

这五大低调而迷人的葡萄酒产区你去过吗?

世界上的葡萄酒产区这么多,你了解多少呢?众所周知,法国、意大利、西班牙和美国都是世界知名的产酒国。在这些产酒国里,除了波尔多(Bordeaux)、皮埃蒙特(Piedmont)、纳帕谷(Napa Valley)和里奥哈(Rioja)等知名葡萄酒产区外,还有一些低调却也同样卓越的葡萄酒产区。今天介绍5个来自这几个国家的低调明星产区。

1. 手指湖

手指湖(Finger Lakes)是美国纽约州(New York State)一个较为小众的葡萄酒产区,出产了不少世界顶级的雷司令(Riesling)葡萄酒。手指湖法定葡萄种植区(Finger Lakes AVA)建立于1982年,如今是纽约州最大的葡萄酒产区,葡萄园面积超过11,000英亩,种植了不少本地和欧洲葡萄品种。

由于气候条件和生长条件相似,人们经常将手指湖和德国莱茵河地区(Rhine Region)作比较。现在,手指湖产区拥有超过100个酒庄,知名度正逐步提升,出产的雷司令越来越受世人的青睐。

2. 西西里岛

意大利葡萄酒历史悠久,拥有多个世界知名产区。近年来,意大利南部的产区受到越来越多的关注,西西里岛(Sicily)就是其中之一。该产区种植的多个葡萄品种都拥有不错的潜力,如黑珍珠(Nero d'Avola)、弗莱帕托(Frappato)和格里洛(Grillo)等。

西西里岛属典型的地中海气候,夏季阳光充足。境内大部分为山地,东北部的埃特纳火山(Mount Etna)为产区带来了丰富的火山土壤,赋予了葡萄酒独特的矿物风味。尽管西西里岛的知名度与托斯卡纳(Tuscany)等产区相比仍有较大的差距,但却是一个非常有潜力的产区。

3. 罗纳河谷

罗纳河谷(Rhone Valley)位于法国东南部,其葡萄种植面积广阔,拥有超过1,800家酒庄。产区的葡萄酒年产量高达近4亿升,出产的葡萄酒在世界范围内享誉盛名。罗纳河谷种植了多个葡萄品种,主要包括西拉(Syrah)、维欧尼(Viognier)、玛珊(Marsanne)和瑚珊(Roussanne)等。

罗纳河谷可分为南北两个区域,产区的沿海地区是人们熟知的罗纳河谷丘(Cotes du Rhone),其产量巨大,其中的村庄级葡萄酒颇为复杂,具有一定的陈年潜力,相当优质。由于气候和土壤条件的差异,南北罗纳河谷的葡萄酒风格也有所不同。北罗纳河谷以罗第丘(Cote Rotie)和埃米塔日(Hermitage)两个产区最为著名,南罗纳河谷则以教堂新堡(Chateaufort-du-Pape)著称。

4. 帕索罗布尔斯

帕索罗布尔斯(Paso Robles)位于加州(California)的圣路易斯奥比斯波县(San Luis Obispo County),拥有超过26,000英亩的葡萄园,这里出产了一些相当优质的葡萄酒,颇具罗纳河谷葡萄酒的风格。1797年,帕索罗布尔斯开始种植葡萄。经过20年的时光,产区的葡萄酒产业得到了一定的发展,酒庄数量从最初的20家左右增加到如今的200个以上。

帕索罗布尔斯种植了多个葡萄品种,维欧尼和瑚珊在这里表现良好,但产区最出名的还是仙粉黛(Zinfandel)葡萄,这里可以酿造出酒体非常饱满的葡萄酒。同时,帕索罗布尔斯还是一个不错的葡萄酒旅游目的地,其美丽的自然和酒庄风光非常值得一览!

5. 巴斯克自治区

作为一个葡萄酒产区,巴斯克自治区(Basque Country)的知名度有待提升,但这里依然出产了一些非常不错的葡萄酒。巴斯克自治区位于西班牙北部海岸地区,海洋性气候明显。这里种植了一些独特的葡萄品种,查科利(Txakoli)就是其中一种。这种葡萄可以酿造出高酸、低酒精度,同时带有少许气泡的干白,可作为开胃酒饮用,适宜早饮。如果没有接触过巴斯克自治区的酒,查科利可作为首选。(据红酒世界网)

■ 蓝微

11月6日,2017中国酒业商业领袖50人论坛2017年度峰会在山城重庆召开。

由中国酒类流通协会主办的“中国酒业商业领袖50人论坛”(简称G50)成立于2016年9月,“G50”论坛由酒类生产领域和流通领域的50家核心企业创建组成,是酒行业最高端的商业领袖组织,经过一年多的时间,已经成为酒业商业领袖企业开放、互助、合作、创新的重要平台。

本次重庆举办的“G50”论坛更是大腕云集、高朋满座,来自中国酒类流通协会、重庆市政府以及经济学者、企业代表等近百人参加了本次峰会。

出席峰会的领导有中国酒类流通协会会长、中国酒业G50论坛执行主席王新国,特邀嘉宾有著名经济学家、中共中央党校原副校长赵长茂,著名经济学家、中国社科院经济政策研究中心主任郭克莎。

专程来到现场的重庆市和糖酒业办公室的领导有:重庆市人民政府副市长刘桂平,重庆市人民政府副秘书长李谦,重庆市商务委副主任宋刚,中国糖业酒类集团公司副总经理杨成刚。

中国酒业“G50”组织机构领导有:中国酒类流通协会副会长、论坛执行副主席刘元,中国酒类流通协会秘书长、论坛召集人秦书尧,中国酒类流通协会副秘书长、论坛召集人赵禹。

面对当前的行业新形势和厂商之间的新环境,王新国纵论了新时代下厂商之间的“七大关系”,其中有传统的分工关系、互利关系、博弈关系和强弱关系四种,这四种关系是酒业厂商之间的四种传统关系,在新的环境下,这四种传统关系都需要创新升级。

而需要厂商之间做好准备的新型关系则是融合关系、学习关系、共生关系,以上三种关系本质上代表了酒行业未来发展的方向和趋势,特别是要解决酒类市场发展不平衡不充分的问题,关键在于增强酒业厂商的

■ 高林农

由山东省蓬莱市人民政府主办的“人间仙境蓬勃未来”——2017蓬莱招商引资暨城市形象推介会将于11月13日在杭州举办。届时,大型国企、央企、行业龙头企业,上海、江浙及周边地区商会协会,及高层次人才等共计200余人齐聚会场,共话商机。

推介会上,蓬莱将精准对接杭州发展优势,结合自身实际,主推“人间仙境”、“美酒之乡”、“休闲天堂”城市品牌。并围绕蓬莱优美的自然风光,良好的投资置业环境,以及旅游产业、葡萄酒产业等优势产业进行重点推介,邀请企业和人才到蓬莱投资兴业。“为在有限的时间内将蓬莱整体形象全方位展

示给与会嘉宾,除30-40分钟的推介大会外,我们还精心准备了旅游与葡萄酒产业2个分会场,以及精细化工业产业组、健康养老产业组及专家人才组3个交流讨论组,让大家在畅所欲言中碰撞出合作火花。”蓬莱市投资促进局相关负责人称。

从烟波浩渺的人间仙境到风景如画的人间天堂,旅游产业推介将是本次推介会的重要一环。旅游推介版块既包含产业发展优势、旅游资源、旅游产品及旅游线路推广,又兼顾旅游市场开拓、营销与招商。届时,蓬莱文旅集团、蓬莱景区管理处、八仙过海旅游集团等本地企业将赴杭参加推介会。主推“到蓬莱,过神仙日子”的度假理念和“慢、静、闲”的生活方式,并针对杭州游客推出仙

程中,频繁目睹这样的无奈。整个保健酒行业发展迄今,可以说独牌一家独大,公司劲酒一年销售额在70亿元左右。纵观行业内可以做到10亿元以上的,几乎是寥寥无几。

“白酒主要面向的是商务消费群体,这对白酒销量拉动起到不可小觑作用。保健酒则不一样,难以在商务消费市场中获广泛追捧。由于兼备药物属性,保健酒在饮用上还有限量要求。这也是为什么保健酒目前畅销市场的,以小瓶(100毫升至120毫升)包装居多。保健酒的消费群体,面向的主要还是41岁以上中老年人。”山西一家保健酒企业内部人士表示。

与动辄毛利率在70%、80%以上的白酒相比,保健酒显然要逊色多了。“早年,我们的毛利率可以达到50%以上,但现在受制于原材料成本、人工成本等,毛利率压缩至20%至30%左右。企业为了生存,也不敢轻易提价。”有其他保健酒企高管李姓人士说。

尽管如此,保健酒未来的发展前景依旧为市场所看好。用吴少勋的话讲,保健酒行业的现状确实很困难,但前途是光明的。这背后的动力源于大健康时代的到来,全民保健意识的提升。

实质上,资本青睐布局保健酒方面,尤其是在今年,步伐有所加快,力度亦有所加大。

中国酒业“G50”年度峰会在渝举行



由中国酒类流通协会主办的“中国酒业商业领袖50人论坛”(简称G50)成立于2016年9月,“G50”论坛由酒类生产领域和流通领域的50家核心企业创建组成,是酒行业最高端的商业领袖组织,经过一年多的时间,已经成为酒业商业领袖企业开放、互助、合作、创新的重要平台。

共生关系,构建厂商一体化的利益共同体。

重庆市人民政府副市长刘桂平在致辞中介绍了重庆的经济发展情况,并表示,中国酒业流通协会能在重庆举办这样一场峰会活动,是促进重庆商业发展的一次机会。

峰会期间,秦书尧介绍了“G50”成立一年来的主要工作情况,以及接下来“G50”的工作计划和安排。据悉,“G50”将组织论坛成员走进华为、腾讯、阿里、京东等知名企业,与各个领域知名企业家展开对话,展现酒业企业家精神。“G50”还将着力提升论坛成员中的经销商企业品牌与形象,通过组织媒体走进酒业经销商企业,努力将“G50”的优秀酒商打造成像沃尔沃、宜家、苏宁、国美那样为人知、受人尊敬的商业品牌。

在主题演讲环节,赵长茂做了题为《谈中国特色社会主义新时代》的主题发言,认为,中国社会已经进入了新时代,近五年来,我们取得了很多历史性的变革和成绩,“经济、国防、科技、综合”四个方面的实力都进入了世界前列。而这五年的迅速变化也是改革开放近40年来的一次集中展示。

郭克莎的演讲题目是《新时代下的经济发展形势》,认为,当前中国经济发展的背景是进入新常态,新常态是新时代在经济上的表现。在总量问题与结构问题的交错影响

中,更突出的问题是结构性矛盾,即工业化进入了后期阶段,供给结构不适应需求结构的矛盾突出,制约了经济有效增长。对酒行业来说,其认为,酒业产能过剩加剧市场竞争,深化供给侧改革有利于打破地方保护,加强环保监管和处罚力度有利于淘汰落后产能。市场机制的作用增强,将促进酒业企业做优做强做大。

在下午的“G50”成员主题演讲环节,王耀、贾光庆、朱忠玉、朱跃明、梁金辉、常建伟、郝鸿峰、秦本平、李小刚等9位“G50”企业家代表分别做了主题分享,从行业趋势、新时代厂商关系以及渠道变革等做了分析。

王耀认为,面对变化,白酒行业要坚持三件事:不惜代价做出与众不同的好产品,不遗余力讲出真实动人的好故事,不骄不躁打造攻守兼备的好渠道。

梁金辉也非常认同洋河企业的“好产品”方向,在他看来,酒类行业要“三限、三提、三推”:所谓三限,即限产、限量、限型;所谓三提,即推动白酒的品质、品位和品行;所谓三推,即推动白酒的科普教育、推广酒类的健康文化、推动合作共赢的联动关系。

朱忠玉发言中提到了行业的两点趋势,一是在供给侧改革的推进下,低效产能会逐渐被淘汰,行业名优酒庄企业迎来了发展的“春天”;二是厂商关系面临一个新的转型期,互联网和信息化的发展为新时代的厂商关系提供了新的合作模式。

作为行业大商代表,贾光庆、朱跃明也从传统经销商的转型升级分析了未来经销

商如何以消费者为中心进行终端服务升级,朱跃明表示,商源集团秉承的是“共好”的商业理念,要重新定位和厂家的合作关系,才能共赢未来。

作为下午主题论坛的“兼职主持人”,同时也是中国酒业G50论坛首届联席主席的常建伟则和大家一起分享行业的六个“新变化”——新时代、新目标、新世界、新思维、新气象、新征程,面对这些新的变化,如何展现酒业新气象,实现新作为,是我们当前最大的课题。“对于质量品质的坚守,对于价格体系的管控,对于营销模式的转变,都应建立统一的规则,有我们行业自己的底线,要追求更高层次的发展,决不能局限于眼前利益。”常建伟说。

作为电商代表的G50会员郝鸿峰则谈了酒类电商的模式转型,并表示看好“新零售”的发展路径,更是首次提出要发展线下的专卖连锁机构,在他看来,“爆品是零售终端的核心竞争力”,他还表示,做线下的连锁运营,不做东三省,因为那里有酒直达、不做四川,那里有1919,不做河南,那里有酒便利,“我们做北上广”。

同样作为G50会员代表的秦本平、李小刚也从各自企业角度阐述了西风和泸州老窖在新时代环境下的变革和应对,“西风思变已久。”秦本平表示,西风将继续坚持用工匠精神打造产品品质。李小刚则表示,只有引领潮流才能掌握主动,并希望和更多的流通企业合作,引领白酒消费的新潮流。

蓬莱招商引资会将重点推介葡萄酒产业

境旅游专属线路,邀请他们到蓬莱走一走、看一看,到蓬莱游仙境、品美酒、尝海鲜,亲身体验“人间仙境”的休闲与浪漫。与长三角及周边地区旅行社协会、部分旅游企业高管、旅游院校教授进行精准对接,围绕旅游资源开发与与管理进行对话沟通,推动两地旅游产业共同发展。

蓬莱地处北纬37°的独特地理优势,拥有阳光(SUN)、沙滩(SAND)、海洋(SEA)的“3S”特质,是“世界七大葡萄酒海岸”之一。目前,共拥有优质葡萄酒葡萄基地16.8万亩,先后发展葡萄酒生产企业70多家,引进法国拉菲、君顶等中外知名精品酒庄30多个。葡萄酒产业作为该市百年立市产业,成为本次推介会的重头戏。产业推介分为蓬莱葡萄酒

产业介绍、蓬莱产区葡萄酒代表产品介绍、葡萄酒品鉴与互动交流等环节,旨在吸引长三角及周边地区葡萄酒经销商、葡萄酒企业家参加。在葡萄酒品鉴活动中,来自中粮长城、君顶酒庄等蓬莱产区的多款海岸葡萄酒将集体亮相,让与会嘉宾品鉴世界顶级品质葡萄酒的“蓬莱味道”。

据了解,中信集团、中国交建集团、开元酒店集团等知名企业携重点项目相约本次推介会,期待寻得合作机遇,与蓬莱“牵手”共谋发展。蓬莱聚焦重点区域、重点产业、重点对象,积极推介发展优势和特色品牌。12月,将在深圳开展招商引资和旅游推介活动,进一步提升蓬莱在国内外的知名度和影响力。

保健酒市场欲突破规模 行业标准亟须建立

“相比白酒,保健酒更赋予了保健功能,但我们的市场却没有白酒好,甚至价格还远远低于白酒。这是为什么?我们要进行反思。”劲牌公司董事长吴少勋表示困惑。

作为白酒的延伸,保健酒在中国有着悠久的历史。民间推崇用药材泡酒,以此满足养生保健需求。然而,保健酒行业发展迄今,全国大大小小1000多家保健酒企,整体规模仅有200亿元左右,还抵不上一家五粮液的规模。随着大健康时代的到来以及全民保健意识的提升,保健酒行业未来的发展前景依旧被市场看好。资本布局保健酒方面,尤其是在今年,步伐有所加快,力度亦有所加大。

目前困扰保健酒行业发展的,问题依旧不少,其中之一就是行业标准建立问题,至今处于空白。有保健酒企人士对记者表示,保健酒市场规模长期难以获得较大突破,行业标准缺失是重要一面。近日,记者从中国酒业协会(下称“中酒协”)常务副理事长王琦获悉,由中酒协牵头成立的保健酒联盟,目前的工作重点就是要推动保健酒行业团体标准建成。

现状困难前景光明

成分、工艺等比白酒复杂多了的保健酒,为何始终卖不过白酒?这不只是吴少勋一人的困惑。近日,记者在多家保健酒企交流过

程中,频繁目睹这样的无奈。整个保健酒行业发展迄今,可以说独牌一家独大,公司劲酒一年销售额在70亿元左右。纵观行业内可以做到10亿元以上的,几乎是寥寥无几。

“白酒主要面向的是商务消费群体,这对白酒销量拉动起到不可小觑作用。保健酒则不一样,难以在商务消费市场中获广泛追捧。由于兼备药物属性,保健酒在饮用上还有限量要求。这也是为什么保健酒目前畅销市场的,以小瓶(100毫升至120毫升)包装居多。保健酒的消费群体,面向的主要还是41岁以上中老年人。”山西一家保健酒企业内部人士表示。

与动辄毛利率在70%、80%以上的白酒相比,保健酒显然要逊色多了。“早年,我们的毛利率可以达到50%以上,但现在受制于原材料成本、人工成本等,毛利率压缩至20%至30%左右。企业为了生存,也不敢轻易提价。”有其他保健酒企高管李姓人士说。

尽管如此,保健酒未来的发展前景依旧为市场所看好。用吴少勋的话讲,保健酒行业的现状确实很困难,但前途是光明的。这背后的动力源于大健康时代的到来,全民保健意识的提升。

实质上,资本青睐布局保健酒方面,尤其是在今年,步伐有所加快,力度亦有所加大。



继茅台、五粮液等大型白酒企业后,海南椰岛,近日也高调对外宣布,要加码投资保健酒业务。

海南椰岛酒业发展有限公司副总经理杨嘉平对记者表示:“公司计划在未来三年时间里(2018年至2020年),要把酒以及饮料两大业务规模做到50亿元。同时计划完成全国市场布局。”

“一个保健酒品牌,从诞生到运营成功,需要投入漫长的时间。企业不能急于求成,也不能三心二意。保持耐心,很重要。”吴少勋强调。

行业标准亟须建立

困扰保健酒行业发展的不少,包括规模如何做大、消费群体如何扩容、宣传如何有效等。但重中之重,即行业标准如何建立问题。

前两年行业出现的伟哥添加剂事件,一度将整个行业置于尴尬境地。此后经过有关部门整顿后,行业发展更加规范化了。也因行业过于分散,保健酒品质把握上仍不可避免存在安全隐患挑战。

近日,在保健酒企联盟交流会上,1919酒类直供董事长杨陵江称,公司在保健酒销售这块受到的伤害是最多的。

“过去保健酒用药材泡酒制成的,能饮但不能大饮,原因是其中可能暗含重金属、杂虫等。现在要推动保健酒行业往工业化发展,目的想用科学技术将保健酒中可能存在的杂虫、重金属等去除,让产品更加安全化。”王琦说。

李姓保健酒人士对记者表示,保健酒市场规模长期难以获得较大突破,一面跟受到的条条框框限制过多有关,另一面也跟缺失行业标准有关。

不同于白酒,可以用浓香型、酱香型、清香型等属性作简单区分,由于药材成分不一,保健酒显得“个性十足”。正因为过于“个性化”,保健酒想要制定行业标准,难度不小。保健酒目前的生产,主要参照的是露酒标准。同时,保健酒被国家纳入保健食品管理相关政策法规中。企业能申请到“蓝帽子”(保健食品专用标志)资质的,在保健酒行业里,毕竟还是少数。

多位保健酒企人士对记者表示,目前关于保健品的相关办法规定不见得就完完全全适用于保健酒行业。“保健食品法规中关于保健酒保质期规定,一般是三年。如超过三年时间以上的,要另再单独申请批文。白酒行业里,酒精度超过10度的白酒,并不需要标注保质期。对于保健酒而言,其实时间沉淀更久,口感以及功效更佳。”

为改变行业的现实困境,如今的保健酒企们,已意识到要学会抱团发展。由中酒协牵头成立的保健酒联盟会,目前已获得越来越多的企业加盟。联盟会中,酒企之间的走访,技术交流切磋等,比以往更加密切。“企业间抱团很重要,我们抱团的目的是要发出我们自己的声音。人多气势大。”有陈姓保健酒企人士表示。

据记者掌握到的信息,今年7月份,中酒协一度联合保健酒企召开过关于保健酒管理办法制定相关商讨会议,目的是希望推动行业标准制定。

“目前保健酒生产中,各个企业都有自己的一套标准,行业难以形成统一。但在安全的基础上,我们行业仍要设定一个团体标准。在团体标准基础上,企业再制定一个更高要求的企业标准。我们保健酒联盟下一步重点要抓的工作,就是要推动团体标准的建立。”王琦对记者表示。(据第一财经网)