

G·R 官荣评分
鉴评 53 大优质酒

■ 凌川牌凌川白酒 |



度数:55%vol
香型:麸曲酱香型
生产厂家:辽宁省锦州市凌川酒厂
G·R 官荣评分:86
G·R 酒评:酒液澄清透明,清香中含有酱香,入口柔和,甘冽较爽净,回味较短,其色、香、味搭配较协调,空杯留香时间较长,具有酱香风格。

■ 凌塔牌凌塔白酒 |



度数:53%vol
香型:麸曲清香型
生产厂家:辽宁省朝阳市朝阳酒厂
G·R 官荣评分:84.5
G·R 酒评:清澈透明,清香较纯正、清雅,从口感上看,入口平顺较醇甜,酒体较干净,欠饱满,后味短淡,麸曲清香风格一般。

■ 向阳牌陈曲酒 |



度数:55%vol
香型:麸曲浓香型
生产厂家:内蒙古赤峰市第一制酒厂
G·R 官荣评分:85
G·R 酒评:酒液清亮透明,带有窖香,略带陈香,入口绵甜,酒体较醇厚,尾欠净,酒体较协调,味较短,浓香风格欠佳。

■ 大明塔牌宁城老窖 |



度数:55%vol
香型:麸曲浓香型
生产厂家:内蒙古宁城县八里罕酒厂
G·R 官荣评分:85.5
G·R 酒评:清亮透明,浓香较正,入口较绵甜,酒体欠丰满,较醇和,落口较爽净,浓香风格欠佳。

原酒之形 |

诞生于 1892 年的民族品牌张裕,迈向国际化的步子越来越大。

但是国际化的领跑,究竟给张裕带来了什么,迄今仍是个争议话题。

仅从业绩层面看,张裕的增速与主打国内市场的白酒“巨头”们有较大差距,从市场表现看,国外产品在张裕销售中的占比较少,而在品牌层面,张裕本身已是酒业超级“IP”,其所收购的国外酒庄虽知名度较高,但对张裕品牌的加成效果并不明显。

对此,烟台张裕集团有限公司党委书记、董事长周洪江在两会期间发声,解读了张裕为中国市场带回的世界馈赠。

张裕的“对标”与“达标”

今年两会的政府工作报告中提出:“全面开展质量提升行动,推进与国际先进水平对标达标,弘扬工匠精神,来一场中国制造的品质革命。”

对标、达标和品质革命,这正是国产葡萄酒当前所面临的关键课题。

海关数据显示,2017 年,中国进口葡萄酒达到 74.6 万吨,同比增长 16.88%,而之前三年,国内进口葡萄酒总量分别为 38.3 万吨,55.4 万吨和 63.8 万吨,可以看出,仅仅过了三年时间,中国进口葡萄酒几乎翻了一倍。

与之形成强烈反差的是,国产葡萄酒产量一路走低。2017 年,中国葡萄酒产量达到 100.1 万千升,比去年减少 13.6 万千升,近 5 年的平均降幅在 6%左右。

如果说 2012 年以来的行业下滑,更多是由于市场调整造成的“不适”,那在酒类消费整体增长的近期背景下,国产葡萄酒的低迷表现,则是正面竞争的结果——在高度国际化的葡萄酒市场,如果产品质量无法达到甚至领先国际水准,那就意味着在本土市场也将被淘汰。

“中国葡萄酒市场是世界上最具潜力和成长性的市场,也是全球竞争最激烈的战场,”周洪江对此已有充分认识,并进一步提出,张裕全球布局的目的之一,就是巩固中国市场。“要以‘一带一路’建设为重点,坚持引进来和走出去并重,对中国葡萄酒来说,这不仅激励,也是航标。”

从“对标”与“达标”,到周洪江所说的“航标”,这是一个完整的理论和实践关系。

酒人小传 | Brinkers biography

古井集团梁金辉:尽快开展“白酒酿造技艺申遗”

■ 刘西越

打造民族品牌,设立国家“工匠基金”、将白酒酿造技艺申请世界非物质文化遗产……日前,全国人大代表、古井集团董事长梁金辉在接受记者采访时表示,希望国家尽快开展将中国白酒酿造技艺申请列入世界非物质文化遗产名录相关工作,推动中国文化在全世界范围的传播和继承。

白酒酿造技艺申遗

2010 年至 2016 年期间,全球骤然刮起世界饮食遗产之风:以法国大餐为代表的饮食进入世界非物质文化遗产名录,同年入选的还有西班牙、希腊、意大利、摩洛哥联合申报的“地中海饮食”“传统墨西哥餐饮”。迄今为止,世界上已经有了六个饮食类非物质文化遗产,但中华饮食不在其列。

梁金辉表示,进入 21 世纪以来,短时间内密集地申请和通过了如此多项饮食类世界非物质文化遗产,这种现象在历史上是前所未有的。中国的酿酒起源于超过一万年的新石器磁山文化时期。中国是世界公认的发酵和蒸馏技术的鼻祖(2016 年海昏侯墓考古发现了全世界最早的青铜蒸馏器)。中国人也正是在西汉时期通过古丝绸之路向世界传播了蒸馏技术,世界蒸馏酒发端与此。

近代以来,我们国家的陶瓷和丝绸制造技术先后被国际其他国家超越,而中国白酒的酿造技艺仍属于我国独有的知识产权,是可以肩负中国民族产业的最重要符号。而随



从 2013 年到 2018 年,张裕先后收购了法国富朗多干邑公司、西班牙爱欧公爵、法国蜜合花酒庄、智利贝斯酒庄和澳大利亚歌浓酒庄公司,其中的智利贝斯和澳大利亚歌浓,均为最近一年内所收购,投入资金超过 3.5 亿元。不仅在国产葡萄酒行业,即便在整个中国酒类行业,张裕的国际化布局程度也堪称领先。

现在回顾张裕的国际化布局过程,会发现这与其质量理念和质量水平的提高,是同频共振的。

早在 2012 年之前,张裕便在国内拥有 30 万亩葡萄种植基地,其中新疆产区有葡萄基地 12.5 万亩,宁夏产区 8 万亩,陕西产区 1.5 万亩,辽宁 0.5 万亩,北京 0.5 万亩,在烟台大本营有 7 万亩,张裕的葡萄种植面积约占当时中国酿酒葡萄种植总面积的 1/4 强。

在规模优势的基础上,张裕开始更加追求产地特点和产品特色,这恰恰是张裕国外收购的起步期。

当张裕看过了世界各大葡萄酒生产国家和代表性产区,也渐渐理清了自己的思路,比如烟台滨海葡萄酒的细腻风格,新疆酿成的酒强壮饱满,宁夏的酒则口味平衡。在此基础上,通过长期研究,张裕对不同产区、不同园区最适合葡萄品种的选育培植,也收到成效,风格表现更加多元和突出。

而在张裕第一轮全球布局进入尾声,在智利、澳大利亚分别落子后,其对质量的理解和把握,又到了一个新境界,其代表作便是“醉诗仙”升级版。新鲜、易饮、百搭,针对消费者日常饮用的场景化产品设计,都表明这是一款有着丰富“阅历”,又融为已用的突破性产品。

由于葡萄酒产业自身的客观规律,与国际最先进水平的对标和达标,需要一个过程。可以确定的是,沿着在世界布下的“航标”,张裕的品质革命将继续进行下去。

勇闯世界,
是张裕最犀利的品牌占位

关于“全球化并未给张裕带来品牌加成”的说法,其实值得商榷。

直观来看,张裕目前所收购的各国酒庄,于中国市场的品牌知名度确实有限,但其隐形价值难以估量。

一个可以对标的例子便是华为。华为之所以在全球范围具有如此强大的品牌力,与其国际布局的战略有直接关系。张裕在这方面本就具有先天优势。

一百多年前,在“洋务运动”的背景下,张弼士创建了张裕,在最初的技术、原料、酿造等各个层面,都蕴含着中西结合的基因,其酿酒师是来自海外的巴宝男爵,而产品也大量销往南洋。在之后,张裕始终保持着与国际葡萄酒先进国家及大型酒商的紧密联系,不断提升自身的国际化品牌形象。

通过在世界各个优秀葡萄酒出产国的布局,张裕品牌的国际化水平可以再进一步,向消费者展现全球不同地域性的葡萄酒文化。如周洪江所言,希望消费者从张裕这杯浓郁的酒中,“既能品出百年历史的厚重,也能品出全球布局的多样性”,这正是一个“华为式”品牌的酒类样本。而这种犀利的品牌占位,无疑将是张裕提升品牌高度,提高国内市场地位的关键步骤。

老大的“约定”?

如果单以海外销量计,茅台恐怕也不“乐观”,2017 年,茅台集团海外销量超过 3 亿美元,但与 764 亿的集团销售收入、403 亿的利润总额相比,所占比例极其有限。但这并不妨碍国际化发展成为茅台全年的表现亮点,在国际市场率先突破,将使茅台“领先”变为“领袖”,为更长期的行业竞争建立决定性优势。

张裕正走在同样的道路上。通过国际化布局,使品质和品牌与国际一流水平接轨,发起国内市场“保卫战”和“反击战”,张裕将在领跑国产葡萄酒的基础上,赢得这场家门口“国际化”之战的更大胜利,同时也是更高水平、更高质量的企业发展。

“在产品方面,因为不同产区的葡萄风味不同,张裕已开始全球资源调配,为中国总部及任一子公司弥补不同风格、不同价位的产品线缺失”,周洪江表示,而在工艺方面,由于海外酒庄的酿酒技术各异,张裕已启动各国酿酒师在集团内部的互访交流,“调配一支海外大军协助张裕争夺中国市场。”

聚焦国际资源,做强国内市场,进入“周洪江时代”,张裕“打法”越来越清晰,勇闯国际,实则是张裕发展意识和领先意识的充分表现,是其作为国产葡萄酒龙头的担当之举。品质革命,品牌占位,行业优势的固化和转化,在视线可及的未来,国际市场将为张裕带来丰富“馈赠”。(据云酒头条)



着现代化工业进程的不断推进,中国传统的酿酒技艺也受到了很大的冲击。

梁金辉认为,目前,我国从事传统酿酒工作的酿酒工平均年龄超过 48 岁,并且每年酿酒工人呈负增长,如不加以特别重视和保护,长此以往中华古老的酿酒技艺传承将岌岌可危,世界最早的发酵和蒸馏酿酒技术将逐渐遗失殆尽,最终消失在茫茫的历史长河中,中国传统酿酒文化的消失对我们国家的整个民族乃至全世界都是惨痛的损失。

同时,中国白酒酿造是一门涉及广泛的综合技艺,完全可以集中表达中华民族历史、文化、科技、传统习俗等多方面的内容。通过

中国白酒申请世界非物质文化遗产,一定能够从技艺到记忆,从内部到外部,从国家到世界,推动中国文化在全世界范围的传播和继承。将中国白酒酿造技艺作为我们国家申请列入世界非物质文化遗产名录的重点工作,尽早排上日程推进施行。

设立“国家工匠基金”

在梁金辉看来,“工匠精神”就是指工匠对自己产品精雕细琢、精益求精的精神理念。李克强总理在政府工作报告中指出,“弘扬工匠精神,来一场中国制造的品质革命。”可见,当下国家对人才标准的制定已发生微妙改

变,不再局限于紧缺的高级、高端人才,而是侧重培养工匠精神和劳模精神。

梁金辉坦言,在传统制造业,我们仍然缺乏响当当的“中国名片”,其背后所折射的,又恰恰是基础制造业优质技术人才——大国工匠的缺失,制造企业管理中工匠精神的缺失。“越来越多年轻人讨厌进工厂、讨厌制造业,原因无非是工作苦、收入低、无前途等。为彻底去除年轻一代加入传统制造业、进工厂的思想包袱,肯定默默奉献、苦心钻研精湛技艺的老师傅成绩,必须为工匠精神构建保障机制,科学激励。”为此,他建议设立国家“工匠基金”,在物质上给予工匠、劳模大力支持,解决他们后顾之忧。

“国家工匠基金”主要用于工匠的技能培训、劳模创新工作室的创立和推进,以及师徒帮带、技能竞赛、技术创新、项目扶持和成果运用推广等方面。要坚持“立足职工、倾斜一线、公平助优”,对不符合国家产业发展规划的工匠及其项目,不予安排。

对于国家工匠基金的管理,梁金辉建议,首先要建立工匠管理机构,专人负责,建立全国工匠、劳模数据库。其次,建议由国家财政部牵头制定《国家工匠基金管理办法》,用制度来规范和保障国家基金运作。如规定获取该基金的工匠、劳模应由全国各省市推荐,国家组织专家评审,分类分行择优选出,授予他们国家级工匠、劳模等荣誉称号并公开表彰;同时,拨付每人 50 万~100 万工匠基金,在加强精神引领的同时又给予足够的物质奖励,使他们有充分的成就感、获得感和奋发向上的精神动力。