

七旬老人不大爱喝酒却收藏各种酒瓶2300多只

■ 童华岗 顾云汉

77岁的退休教师谢沛霖是江苏省常州市新北区西夏墅镇韩村人，熟悉他的人都知道谢老师三大爱好：书法、集邮和收藏。他收藏的不是古玩、字画，而是大多数人看不上眼的报头、酒瓶和烟标。

据常州日报报道，来到谢沛霖家门口，首先映入眼帘的是屋前自留地一派郁郁葱葱的景象，两株高高的广玉兰，四周满是月季、梅花、杜鹃、桂花，犹如绿化小游园。走进大门，两旁暖房里和大院内的数百盆仙人掌、一串红、令箭荷花、炮仗花让人心旷神怡。其中最引人注目的还是院子里2300多个形形色色的酒瓶。

谢沛霖不大爱喝酒，可他对各种酒瓶的识别与欣赏却情有独钟。他每次去酒店、超市，总要围着酒柜转上好几圈，看看有没有特色品种的酒瓶。有一次，他到一家酒店吃饭时，看到一只瓶内装有一条工艺品龙，他像是发现了新大陆般，在和店老板反复沟通后，以45元的价格买回了这只空酒瓶，让他如获至宝，满脸喜悦。至今，他已收藏不同款式的酒瓶2300多只，为此专门定制了一套木柜，一格格、一层层、一排排，整整放满了一间屋。前来观赏的村民络绎不绝，不少外地酒瓶爱好者也慕名而来。

谢沛霖喜欢书法，也喜欢看报，他经常会留意各种报纸的报头题字，遇到喜欢的就会剪下来收藏。他不仅收藏报头，还喜欢探究报头背后的故事，也因此经常打电话到各报社咨询，还会查找名人资料，剪下报头后，他还会在笔记本上记下报头题字背后的故事，每有参观报头，他都会如数家珍地介绍。

目前，谢沛霖还收藏了1460多张烟标，通过手工剪贴精装成七大卷。每卷中又分名山类、建筑类、生物类、江河湖海类、神话类等，这些烟标剪贴工整、分类有序，看得引人入胜。

谢沛霖常说，他痴迷，才执着，可记者分明在他的脸上看到了一个“乐”字。



文君酒真藏系列新品上市发布会隆重召开

■ 唐快

文君酒真藏系列新品上市发布会近日在成都邛崃天合庄园隆重召开。本次活动吸引了数百名区域经销商、终端客户的热情参与，同时也引起了多家国内大众媒体、酒类传统媒体、网络媒体的强烈关注，可谓是场面火爆、盛况空前；这也标志着曾经作为中国历史名酒的文化名酒的文君酒在蛰伏数年之后，再度凤凰涅槃，吹响了重振市场、复兴品牌的集结号。

有一定酒龄的朋友对文君酒定能耳熟能详，在上世纪八九十年代，文君酒是堪与超一线白酒品牌并驾齐驱的知名好酒；曾一度享有“中国酒王”的盛誉，“一曲风求凰，千载文君酒”的品牌口号更是深入人心，年销售额在上世纪八九十年代就一度劲销数亿元，深受当代人的喜爱和追捧，它陪伴了一代人的成长岁月，缔造了一个时代的传奇。

今番归来，当然所谋者大：重振市场，文君复兴！据悉，此次上市的真藏系列新品，其产品核心理念就在于“真情义·真传承·真活塞·真藏酒”，回归初心，从而赢得经销商和消费者的倾心。对于这一点，在场外偶遇文君酒厂技术总工严志勇，他深有感触地说：“我们文君酒有过辉煌的历史，但那属于曾经；在如今的时代，甚至可以说在以后的任何时代，要想赢得消费者，还是得靠‘真’，真实的好酒，真诚的价格，这才是我们文君酒业推出真藏系列的用意，这才是咱们这些真正的酿酒人为消费者捧出的一颗真心！”

当然，文君酒其实在市场上也有着不容小觑的深厚基础，这基础正是源于文君酒与众多经销商拥有的情谊和缘分。在会上，一位经销商代表无不激动的发言引起了大家的共鸣：“我与文君酒有深厚的缘分，当年我一直最爱喝的就是老文君酒，而我卖酒这么多年，也不断有消费者向我找老文君酒，想喝老文君酒。这次文君酒厂找我合作，包装一看：经典老瓶型！顿时勾起满满的回忆；接着深入一聊，准备走‘真藏老酒’的市场路线，我立马觉得对了路，当时就拍板签下了经销合同——卖好文君酒，不仅是责任，更是一种情分！”

有了真情义的客户基础，同时还需要科学系统的市场运作支撑。文君酒业不打无准备的仗，特别聘请了以“中国酒业创新传播专家”著称的海纳机构提供精准咨询服务，在会上，海纳机构的总经理吕咸逊先生也做了精彩发言，通过对行业的数据分析以及发展趋势，进而解读他对文君品牌与市场发展的深度思考，提出“聚焦大单品，精耕根据地，重塑老品牌”的规划思路，与会嘉宾听后深感认同。

而会议的高潮，来自于四川文君酒经营有限责任公司董事长总经理任斌先生的发言。他的发言质朴而实际，真诚而激昂，从品牌发展战略、产品发展战略、市场发展战略三方面进行了阐述，尤其在市场发展战略部分，更是具体提出了文君复兴的“五六七战略”规划，最后更是鼓舞人心地提出了“20·10业绩递增工程”，即：到2020年，文君酒业将实现年销售收入10亿元。

酒版精品成“抢手货”

■ 上金

所谓酒版是指酒的样板。酒版又称酒办、酒伴、酒样、“迷你”酒，是一些酒厂按比例将各种名酒缩小制成，专为促销宣传、专家品鉴、收藏者收集而特意生产的微型瓶装酒，它与原装酒在外观、材质、酒液、酒标上完全一样，瓶内装有30至50毫升的原酒。

酒版起源欧洲大陆

据上海金融报报道，最早的酒版起源于欧洲大陆。据考证，酒版的来源可追溯至16世纪末，当时仍是君主制的法国，一些酒商派人用陶制小瓶盛着其生产的葡萄酒，在街上向路过的行人兜售，相当于现今的试饮宣传方式。那些给人试饮的小陶瓶便成为酒版的前身，当时只充当宣传品的角色的酒版，经过几百年的演绎后变成一种独立的商品。

自20世纪50年代

起，世界各地出现了不少专门生产酒版的酒厂，而酒版设计者们花尽心思，采用了诸如狗类、飞鸟、人物、建筑物等造型，以精美古怪的外形来弥补酒质欠佳的缺点，令人无法抗拒其魅力。

改革开放引入国内

酒版在我国的产生很特别。20世纪80年代初，洋酒以铺天盖地之势进入我国，但终因其价格昂贵而购者寥寥。于是，精明的洋酒经销商审时度势，改大为小，向中国酒市推出洋酒版——袖珍酒，同时，微缩的瓶酒价格也降了下来，受到了普通百姓的青睐。

随后，不少国内酒商纷纷推出中国酒版，包括“张裕”套装6种红葡萄酒、四川的“六朵金花”等。此外，酒版也有纪念瓶，如参观中南海、毛主席纪念堂、人民大会堂等各地名酒酒版，李时珍诞辰400周年的人、龟、蛇、

竹4连瓶套装迷你酒，庆祝香港回归酒样等。欣赏这些酒瓶，会使人陶醉在源远流长的酒文化之中。

成套酒版升值潜力大

由于酒版大多造型非常独特，本身也就成为了一种艺术品。在若干年前，基本都是爱酒人士才会购买酒版作为藏品，但现在一些不喝酒的人也开始收藏酒版。



在一些不喝酒的人也开始收藏酒版。因此，老酒版的价格不断上升，一般单品价格较前几年会翻番，而成套的酒版价格更是上升十几倍。小小的酒版像邮票一样，方寸之间给收藏者带来了诸多乐趣，并且升值潜力具有巨大空间，很多酒版目前已经有价无市。

不过，收藏酒版的人要了解酒文化，需知

道酒的来源、分类、出产国甚至酒厂的历史，这样才容易成为一个专业的收藏人士。

挑选酒版有窍门

收藏者如何挑选酒版，为此，专家提出了三点建议：

一是年代越久价格越高。购买酒版时第一要看牌子，有些牌子的酒版并非配合推广而制造，因此数量较多，价格一般，收藏意义不大。大牌子酒版一般是限量制作。第二是看用料，像水晶樽、瓷瓶的酒版比玻璃瓶要好。第三是看时间，年代久远的酒版，保存越好就越有价值。

二是掌握酒版标准。酒版收藏始于西方，且以洋酒为主，但近年来随着国内市场的兴起，白酒酒版收藏也不断升温。标准酒版通常有30毫升、50毫升及70毫升等规格，但以50毫升的酒版最为普遍。

三是多加比较。酒版没有太多专柜，售价也参差不齐，一些外国酒版可能被抬至原价的10倍。收藏者买酒版时要多逛几家店铺，或上网查询一下价格，以免买到与价值不相符的货色。

在收藏渠道上，以往主要是酒版爱好者在各地市场上淘货，或者藏者交流时相互转让。另外，在大型超市、名酒专卖店中，一般都有一些酒版零售。当然，还可委托亲朋好友或自己到外地购买，许多酒版一般都会在某一特定地区零售，如风景名胜区大都销售纪念性酒版。



话说世界上最出名的加强型葡萄酒

加强型葡萄酒是指在酿造过程中加入了烈酒（如白兰地）进行强化的葡萄酒，很多人会把它和蒸馏酒混淆，但是其实它并不属于蒸馏酒，而是属于发酵酒，它是一种加入了蒸馏酒的发酵酒。

往葡萄酒中加入烈酒这种做法本来是为了让葡萄酒可以贮藏得更久。加入烈酒可以使葡萄酒的整体酒精度提高，从而杀死酒中的酵母，终止发酵。现在，葡萄酒进行加烈是为了增强葡萄酒的风味和酒精度。在葡萄酒还没有完全发酵之前就加入烈酒可以使酒中的残留糖分含量更高，从而获得一种口感更甜、酒精度更高的葡萄酒。

加强型葡萄酒一般也被人们叫做“甜酒”，因为它们通常都很甜，而且一般是在餐后饮

用，属于餐后甜点酒。在法国，这种葡萄酒有时也被叫做“利口葡萄酒”（Vins de liqueur），不过根据欧盟法律，能冠上这个名号的葡萄酒酒精含量必须达到17.5%（ABV）以上。

在二战后的经济大萧条期间，很多厂商为了提高葡萄酒的酒精度而生产了大量价格低廉的加强型葡萄酒，使得这种葡萄酒的名声受到损害。如今，这样的葡萄酒依然在市场上销售，不过在某些地区，它们的销售是受到限制甚至禁止的。

各类加强型葡萄酒大推介

1、马德拉(Madeira)葡萄酒

这种葡萄酒产自葡萄牙的马德拉群岛，从干型到甜型都有。干型的马德拉葡萄酒一般用作餐前开胃酒，而甜型的一般用作餐后

助消化酒。

2、马沙拉(Marsala)葡萄酒

这种葡萄酒产自意大利西西里的马沙拉市及其周边地区，既有加强型的，也有非加强型的。加强型的马沙拉葡萄酒里面加入了白兰地，最初是雪利酒的一种替代品。它在意大利尤其流行，可以用作酱料、甜点、烩饭(risottos)的调料酒。

3、波特(Port)酒

这种酒产自葡萄牙，是用一种叫做“aguardente”的白兰地进行强化的，它通常是甜型，不过也有半干型和干型。甜型的波特酒一般用作餐后甜点酒。

4、雪利(Sherry)酒

这种酒产自西班牙，它跟以上介绍的3种

加强型葡萄酒有所不同。以上3种是在发酵还没有结束之前就加入烈酒进行强化的，而雪利酒是在发酵完成之后再进行强化，这就使它的口感更干，酒精度也更高。喝雪利酒时一般用一种叫做“copita”的郁金香型小玻璃杯。

5、味美思(Vermouth)

这是一种加入了药草和香料的加强型葡萄酒。它的制作方法是保密的，只知道加入的材料中有肉桂、甘菊、墨角兰和小豆蔻。最初，加入这些药草和香料是为了掩盖质量低劣的葡萄酒的难闻气味，让它具有一种轻微的药草香。现在，味美思成为了许多鸡尾酒必不可少的成分，有时候它也可以用作餐前开胃酒直接饮用。

(据红酒世界网)

见证品斛堂新米初酿节暨健康白酒封藏大典

■ 吴铭

11月18日上午，2017品斛堂新米初酿节暨健康白酒封藏大典在中国云南高黎贡山，品斛堂万吨精米酒酿造基地隆重开幕。云南省各级领导、企业名流，国家开发银行、广发银行等金融机构，长江商学院各位校友、源坤创始人钟杰校长、著名白酒专家李克明教授、云南省酒业协会马黔飞秘书长、昆明酒类行业协会方志强会长等行业重量级嘉宾，来自多家媒体的记者朋友，以及与品斛堂密切合作的伙伴们，千人齐聚，共襄盛举，共同见证了品斛堂酒业首届新米初酿节原浆酒的封藏仪式全过程。

作为云南酒业一年一度的年度盛宴，2017品斛堂新米初酿节暨健康白酒封藏大典在这场全国交流中，凝聚了云南民族文化特色的智慧精髓，呈现了品斛堂酒业肩负云酒代表品牌推动云酒战略发展的新时代使命。品斛堂酒业首创保健酒封藏的同时，每年的封藏大典在保留传统环节的基础上，不断创新突破，为云南酒业注入新活力，赢得了社会各界的广泛关注和高度认可。

鼓舞迎宾，感受民俗文化之美

鼓迎新酿，酒都飘香。敲响的是对新时代的期许。滇西神山，天地灵气。沉淀的是对岁月的深情。记忆传承，匠心精神，这是品斛堂人坚守初心的酿酒秘密。

伴随着“神山庇佑”祥云的腾空，振奋人心的鼓舞飞扬大典正式开启。一场极具感染力的民族舞蹈，既表达了品斛堂人对大自然的敬仰以及云南酒文化传承技艺的感恩之心，又淋漓尽致地诠释了云南民族文化特色，点燃了大典现场的热烈氛围。

随后，品斛堂董事长赵志然先生上台，进行了精彩洋溢的现场致辞，感谢与会嘉宾莅临现场，详细阐述了品斛堂新米初酿节的由来、万吨精米酒酿造基地建成投产、云南首座生态林藏酒海。赵志然先生表示，品斛堂是一家专注石斛“研产销”一体化的现代生物科技型企业，始终坚持全产业链发展模式，并取得了卓著成绩。品斛堂酒业依托云南悠久的米酒历史底蕴，历经数年的创新发展，可以自信的说拥有云南最大的精米酒酿造基地，拥有



清晰的发展战略和卓越的产品品质，我们有信心、有决心、有方法把品斛堂打造成云酒第一品牌，滇派健康白酒创导者。

同时，龙陵县相关领导出席封藏大典并发言，对品斛堂酒业推动云南白酒产业发展作出的贡献表示充分肯定，寄望品斛堂酒业在为云南老百姓提供高品质好酒的前提下，满足人民美好生活的需求，并再接再厉把云酒做大做强。

新米投酿，开启品斛堂新征程

金秋云南丰收季节，各地州稻谷盛产，家家户户繁忙收割，喜获一季耕耘的新米。值此庆贺之时，品斛堂酒业以新米酿新酒，迎合云南多民族饮米酒习惯，成就云酒特色的“新米初酿节”。

此外，“品斛堂万吨精米酒酿造基地”隆重揭牌仪式作为新米投酿仪式的开篇环节，邀请了省市领导和企业领导六位嘉宾共同参与。据悉，品斛堂万吨精米酒酿造基地2017年建成正式全面生产，是云南规模最大、品质最好的精米酒酿造基地。随着现代科学技术发展，中国白酒酿造正进入“四化”创新阶段——机械化、智能化、标准化、信息化，品斛堂万吨精米酒酿造基地作为智能自动化程度最高的酿造车间，目前在云南，乃至全国保持领先，可以说处于中国白酒酿造工艺的顶级

阶段。如此庞大的产能，有效满足了年销售额过10亿的需求，也成为品斛堂酒业云酒第一战略的强力支撑，开启“两年3个亿，三年5个亿，五年10个亿”的新征程。

祭山大典，见证传统神圣仪式

一杯天人共酿的好酒，绝无仅有。产区和不可复制的条件是两大核心因素。品斛堂酒业之所以能够成为云酒品质标杆，得益于滇西神山——高黎贡山先天的自然生态环境，这为酿酒提供了最好的水、最好的空气、最好的土壤、最好的石斛。品斛堂酒业的总部基地、万吨精米酒基地、石斛种植基地，均位于高黎贡山山脉，成就与生俱来的生态品质。

“深秋气爽，式协良辰，品斛堂酒业全体员工，发诚敬之心，感恩之情，敬备祭品雅乐，恭祭我云酒神山暨品斛堂酒之祖庭高黎贡山……”由品斛堂酒业高管、酿酒师们缓步登上祭祀高台，奉上品斛酒，恭行敬礼，共同祈愿云酒龙脉，世代永昌。

传承千年米酒脉络的品斛堂人不忘先祖，值丰收之时都要举行隆重的祭祀大典，感恩先祖，敬畏神山。品斛堂酒业在弘扬云南米酒文化的同时，坚守着一份酿酒人的信仰——酿最好的酒，供云南本带老百姓饮用。

生态品质，创新技术实现突破

品斛堂酒业在石斛健康白酒领域的探索，无疑是行业先驱。经过两年多时间的研究，实现了技术创新突破，成就斛香型新品类。

活动现场，品斛堂酒业董事长闫永增先生深度系统地阐述了上品斛酒的核心优势，同时正式发布了本届封藏大典的封藏产品。在源坤教育科技创始人、中国白酒品鉴大师钟杰校长的引导下，全场所有与会嘉宾参与了上品斛酒的五官品评，给予积极评价和高度赞赏，确认成果代表了目前石斛酒行业最新的科技成果和最高研究水平，技术创新能力在国内领先地位。

品斛堂酒业以高原精米为原料，引高黎贡山天然弱碱山泉水酿造优质基酒，遵循君臣佐使中医养生理论，运用现代生物技术，通过科学配比创新研发，精心调配而成。

森林封藏，展现云酒独特魅力

封藏仪式作为封藏大典的最后一幕重头戏，签名、贴封、上锁、加盖、入林藏酒海。现场9位嘉宾代表共同完成。封藏仪式上的每一个动作，以及十八罗汉抬进森林藏酒区，即将被时间封存的每一坛酒，都记录了品斛堂人的终生事业，也展现了品斛堂匠心酿造的成果。

品斛堂生态林藏有六大特征：大生态圈，高黎贡山的生态集核，水质好，土壤好，空气好，优质的自然环境是酿造好酒的基础，好酒贮存才有更有价值；恒温恒湿，云南气候四季如春，该区域年平均气温在16~18度，对酒体自然老熟更加有利；森林富氧，森林酒海区域的高含氧量满足酒的氧化反应所需，使酒分子充分缔合；石斛花养，野生级石斛与酒海树木共生，美酒与鲜花常年相伴，赋予美酒独特醇香