



陈年雷司令的汽油味从哪里来?

■ 红轩

雷司令(Riesling)是德国最古老的品种之一,总体而言,典型的雷司令干白葡萄酒矿物质特质十分明显,并带有柠檬、酸橙、蜜瓜和菠萝的风味。其矿物质风味与果味相互交织,很好地展现出了它的风格特点。亚洲首位葡萄酒大师李志延(Jeanie Cho Lee MW)曾经点评道:“与流行的白葡萄酒品种霞多丽(Chardonnay)与长相思(Sauvignon Blanc)不同,雷司令不以橡木桶粉饰面目,也很少见到它以“邋遢”或肥美的模样面世。这一品种总是带有强劲而美好的酸度与新鲜风味,在口中绵延生长。”

陈年的雷司令葡萄酒还有一个最典型的特征——汽油味。如果你去参加盲品局,闻到了一款白葡萄酒有着明显的汽油味,喝起来酸度又很高,那么十有八九就是雷司令。雷司令的汽油味也有着不小的争议,有人说它是雷司令优秀风土的象征,有人说它是雷司令的一种缺陷,这倒是有点像葡萄酒界里的“香菜”,爱了就爱了,不爱就不爱,没法转化。那么,“汽油味”到底是从哪里来的呢?

化学家们的研究为我们揭开了这个谜底:石油(包括汽油/煤油)和陈年后的雷司令葡萄酒中含有一些类似的芳香族化合物 TDN——1,1,6-三甲基-1,2-二萜(1,1,6-Trimethyl-1,2-dihydronaphthalene)。TDN 是由葡萄里的类胡萝卜素(Carotenoid)分解产生的。其实雷司令以外的一些其他葡萄品种也含有这种类胡萝卜素,砂岩和石灰岩,这些石头能反射阳光,给葡萄藤提供更多的热量,葡萄的成熟度也更高,因此出产的雷司令经过陈年后汽油味更为突出。迷人的果干、蜂蜜的风味,混合着一丝“汽油味”,这种高辨识度的味道也许就是雷司令的真爱粉喜欢它的原因吧。

白酒收藏上升为“新经济”重要现象

最近,一个90后突然走红微博。让他一夜成名的是“卖酒还债”的神奇经历。因为“炒鞋”失败,这位大学生负债近百万元,紧急关头想起来家中还有几瓶陈年好酒,这位同学回家拿出了一瓶90年代的“老茅台”,轻松实现了“茅台变现”,还上了欠款的同时,还略有盈余,羡慕嫉妒恨的网友为他送上“酒二代”称号的同时,纷纷调侃,存钱不如存酒,自己也要请假回家看一看,说不定也能一夜暴富!

类似“酒二代”这样将白酒卖出天价新闻,在这几年其实已经并不新鲜。1989年参加第五届白酒评比大会上获得金奖的同批次原浆沱牌曲酒,在市场上已经拍出了110万的高价;而50斤坛储89年陈年基酒,更是拍出了215万元。去年双11期间,歌德老酒庄天猫旗舰店推出的2019年横贯世纪的茅台年份套装,售价高达111万元,不到1小时的时间里,三套百万元产品便被消费者抢光。

在以收藏级茅台酒这样的热门产品的拉动之下,电商售价高达百万元的收藏级茅台酒,仅一个小时便销售一空,其他名优酒的老酒产品也顺势成为了消费热点。伴随着白酒价格屡屡创下新高,收藏老酒的热度也随之升温。随着社会的发展,经济水平的提高,人们越来越看重“投资”两个字。现在,存银行的吸引力已经大打折扣,大家的目光都聚焦在投资上。

而顶级名酒向来都有“液体黄金”之称,近年被视为投资回报最稳定、最可观的投资品种之一。英国统计过6种主要投资项目30年来的累计回报率,结果显示:钻石的涨幅为1.49倍;黄金1.68倍;中国瓷器16.67倍;古典名画16倍;顶级名酒则高达37.69倍。

在国内,白酒投资热也逐渐开始兴起。逐年上涨的价格几乎让白酒也成了“硬通货”,甚至有着“投资白酒胜过黄金”、“炒酒过好炒股”等坊间传闻。

在这样的情况下,如何选到一瓶值得投资的好酒,真酒,就尤其需要关注。近日,中国17大名酒开始陆续启动与天猫合作,纷纷在天猫开设旗舰店或者专业代理酒店,投资者也能买到货真价实的收藏级好酒。

据中国酒业协会发布的《中国老酒市场指数》报告中指出,2013-2018年,老酒市场规模持续扩大,去年达到了500亿元。而在接下来的三年内,老酒价格还将不断攀升,消费人群也将持续增加,老酒市场规模也会随之不断扩大,预计到2021年,老酒市场的规模将达到千亿级别。

业内人士介绍,中国的白酒投资市场正在焕发着新的活力,收藏名酒正成为酒类消费的一大趋势。

(据漫谈互联网)

中国陈年白酒发展历史及发展趋势

——胡义明谈陈年白酒收藏的“五大要素”

■ 酒说

“老酒收藏,被升值的岁月”。近年来,以名优白酒品牌为代表的陈年老酒市场持续升温,老酒收藏热也正在成为一大趋势。

到底什么是“陈年白酒”?

中国陈年白酒,又称陈年老酒。通常是指整瓶酒从灌装出厂日期起,已经投放市场并经过长时间的存放,保存完好,其内在品质具有特殊的陈香、陈味风味特征的酒。

中国酒业协会对陈年老酒的标准定义是“由具备白酒生产资质企业以传统白酒(固态法、半固态法)工艺酿造,出厂10年以上,且存放完好白酒产品”。

在行业内,陈年老酒属于酒类生产厂家的核心战略资源。因为中国名优白酒的生产,需要用陈年老酒来对基础酒进行调味,加入少量的老酒就可以使基础酒发生神奇的变化,醇厚陈香,对酒的口感起到画龙点睛的作用。

所以,在酒类生产企业中,也将长期储存的用于调整基础酒香味的老酒,称为调味酒。

一般情况下,酒类生产企业每年都要精选一定的高品质原酒,按照其香味特点和顺序作为调味酒储备。因此,各大酒企均视陈年老酒为企业核心战略资源,是每个企业酒类产品品牌的核心竞争力,非常珍贵。

陈年白酒的收藏发展史

收藏在中国有着悠久的历史,传统收藏概念主要是指古玩、书画、观赏石、钱币、书籍等。

一般来说,收藏品应具有以下五个方面的特点:1.稀有性,越来越珍贵;2.不可替代性;3.保值性,升值性;4.观赏性;5.享受性。

收藏品不仅是财富,更是品味、修养,以及地位的象征。近年来众多企业参与收藏,充分展示现代企业的层次和魅力,增加品牌美誉度,使其在激烈的商战中成为大众关注的对象。

自古以来,关于白酒就流传着一句话:“酒是陈的香”。

中国陈年白酒的收藏,是随着中国改革开放的不断深入发展,在上世纪80-90年代逐渐兴起的。这是中国改革开放诞生的新生事物,是中国收藏行业的新门类。

由于中国陈年白酒收藏不但具有其它收藏行业的历史、文化等等价值外,还独具饮用价值,被称为是“可以喝的古董”。

陈年白酒收藏的“五大要素”

中国白酒是距离老百姓最近的一种生活产品,人们认知度高,从收藏的角度,老酒是最具群众基础的收藏项目。那么,什么样的酒值得收藏?胡义明强调了五大要素:

第一、要看品牌:系出名门的名酒。首选全国第五届评酒会评出的17大名酒,53种优



质酒。收藏酒和收藏字画一样的道理,即名人字画,收藏酒亦应主要选名企名酒。

第二、要看时间:收藏时间越久远越珍贵,价值越高。

第三、要看品相:历经岁月传承,存留下来的老酒其好的品相是非常难得的,品相是决定藏品价值的关键。另外由于非窖藏酒,老瓶封装的白酒在灌装前已经过调制,因而完善了酒质和成份,非常稳定。

第四、要看存世量:现存数量越少的酒,越珍贵,价值越高。

第五、要看酒度:一般50度以上为佳。高度优质酒质适合陈藏,越陈越好者价值要高于其他。中国自古有“酒是陈年好”之说。

众所周知,高度的中国白酒(50度以上)是完全没有保质期概念,具有越陈越香的特点,越陈越好喝越陈价值越高。同时,低度的优质白酒也有越存越好的先例(如88年39°五粮液和86年38°泸州特曲)。

陈年白酒收藏对行业发展有哪些贡献?

2014年,是中国陈年白酒发展的关键年。中国酒业协会成立了中国名酒收藏委员会等专业组织,并先后开展了陈年白酒鉴定、名酒收藏拍卖等活动。

这极大地激发了全社会对中国名酒收藏的热情和关注,引领中国陈年白酒收藏进入一个高速发展的崭新时代。近年来,中国名优白酒产业复苏和整个白酒行业的蓬勃发展,越来越体现出中国白酒收藏行业的巨大贡献作用。

一是揭示了中国白酒是有生命的科学规律。

中国白酒的后储存过程是生产发酵过程的延续,在适当的储存条件下,白酒仍然在进行质量运动,通过缔合、交换和化学反应等方式,增加愉悦的陈香和舒适的醇厚感,使酒更具饮用价值,增加美妙的享受感。

二是促进了茅台酒由快消品到收藏投资品金融属性的完美融合。这是得到社会普遍认可的事实。可以说,茅台酒能成为中国白酒投资收藏稀缺资源,有今天这样“一瓶难求”的局面,老酒收藏行业功不可没。

三是直接和间接的解决了上百万、千万从业人员就业。

四是激活了一批老名优酒品牌的价值。比如当年10多元/瓶四川二峨大曲,现在1000多元/瓶的价格被川酒集团收购等案例。如果没有收藏,唤起人们对那份历史情感的记忆,形成社会影响,是不可能实现的。

五是老酒收藏热激发了市场对上世纪七、八、九十年代老名优酒包装的消费热望。这让部分名优酒企业看到了巨大的商誉和商机,复刻版老包酒唤醒了消费者记忆,丰富了名酒品牌文化内涵,已经成为目前名优酒市场重要畅销大单品之一。

如五粮液复刻版萝卜瓶、麦穗瓶,尖庄热销,泸州老窖特曲复刻版热销,沱牌复刻版已作为其今年的重大战略布局内容等等,名优产品复刻版老包装酒形成了当今酒品市场的一道亮丽的风景线。

六是从理论上规范了中国白酒收藏的价值定位,即历史价值、文化价值、饮用价值。陈年白酒收藏的蓬勃发展,为弘扬中国酒文化,提高中国白酒的品牌高度和美誉度做出了巨大贡献并得到了社会的普遍认可。

陈年白酒收藏值不值?看发展趋势

根据今年中国酒业协会名酒收藏委员会发布的《中国老酒市场指数》报告,2018年,老酒的市场规模已经达到500亿元。未来3年,老酒价格不断上升,消费者人群持续增加,老酒市场规模也会不断扩大;2021年,老酒的市场规模将达到“千亿”。由此看出,中国陈年白酒的发展前景十分广阔。

中国白酒文化千年流传,是中国特有的画,无声的乐”。

北宋书法家黄庭坚曾经说过:“世人尽学兰亭面,欲换凡骨无金丹”,它的意思是:不同的人写同一个字,会有不同的韵味,也就是说书法作品具有唯一性,不可复制和复得。

当文字有了书法者的灵魂,书法就成为了独具魅力的艺术。一副书生学者形象黄正明于温润和善的外表,体现出当代书法艺术家独特的个人魅力,体现了“书为大道,品正则明。”

书法艺术首先是继承传统,从经典作品中获取丰厚的营养。黄正明的“嘉福久远”四字在尊重传统的基础上,不泥古,没有照搬照抄,也没有求新、求变、无端怪诞,字体刚健凌云又清逸秀美,用笔细腻,他于结字尤其用心,在大小、疏密、动静、敬侧等一系列矛盾关系中,字形与落笔很有自己的特色,整体散发着一种纯真与和谐的美丽,在笔墨间表现着自己的思绪,赋予隶书温和的灵魂,平添了一种宁静的内涵,完全是本真情态的自然流露,这需要不凡的艺术驾驭能力。

黄正明的“嘉福久远”四字没有造作,无其他“添加”,文形于外,情动于中,达到苏东坡所说的“文理自然,姿态横生”,有人说他的字像“二王”、像米芾,有人说他是学颜真卿和苏东坡的,完全看出来是哪一家的,或者说似有似无。他在学习传统的时候,顽强地加进了自己,他在进行一种嫁接,而不是简单地抄袭。字如其人,文如其魂。品读其字,不能不陶醉其中,如喝一杯浓郁的清茶,其香醇正,其味隽永。

嘉福天下,友谊久远

■ 王海

2019年8月2日,在第六届中国(南京)国际酒博会上,笔者见到儒商、江苏省酒业协会酒文化专委会副会长陈云南。她送我一盒嘉福久远酒,“嘉福久远”,世界上最美好的祝福全在这四个字里。

“嘉福久远”四字来自“永受嘉福”的演变。“永受嘉福”四字最初出现在西汉瓦当上。“永受嘉福”瓦当为汉瓦当中文字较为精美的一品,瓦当四字凸起,图纹化的篆字,线条弯曲盘绕,体式优美,结构匀等,古朴大气,达到了装饰形式与文字内容的完美结合,且文意吉祥。

“永受嘉福”瓦当大受国家博物馆和各大博物馆的青睐。2017年3月,纽约佳士得将日本藤田美术馆于1940年前入藏的、已改制为视台的两方西汉瓦当“汉并天下”和“永受嘉福”,拍出112500美元高价,超出估价10倍,其珍稀宝贵之程度,略见一斑。

关于酒名的来历,我电话咨询了陈云南会长,得知该幅字是书法家、南京大学艺术系教授、江苏省直书法家协会主席黄正明的书法作品。

最近,江苏省书法家协会换届选举,作为一位书法爱好者,在几位省副主席排名中我一直关注徐州籍老乡仇高驰、马亚,而黄正明教授的排名就处在仇高驰、马亚之间,这是我对黄教授第一印象。

江苏省与其经济一样,是书法大省,能在省书法家协会有一席之地,绝对是响当当的,



在江苏书协 APP 微信公众号后续的几期一直推介江苏书协主席、副主席的简介及书法展示与欣赏,使我对黄教授有了更深刻了解,以致印象深刻。

黄正明教授的“嘉福久远”四字书法作品,在2015年3月英国威廉王子首次访华期间,作为国礼赠送,受到威廉王子的喜爱与点赞。威廉王子当场表示,要将其布置在王室的会客厅,足见对黄正明教授书法作品的崇敬。它不仅仅是一份饱含深情的祝福,更代表了对中国传统文脉代代传承的美好祝愿。

当然,黄正明特为南京明福酒业白酒题字“嘉福久远”,寓意吉祥幸福。

中国汉字书法是中国特有的一种艺术表现形式,以其书体笔法、结构和章法书写的魅力,浸润了书法家丰富的文、史、哲、诗词歌赋等的学养,将文字通过书法的形式表现出来,并将文字赋予了文化的内涵,使之成为了富有美感的艺术作品,成为是中华传统文化的瑰宝,被誉为“无言的诗,无形的舞,无图的

由于更多的人人们饮用老酒和收藏老酒热的兴起,促进了更多的名优酒生产企业重视老酒,采取调整生产工艺,延长发酵期和储存时间,以适应市场,满足人民群众对美好生活的需要。

二是促进了茅台酒由快消品到收藏投资品金融属性的完美融合。这是得到社会普遍认可的事实。可以说,茅台酒能成为中国白酒投资收藏稀缺资源,有今天这样“一瓶难求”的局面,老酒收藏行业功不可没。

三是直接和间接的解决了上百万、千万从业人员就业。

四是激活了一批老名优酒品牌的价值。比如当年10多元/瓶四川二峨大曲,现在1000多元/瓶的价格被川酒集团收购等案例。如果没有收藏,唤起人们对那份历史情感的记忆,形成社会影响,是不可能实现的。

五是老酒收藏热激发了市场对上世纪七、八、九十年代老名优酒包装的消费热望。这让部分名优酒企业看到了巨大的商誉和商机,复刻版老包酒唤醒了消费者记忆,丰富了名酒品牌文化内涵,已经成为目前名优酒市场重要畅销大单品之一。

如五粮液复刻版萝卜瓶、麦穗瓶,尖庄热销,泸州老窖特曲复刻版热销,沱牌复刻版已作为其今年的重大战略布局内容等等,名优产品复刻版老包装酒形成了当今酒品市场的一道亮丽的风景线。

六是从理论上规范了中国白酒收藏的价值定位,即历史价值、文化价值、饮用价值。陈年白酒收藏的蓬勃发展,为弘扬中国酒文化,提高中国白酒的品牌高度和美誉度做出了巨大贡献并得到了社会的普遍认可。

陈年白酒收藏值不值?看发展趋势

根据今年中国酒业协会名酒收藏委员会发布的《中国老酒市场指数》报告,2018年,老酒的市场规模已经达到500亿元。未来3年,老酒价格不断上升,消费者人群持续增加,老酒市场规模也会不断扩大;2021年,老酒的市场规模将达到“千亿”。由此看出,中国陈年白酒的发展前景十分广阔。

中国白酒文化千年流传,是中国特有的

画,无声的乐”。

北宋书法家黄庭坚曾经说过:“世人尽学兰亭面,欲换凡骨无金丹”,它的意思是:不同的人写同一个字,会有不同的韵味,也就是说书法作品具有唯一性,不可复制和复得。

当文字有了书法者的灵魂,书法就成为了独具魅力的艺术。一副书生学者形象黄正明于温润和善的外表,体现出当代书法艺术家独特的个人魅力,体现了“书为大道,品正则明。”

书法艺术首先是继承传统,从经典作品中获取丰厚的营养。黄正明的“嘉福久远”四字在尊重传统的基础上,不泥古,没有照搬照抄,也没有求新、求变、无端怪诞,字体刚健凌云又清逸秀美,用笔细腻,他于结字尤其用心,在大小、疏密、动静、敬侧等一系列矛盾关系中,字形与落笔很有自己的特色,整体散发着一种纯真与和谐的美丽,在笔墨间表现着自己的思绪,赋予隶书温和的灵魂,平添了一种宁静的内涵,完全是本真情态的自然流露,这需要不凡的艺术驾驭能力。

黄正明的“嘉福久远”四字没有造作,无其他“添加”,文形于外,情动于中,达到苏东坡所说的“文理自然,姿态横生”,有人说他的字像“二王”、像米芾,有人说他是学颜真卿和苏东坡的,完全看出来是哪一家的,或者说似有似无。他在学习传统的时候,顽强地加进了自己,他在进行一种嫁接,而不是简单地抄袭。字如其人,文如其魂。品读其字,不能不陶醉其中,如喝一杯浓郁的清茶,其香醇正,其味隽永。

六是从理论上规范了中国白酒收藏的价值定位,即历史价值、文化价值、饮用价值。陈年白酒收藏的蓬勃发展,为弘扬中国酒文化,提高中国白酒的品牌高度和美誉度做出了巨大贡献并得到了社会的普遍认可。

五是老酒收藏热激发了市场对上世纪七、八、九十年代老名优酒包装的消费热望。这让部分名优酒企业看到了巨大的商誉和商机,复刻版老包酒唤醒了消费者记忆,丰富了名酒品牌文化内涵,已经成为目前名优酒市场重要畅销大单品之一。

如五粮液复刻版萝卜瓶、麦穗瓶,尖庄热销,泸州老窖特曲复刻版热销,沱牌复刻版已作为其今年的重大战略布局内容等等,名优产品复刻版老包装酒形成了当今酒品市场的一道亮丽的风景线。

酒文化传承,随着国家在全力推进文化产业的进程中,作为传统文化领域的中国名酒收藏文化必将将是传统文化艺术中即将被全面拓展的领域。

老酒文化既能代表传统的酒文化,也是距离人民大众最近的一件生活品。老酒升值的金融属性和幸福美好生活的享受性,是当前最有可能成为时尚化、身份化、品牌化的产品。

目前,中国陈年老酒的历史价值、文化价值、饮用价值还处在刚被市场认识的过程,远远未被深度发掘。

根据阿里巴巴大数据调查,中国名酒陈年老酒交易中,65%是饮用消费,16%是收藏,其余大约19%是投资、送礼等。

理性看待:陈年白酒收藏的那些“坑”

正如中国酒业协会王延才理事长在2015年第五届理事会报告中指出:“我国名酒收藏市场,已经出现了假冒产品,价格哄抬等恶劣行为”。从宏观层面讲,中国老酒收藏存在以下问题:

1、老酒收藏市场缺乏行业统一和规范管理,严重影响老酒收藏市场健康发展。

据不完全统计,目前全国大小、涉足老酒收藏的协会组织和民间团体约300个以上。这几年老酒收藏行业发展趋势迅猛,行业效益很好。在此情况下,以逐利为目的的各种团体和资本蜂拥而至。有的以区域为地盘,形成势力范围谋利。

因此,行内中间的少数不和谐现象时有发生;有的在没有合法手续的情况下,组织建立所谓的民间收藏团体并开展老酒收藏、拍卖、品鉴活动等等。这些不规范的现象严重影响了中国陈年老酒行业的健康发展。

2、一些酒类交易所、交易中心利用互联网平台,放大投机行为,给老酒收藏行业带来的伤害,至今未消除,导致政策层面的严管等等。

由于缺乏统一管理和指导,各自为政的种种乱象得不到有效的遏制和规范,线上交易普遍存在以次充好和真假难辨的现象以及恶庄操盘现象,给我们今天的老酒收藏行业留下难以弥补的伤痕。

3、老酒收藏热中更多的是盲目跟风,急功近利的浮躁现象。

2018以前,是众多酒企不重视代表自身历史、文化形象的老酒,与企业知名度、美誉度之间的重要性,错过了和茅台酒同步为品牌美誉度加持的机会。

2018年以来,在行业协会组织的大力指导下,在强大的市场推动下,各大名酒企业纷纷涌入了老酒收藏热的风口上。这本是好事,但“东施效颦”、不得要领,有的甚至完全是制造噱头、自慰自乐。这不符合行业推动老酒投资收藏发展的理念。如此现象,企业不能真正受益,自身品牌价值得不到提升。

4、老酒市场发展不平衡,结构不合理。老酒市场有了茅台酒这只领头羊,但没有形成羊群效应,而眼下的情形是羊群离头羊越来越远。

值得关注的是,在全国名优老酒市场,除茅台酒价值得到了有效发挥以外,五粮液等众多名优老酒价值尚处于价值洼地,有待深入挖掘。

瓷中行话“卧器不如坐器,坐器不如立器,而立器中又以梅瓶为至尊”,“嘉福久远”酒瓶造型采用中国传统文化经典的梅瓶造型,所谓梅瓶,“小口、短颈、丰肩、鼓腹、收胫、撇足”,因口小与梅枝瘦小形态相似,仅能容一小枝梅花而得名。以其体型修长,亭亭玉立,典雅、秀美的造型,被誉为“天下第一器”,深受世人喜爱。据文献和实物考证,梅瓶起源宋代,北宋赵令畤《侯谔录》记载:“陶人之为器,有酒经焉。晋安人盛酒似瓦壶之制,小颈,环口,修腹,受一斗,可以盛酒。凡馈人牲,兼云以酒器。”

另外,我们从它的形状上也可以管窥一二:梅瓶小口广肩,这样就不容易使酒香散失,是最佳的储酒器。

该酒瓶型浑然朴拙,古朴典雅,配上永受嘉福,沉静有内涵的姿态,沉静不是出世,而是“采菊东篱下”的那份悠然。在酒瓶肩部分做了细微的涟漪波纹,让传统的梅瓶增添了灵气。字体行云流水,将与器相融合,书写“永受嘉福”祝愿,独特优雅的花纹式样暗暗预示了祈福之音,祝愿蒙受好福气的眷顾。

大气灵动的书法艺术结合中国传统的春联形式,整个瓶型大气时尚,是中国陶瓷、中国传统书法文化与中国传统酒文化完美结合,渗透着浓厚的中国风味,让美善精神摇曳在笔墨之上,展示在酒瓶之上,能得此酒,既收到友谊,亦是一种对友人的嘉福。

(作者系中外酒器文化协会副主席,江苏省酒器文化收藏联谊会常务副会长兼秘书长,九州华堂酒器文化博物馆执行馆长。)