

小龙虾遇上“蓝龙虾” 会擦出怎样的火花?



张瑜宸

期盼已久，属于小龙虾的美食季已然到来。豪吃各种口味小龙虾的时候，总是需要喝点什么。

澳洲天鹅庄给出的答案，“吃龙虾，喝蓝龙虾”，独特、清爽、欢乐。当小龙虾遇上“蓝龙虾”，会擦出什么样的火花？

首战告捷 燃爆南京

近日，以“酒的国度 虾的盛宴”为主题的澳洲天鹅庄·夏季大单品蓝龙虾全国巡回发布会，首站南京站圆满举办。澳大利亚天鹅酿酒集团中国运营中心营销总裁张登尧、南京龙千禧商贸有限公司董事长慕战江、江苏苏糖糖酒食品有限公司常务副总经理王建政、澳大利亚天鹅酿酒集团江苏苏北省区总经理李平、澳大利亚天鹅酿酒集团江苏苏南省区总经理张明星等嘉宾，以及来自南京的经销商、意见领袖和消费者，共同出席了本次活动。

活动现场，泡菜、干烧、十三香、网红、蒜泥、冰醉、香辣等多种口味的小龙虾汇聚，以龙虾盛宴见证天鹅庄蓝龙虾葡萄酒的重磅发布，高颜值的“蓝龙虾”，引得现场嘉宾争相拍照，嘉宾们表示，“蓝龙虾颜值高，看着垂涎欲滴，有食欲又有‘饮欲’，1.5L的容量，耳目一新，大气，比起小瓶有气势”。

“入口好、很好、超级好，喝着顺口，喝完很舒适”，“她真的很搭各式龙虾，清爽，解辣解腻”，“刚刚好的酒度，适合聚会畅饮”，在体验过“吃小龙虾，喝蓝龙虾”后，嘉宾们兴奋的感受。

虽未能到现场与嘉宾一起豪吃小龙虾，畅饮蓝龙虾，但远在澳洲的天鹅酿酒集团澳洲市场营销总监大头(Steven Greig)老师特意通过一段视频发出祝福，并分享自己餐酒搭配的选择。“作为在海边长大的澳洲人，我们是很喜欢吃海鲜的，在吃海鲜的时候，我们也常常会选择比较清爽一点的葡萄酒来进行搭配，这样海鲜吃起来会更加鲜美，蓝龙虾 MAX 半干白葡萄酒就是一种非常棒的选择。”大头老师在视频中说到。

好玩有趣的游戏环节，吸引全场嘉宾积极参与其中，或观看拍照或亲自挑战。来自南京的金先生以 3 分 3 秒的成绩在“吹酒剥虾”游戏获胜，熊女士以高达 451 个赞在“蓝龙

虾终极大奖“朋友圈集赞游戏获胜，现场气氛一度嗨到爆。嘉宾们纷纷表示，这是他们参加过的最过瘾并且最畅饮的品鉴活动。

发布会现场，多位嘉宾想要当场下单购买天鹅庄蓝龙虾美酒。更有嘉宾表示，蓝龙虾性价比高，消费者喜欢，在当下的节点推出，市场机会很大。并有天鹅庄蓝龙虾南京客户将自己在其他地区从事酒生意的朋友推荐给天鹅庄工作人员，希望他的朋友在其他区域销售蓝龙虾系列。

澳洲国民龙虾酒——天鹅庄蓝龙虾

据悉，海洋中的蓝龙虾，200 万只才有一只。蓝龙虾葡萄酒能脱颖而出，还要从一个小故事说起。

上世纪 70-80 年代，澳洲白葡萄酒受到本土消费者的热捧。因此，不少葡萄园拔掉红葡萄品种，改种白葡萄。时任澳大利亚总督保罗·哈斯勒克(Paul Hasluck)爵士非常喜欢喝白葡萄酒。偶然的一次机会，他去到南澳洲，品尝到一款清新爽口、风味独特的白葡萄酒。喝酒无数的他，顿时找到心中最爱的白葡萄酒。

彼时的澳洲白葡萄酒，主要以霞多丽为酿造品种，带有浓郁的橡木风味及奶油风味。因为澳洲人喜欢吃海鲜，如何做出一款清爽易饮的白葡萄酒，成为诸多酿酒人士思考的方向。2012 年，具有创新精神的澳大利亚天鹅酿酒集团，推出第一支蓝龙虾白葡萄酒，全新打造蓝龙虾葡萄酒品牌。

从外观上看，天鹅庄·蓝龙虾绝对会让你一见钟情。酒标上的蓝龙虾，带着深蓝色海洋的秘密，挥舞着双螯，在淡淡的金色酒体衬托下栩栩如生。

据悉，蓝龙虾系列共有三款葡萄酒，每一款都能带来味蕾上的享受。

1.5L 的蓝龙虾 MAX 半干白葡萄酒，热带水果的香气，伴着优雅的花香，入口平衡清爽，柔顺干净，是烧烤、海鲜、甜点等各类美食的完美搭配。

蓝龙虾霞多丽干白葡萄酒，香气清新宜人，带有明显的苹果、油桃等水果香气，入口清新爽脆，中高的酸度带来了轻快的口感，仿



佛每一滴葡萄酒都在味蕾上跳跃。蓝龙虾桃红起泡葡萄酒，浓郁芬芳的花香，伴着草莓、奶油等香甜的气息，矿物质的香气及新鲜酸的酸度平衡了口中的甜蜜、细腻、绵柔的泡沫给人以清爽明快的感觉。搭配小龙虾极佳，味道平衡。

未来已来 天鹅庄蓄力前行

随着国内葡萄酒市场的不断发展，干白、起泡作为葡萄酒品类的一个重要品种，越来越受到厂家的重视和消费者的喜爱。

天鹅庄为什么选择在 2020 年着重推出夏季大单品“蓝龙虾系列”？

据了解，白葡萄酒在中国市场占比约不到 5%，但是在西方发达国家，像澳大利亚、法国，白葡萄酒的市场占有率达到 30%以上，甚至是 40%。

澳大利亚天鹅酿酒集团中国运营中心营销总裁张登尧表示，一系列数据的背后折射出人民生活水平以及消费者对葡萄酒的认知度、接受度正在慢慢转变。

目前，我国白葡萄酒市场消费可能只占 3%到 5%，但未来可能会占到 10%。在整个大蛋糕增量市场中，如果它的品类持续不断增长，谁先能抓住先机，谁就会成为行业引领者。现在，进口白葡萄酒几乎没有强势品牌，这对天鹅庄来说是绝佳的机会点，张登尧分析道。

据了解，2019 年公司推出“蓝龙虾 MAX 半干白葡萄酒”并且在山东等地进行试点销售，产品包装、口感深得经销商和消费者喜爱，市场反应良好。

张登尧认为，干白、起泡品类市场前景较好，市场容量较大，竞争较小。而且，天鹅庄有着其他企业不可替代的优势，作为澳洲葡萄酒企业，在“酒庄直营市场”的模式下，天鹅庄充分了解中国消费者对干白、起泡的“口感喜好，并在提供优质葡萄酒的同时还提供针对性的市场运作方法。

在看到市场机遇后，天鹅庄适时推出产品，针对蓝龙虾系列天鹅庄又有着怎样的规划？

“酒的国度 虾的盛宴”南京站活动现场，远在澳大利亚的澳大利亚天鹅酿酒集团董事

长李卫发来视频与大家云喝酒，他表示，2020 年是天鹅集团十周年，也是天鹅进入中国的第 9 年，天鹅庄在中国已经取得阶段性胜利，成为行业最有影响力的品牌之一。

张登尧介绍，为全力打造夏季大单品蓝龙虾，天鹅庄设立了专门的品牌和市场团队，负责品牌的运营；销售方面，要求全部渠道参与其中，“线上+线下”组合销售；区域布局方面，重点区域突破，其他区域有针对性的导入；产品招商和推广方面，独立招商，不同渠道主推不同产品；品牌推广方面：个性化开展，针对性投入。

2020 年夏季 引领白葡萄酒消费

“这是天鹅集团自成立以来举办的第一场，也是我在葡萄酒行业从业十余年，参加过上千场活动中，唯一一场以白葡萄酒为主的发布会。”“酒的国度 虾的盛宴”南京站活动现场，张登尧深情的说到。

但，这仅仅是天鹅庄蓝龙虾 2020 年市场动作的一个开始。

据介绍，从 5 月份开始，“酒的国度 虾的盛宴”为主题的澳洲天鹅庄·夏季大单品蓝龙虾全国巡回发布会将陆续在山东威海、青岛、烟台，江苏南京、苏州、徐州，浙江杭州、温州、台州，福建福州、泉州，广东深圳，海南海口，河北秦皇岛等地举办。通过小龙虾与蓝龙虾酒的碰撞，在沿海城市刮起天鹅庄的“干白、起泡风。”

样板市场发布会之后，预计在 7—9 月份，将启动蓝龙虾海鲜美食节”全国巡回活动，全力打造蓝龙虾消费场景。

这还不止，预计在 11-12 月份，将启动针对经销商、终端店老板、意见领袖以及消费者而专属打造的蓝龙虾品牌粉丝活动蓝龙虾“虾仁节”。“酒的国度 虾的盛宴”南京站“吹酒剥虾”3 分 3 秒的记录能否一路领先?将会在“虾仁节”揭晓，最终获胜者将会获得天鹅庄蓝龙虾方面精心准备的“神秘大奖”。

品牌化、大单品已是葡萄酒行业大势所趋。天鹅庄夏季大单品蓝龙虾，旨在打造中国进口白葡萄酒第一品牌，我们相信，坚持品牌化运作的天鹅庄，也必定会在进口白葡萄酒领域大展身手最终脱颖而出。我们期待，天鹅庄?蓝龙虾引爆 2020 年夏季，引领中国市场白葡萄酒消费时尚潮流。



“古井酒”的前世今生

李习文

上世纪 60 年代，作为中国老八大名酒之一的“古井贡酒”曾去掉酒名中“贡”字，改名为“古井酒”。综合档案记载和现存实物分析，改名后的“古井酒”酒标使用时间约为 1967 年至 1970 年代中后期，总共存续了约 10 年的时间。

古井贡酒产自安徽省亳州市古井镇，其名带“贡”字并非虚言，史籍中确有记载者有三。据《齐民要术》记载，公元 196 年冬天，曹操把家乡亳州出产的“九酝春酒”进贡给汉献帝，这是第一次作为贡酒；据《亳州志》记载，明万历年间，内阁大学士沈鲤把减家店(今古井镇)所产的“减酒”献于皇帝，这是第二次作为贡酒；及至清末光绪年间，武臣姜桂题再次将“减酒”献给清廷，并得到慈禧、隆裕太后的下旨回赐，这是第三次作为贡酒。

1959 年 10 月，亳县古井酒厂成立。翌年，在历经一番波折后，国家工商局正式批准使用“古井贡”商标。据史料记载，“破四旧”运动波及酒厂，因“贡”字带有封建帝王的色彩，大量印制好的古井贡酒酒标被付之一炬。

为应对时代变化，尽早恢复生产经营，古井酒厂经数月研制，设计出一款酒标：正标以红黄为底色，中间酒名处去掉“贡”字改为“古井酒”，下半部分将之前的“古树古井”图案改为“工厂农田”图案，颈标以红底白字的“中国名酒”字样替代原有的注册商标图文，整体观之，这款酒标给人以明亮朴素之感。根据档案记载，1973 年后，古井贡酒恢复其名并重新设计新式酒标。但根据现存实物显示，这款“古井酒”酒标在 1974 年后仍有使用。

据档案记载，古井酒的酒精度数为 60 度-62 度。现存实物推测，古井酒仅有一斤玻璃瓶装这一种规格，无外包装盒。瓶口采用两种封口方式，一种是木塞封口外套金色或红色两种封膜，另一种压盖封口。这两种封口方式随着时间的推移，导致现存至今的古井酒的酒液大都“飞酒”，保存至今能够相对较满的古井酒几乎是少之又少。

在酒标发生变化的中国名酒系列中，大体都是通过改动注册商标的名字，如茅台酒由“飞天牌”改为“葵花牌”、五粮液酒“交杯牌”改为“红旗牌”、泸州老窖酒由“白塔牌”改为“工农牌”、汾酒由“古井亭牌”改为“四新牌”等等，来应对时代的变化。古井酒是唯一一个改动了酒名的酒。

如今，再回首看这个“贡”字之争，其实原本不必如此大动干戈。“贡”字在古代是进贡给封建帝王专享，放在共和国的新时代则可以理解成贡献给人民，正所谓“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”。

(作者系北京师范大学教师、中国陈年白酒收藏爱好者)

国馆酒疫后 加强市场推进

2020 年，国馆酒并未因疫情影响而停滞深入布局中国白酒市场，而是时刻关注各市场区域动态，高效针对其现状、困境、机遇进行沟痛与共识，提出了“一个中心、两点聚焦、四大支持”这一全新战略，以十足的底气与信心迎接疫后工作的开展。

在“中国战疫”逐步明朗化后，国馆酒业全部门便第一时间进入了全力全策的备战状态。在“以客户为中心”的战略思路指导下，国馆酒以客户利益为先，迅速反应，为各个区域市场定制不同预案，以求最快速恢复服务供给与最强度减轻因疫情造成的销售影响。

同时，各区域市场驻专人员在做好防疫措施的前提下冲锋服务第一线，积极投入、配合销售预热活动的开展。疫情缓解地区更是率先推出了“无接触送货上门”，以高效安全、贴心暖心的服务，保障当地白酒消费者的用酒需求满足。

疫情缓解之后，国馆酒加速全国精品终端布局，针对核心市场采取“一地一策”，甚至“一店一策”：根据各区域现状匹配最佳资源运作，积极打造样板市场，进而对周边市场进行辐射，形成品牌影响力。

2020 年，国馆酒将启动“国馆文化大使计划”，旨在吸纳当地各行业意见领袖，以美酒为载体，以文化为链接，聚拢最有效的“社会发声”，形成当地消费的风向标。同时，口碑与效果双丰收的“国馆文化私宴”将继续进行文化升级，从私宴文化氛围的打造、文化菜品的设计到私宴互动的流程打磨，都将更深入精细化，力求让“文化私宴”名副其实。

(企宣)

走过才知不易 品过而知其浓

瑜宸

近期，在新型冠状病毒感染肺炎疫情全球大流行的影响下，多国采取了封国和居家隔离的措施，但这依然没挡住酒友们囤货的步伐，有的国家甚至出台了葡萄酒限购政策。

一瓶美酒，就像一幕好剧，任何时候回想起来都是熠熠生辉。正如苏格兰小说家、诗人 Robert Louis Stevenson 所言，酒与人生从来都是交织在一起，走过才知不易，品过而知其浓。

2004 年，电影《杯酒人生》上映，这部以美国加州葡萄酒产区 Santa Barbara 为背景拍摄的电影，不仅获得了奥斯卡最佳改编剧本奖，也掀起了一波儿葡萄酒的消费狂潮，至今都被葡萄酒爱好者们奉为经典。影片中除了各式各样的名庄葡萄酒，还有蓝天白云下的万顷葡萄园和延伸到天边的黑色油亮公路。

葡萄酒与人生的融合，给这部影片蒙上了琥珀色的光泽，再滤去浮华和喧嚣，人生也可以如酒一样，有漫长乏味的陈年期；酒也像人一样，在年富力强过后，无可避免地迎来衰退期。

葡萄酒是有生命的

为什么葡萄酒会成为这么多人的“心头好”，电影中，女主角 Maya 的一段话值得深思：“我总是联想到酒的一生，想到它是个有生命、活着的東西。我总会想象，葡萄生长的那一年里都发生了什么，阳光是如何撒满大地。而下雨的话，又会是什么样子？人们是如何照顾那些葡萄，又如何采摘的？如果是一瓶陈年的葡萄酒，那么又有多少照顾过那些葡萄的人已经死去。我总是在想，葡萄酒是如何不断地生长变化的，就好比今天我打开了一



瓶酒，它的味道一定和其他任何一天打开的时候有所不同。因为酒是有生命的，而且它在不断地变化并变得更加复杂。直至它达到巅峰状态，然后就开始了它稳定的衰老过程。所以，在该抓住的时候，不要松手，在达到巅峰的时候，痛痛快快地喝掉它。”

原来，在很多人眼中，葡萄酒是有生命的。

一串串葡萄，从枝头跃下，经过漫长的等待，由一粒粒的果子，变成一滴滴紫红色的液体。蜕变了汁水不再如果汁般浅薄，而是变得如生命般的厚重。从青涩到圆润，从成熟到衰败，这大概也是“年份”的意义所在。气候、风土、人文赋予每一瓶葡萄酒不一样的故事，这个过程和人生又是何其的相似。

在电影中，葡萄的香带着清新的酸、圆润

的甜、精致的苦和柔顺的涩走进了主人公 Miles 的生活。

在经历了婚姻失败、事业停顿后，他木讷、消极，只有提起葡萄酒的时候才会滔滔不绝，两眼生光。“首先，你要举起酒杯逆光观察葡萄酒，要注意颜色和清澈度，只是感知一下，是醇厚还是清淡？现在把杯子倾斜，这样做是为了查看一下酒在接近杯口时的颜色浓度，就此会得知酒的年份，再把鼻子伸到杯子里，别害羞，把鼻子放到那。嗯，少许柑橘……也许还有些草莓……”仿佛葡萄酒已融入他的血液，成为他潦倒生活中的“慰藉”。

每瓶酒打开都是特别的日子

或许我们还会从个别的葡萄品种上找到

相似的人性特征。Miles 很钟情黑比诺，自然离不开其葡萄品种的特质。

的确，黑比诺是一种很难种的葡萄，娇弱、皮薄、非常敏感，而且早熟。它不像赤霞珠那样易于生长且可以在任何地方生长，而且即使是被忽视的时候，也能茁壮成长。黑比诺需要不断地照料和关注，它只生长在这个世界上那些隐蔽的、特别的角落里面，也只有园丁最大的耐心和培育才能让它生长，只有肯花时间去了解黑比诺的人才能理解它的潜质，才能感觉到它所有的味道。

在 Miles 看来，黑比诺是这个世界上味道最绵长、最夺目、最精致、最古老的葡萄品种。相比而言，赤霞珠就俗气了。尽管这对赤霞珠来说未必公允，但敏感脆弱，渴望别人关注和理解不正是 Miles 的性格写照吗？

他写的小说被出版商拒绝，前妻即将结婚并怀有新的生命，他珍藏的那瓶 1961 年份的白马酒本该在某个特别的日子，甚至是 10 周年结婚纪念日跟一个对的人共享。结果变成了一个人在麦当劳里，用一次性饮料杯，就着炸鸡和薯条喝掉了。生活在他看来或许只剩下眼前的苟且。在黑比诺中，他看到了自己相似的人生经历。但又有谁能否认，把酒打开的那天，不是他特别的日子呢？

其实，葡萄酒在有悠久酿造历史和饮用文化的西方人眼中，早已成为生活的必需品。无论是吃大餐亦或是吃快餐，不管是聚会正嗨，还是无聊到爆，甚至是人生中的各种重要时刻，如婚礼、葬礼……只要你愿意，都可以开启一瓶葡萄酒，倒上一杯。如果一杯不够，那就再来一杯。

酒中的酸甜苦辣，可以通过味蕾触动每一根神经末梢。然后闭目回味，享受着酒与情感的共鸣。经过时间的酝酿和变化，最终我们品尝到的，是复杂的、韵味悠长的人生真谛。