责任,未来是希望。感恩十六年,花冠集团才有了广大的经销商和消费者基础。传承十六年,花冠集团才有了今天的卓越品质和行业地位。展望十六年,花冠集团才有了未来的大势研判和发展方向。”

借今年的中华储酒文化节的浩大盛世,花冠集团大胆尝试,隆重推出专属VIP产品“储缘鑫品”。该产品是由花冠集团金融板块旗下的山东共同投资有限公司发起、倡导、推广的一款具有集品鉴、礼品、收藏、增值于一身的白酒金融产品。

本届储酒节六大亮点:

一、**黄海名酒产区发布**。花冠集团位于北纬37°,在这被史学家、地理学家奉为“神奇的纬度”上,聚集了无数美丽富饶的城市,不乏名酒产区,红酒如法国波尔多、中国烟台。在这一纬度上还形成了白酒酿造资源丰富的黄淮名酒带,孕育了苏酒、古井、花冠、



宋河、今世缘、杜康、仰韶等知名白酒企业。今年花冠的储酒文化节上,隆重推介了盛产柔雅风格型白酒的“黄海名酒产区”,与兄弟企业共同推动强化产区中国名酒产区标识。这一活动是今年第二届黄淮名酒发展联盟高峰论坛的重大看点。

二、“**鲁雅香**”与“**作品酒**”两大白酒品类发布。刘念波表示,现在白酒的竞争有三类,一是白酒与其他品类如洋酒、啤酒等之间的竞争;二是白酒品类之间的竞争,如浓香、酱香、清香、柔雅香;三是白酒企业之间的竞争。在刘念波看来,品类间的竞争是最具代表性的。黄淮名酒的柔雅特色早就获得白酒专家的认可,花冠为代表的鲁酒,以“雅”为主,具有双雅特点,即低度淡雅和高度幽雅。花冠将鲁酒柔雅做到极致,经10年匠心独运,开拓创新出两大白酒品类“鲁雅香”与“作品酒”。

三、**两大品牌新形象、两大战略单品发布**。花冠集团在未来10年内布局100-300

元战略,并就这一战略,在两年前就开始进行战略系统的调整。主要集中在几个方面:一是生产工艺技术的调整,如延长发酵周期、扩大酒储存能力、研发技术;二是调整供应系统以适应花冠的要求;三是重新定义产品和品牌形象风格;四是营销组织调整。为此,花冠集团以储酒节为契机,同样在“花开两仪·双冠加冕”花之冠品牌发布暨鲁雅香品类发布会上,推出了两大品牌新形象——花之冠和onedear;两款战略大单品——“花之冠·天骄”和“冠群芳·柔酒大师”。

四、**五大酿造技艺发布**。由于花冠的战略调整,花冠传承与创新并重,在坚守传统酿造工艺上,创新了柔雅浓香的酿造技艺。花冠的牡丹春曲、天香窖泥/金牌窖泥、双轮发酵/超长发酵、八段摘酒、大师调制正式向世人揭晓。

五、**1999元,储酒节专属产品“储酒鑫品”发布**。刘念波称,为了吸引消费关注、关爱花冠,与消费者发生深度连接,花冠在此

民广泛种植葡萄,大量酿造葡萄酒,进献晋国,成了晋文公日后宴请百官、招待四方诸侯的佳酿。

而今,不仅是“煤炭之乡”,亦是省级贫困县的乡宁县农民亦靠着种植葡萄实现脱贫。十年来,乡宁县昌宁镇北垣的1000余户5000余位农民通过种植葡萄和依托酒庄彻底实现精准脱贫并致富,年人均收入达8000元人民币。

目前,这座地处黄土高原上的酒庄,聘请多位国际酿酒大师作为核心酿造团队,从法国、意大利等国引进世界先进酿造和处理设备,已具备年产5000吨的中高档葡萄酒生产能力及10000吨发酵储酒能力的古典式生产车间。旗下的葡萄酒产品屡获国际大奖,海外订单纷至沓来。预计2017年,全年营收将破亿元人民币。

建设在被专家誉为“酿酒葡萄生长黄金地带”的黄土高原上。事实上,早2700多年前,在黄土高原的鄂地即戎子酒庄所在地,就已有中国葡萄酒女神戎子酿酒的佳话。作为春秋五霸之一晋文公的母亲,戎子偶然发现葡萄酒的酿造工艺。此后,当地人

次储酒节期间,花冠首发了一款集品鉴、送礼、收藏、增值四大功能于一身的大师级佳酿“储缘鑫品”,以61母子装形式发布,感恩价1999元。

六、**储酒节主题曲《储愿,储着爱》全球首发**。此主题曲由花冠集团创意总监李言原创,把储酒文化与消费者情感诉求结合,形成花冠储酒的文化符号,将形成多次传播,有利于花冠储酒节进入更多消费者心里。整整举办十六届的花冠储酒节,正是这一蜕变过程的最佳见证。民间自古就有储酒的传统习俗,但多以个人行为进行,且以黄酒为主。2002年,花冠集团率先扛起中华储酒文化大旗,打破了中国白酒历史上储酒文化没有系统化、专业化、规模化的局面。到今年,储酒节参与人数达到近5万人,无论人数规模、参会嘉宾、活动层次、影响范围,都比当年有了巨大提升,成为一个具有强大行业影响力的品牌,成为一种具有极高地域知名度的节日,成为一种深受消费者认同和接受的文化现象。应该说储酒节的这种升级,恰好印证了花冠的一路成长。

今天的花冠,已担负起鲁酒突围发展的引领责任。今年以来,花冠在山东省会济南强势增长,同时在全山东范围已不仅局限于本地市场和少数重点市场,更着眼更广泛的区域。这些都标志着花冠已处于鲁酒市场领先地位,在白酒市场分化洗牌的过程中,握有较为明显的发展优势和竞争主动权。

记者在储酒节上获悉,2017年11月,花冠打造的国花酒庄酒产品将在上海亮相,这很可能预示着花冠将直接参与全国市场和高端白酒市场的竞争。本次储酒节不仅是花冠的一次盛大事件,对山东白酒市场走势和竞争格局,同样具有重要的参考价值。