

广告

### 华北产区产品品鉴

## 汾阳王 古法手工酿造



产地:山西·汾阳·汾阳王酒业

酒精度:53%vol

香型:清香型

酿造原料:高粱、大麦、豌豆

G·R 官荣评分:80

年份指数:3

原浆指数:3

甜爽度:2.5

**G·R 酒评:** 这款酒具有山西大曲清香型白酒典型风格。闻香清香纯正,品味自然协调,饮之香味满口洋溢,齿颊留香,顺口舒适。在鉴赏品评时,有种如走进百花丛中,清爽的芬芳经久不散。

## 梅兰竹菊·纪念酒



产地:山西·晋中·杏花老白泉酒业

酒精度:48%vol

香型:清香型

酿造原料:高粱、大麦、豌豆、枸杞

G·R 官荣评分:85.5

年份指数:0.5

原浆指数:2.5

甜爽度:2.5

**G·R 酒评:** 此款酒大曲清香型风格明显,香气能使人感到瞬间清爽,这种香气就是我们想要的大清特有香气。味甜美并且干净,余味微微带有一丝苦,但无伤大雅。若是将此酒再储存些时日,定能更耀眼。

## 杏花窖藏原浆 二十年陈酿



产地:山西·汾阳·杏花酒业

酒精度:62%vol

香型:清香型

酿造原料:高粱、大麦、豌豆

G·R 官荣评分:81

年份指数:3.5

原浆指数:3

甜爽度:3

**G·R 酒评:** 此款大曲清香型白酒香气纯正,香甜但略显闷,酒体醇和,爽净,论其味显得单薄了一些,若是在调制过程中能增加调味酒用量,酒体会更加丰满、完美。

# “走丢”的武陵回来了?

■ 云酒团队

作为“十七大名酒”之一,因错过多个行业发展机遇,武陵酒的影响力已不复当年。今年7月13日,一位投资者告诉老白干酒董秘:“我要不是买了老白干酒股票,还不知道有这样一种酱酒在湖南生产。”

走丢许久,进入老白干酒时代的武陵酒会回来吗?

## 当年“茅武郎”,如今剩有什么?

武陵酒的产地常德,就是《桃花源记》中的武陵,今天的常德机场又名“桃花源机场”。这篇入选全国语文课本的名作,无意间制造出很多大IP。

武陵酒是其一。

1952年,“常德专属酒类专卖处酿酒厂”在武陵城旧酒坊基础上建设而成,创始人鲍沛生,先酿小曲酒,后试制大曲酒。

60年代末,湖南省决定在当地酿造一款酱酒,常德酒厂顺势打起研发湖南酱酒大旗。这是因为,时任常德酒厂厂长鲍沛生与时任茅台酒厂技术副厂长的季克良是无锡轻工业学院(现江南大学)同班同学。

远在贵州的茅台酒厂给予了鼎力支持。1972年,师法茅台又独具细腻优雅风格的酱香武陵酒酿造成功。其品质优良,先在1979年、1984年第三、四届全国评酒会获银奖,后又在1989年第五届全国评酒会夺金奖,跻身“十七大名酒”行列。

承接陶渊明文化大IP,加持“中国名酒”光环,武陵酒一时风光无限。“十七大名酒”中,茅台、郎酒、武陵都生产酱酒,“茅武郎”一时成为酱香型白酒代名词,隐然有三分酱酒天下的架势。

30年前的中国名酒评比,经受住了历史考验。今天处于头部的白酒领袖企业全是名酒。茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、汾酒、古井贡酒、郎酒、剑南春等,领跑行业发展同时,更垄断了高端和次高端领域。即便是没有进入一线阵营的名酒企业,也多为区域骨干和省酒龙头。

名酒品牌是良好基础,但不代表一定会发展好。武陵酒作为少见的名酒没落者,因为历史原因发展没跟上,营收至今属于县级酒厂水平。老白干酒年报显示,2019年,武陵系列酒生产量为1525千升,销售量为1261千升,全年销售收入为3.52亿元。

对比当年的“茅武郎”,武陵酒的收入,只有贵州茅台的3.96%,郎酒的4.22%,市场地位已不可同日而语。

在母公司老白干酒的整体收入中,武陵酒的营收贡献率为8.73%,低于板城烧锅酒。除了披星戴帽的皇台,在白酒上市公司,武陵酒同排末尾的金种子酒也不能比,营业收入有2-3倍差距。

发展不好,武陵的名酒品牌辨识度也跟着下降。一位业内人士曾讲过,在多年前的一次参观“十七大名酒”展览上,他的目光随着



名酒品牌是良好基础,

但不代表一定会发展好。

武陵酒作为少见的名酒没落者,因为历史原因发展没跟上,营收至今属于县级酒厂水平。老白干酒年报显示,2019年,武陵系列酒生产量为1525千升,销售量为1261千升,全年销售收入为3.52亿元。“酱酒热”的出现,又给了武陵酒一次走回来的机会,找回那个振奋的自己。

一个振奋的自己。

茅台、五

粮液、泸州

老窖、洋

河、汾酒、郎

酒……一一行

走,最后落到武陵酒

身上,禁不住疑窦暗生:它也是十

七大名酒?

但是,“名酒”光环还一直在照耀武陵

酒。即便到今天,“十七大名酒”名头傍身,让

武陵酒的讨论有了更多意义。在专业老酒收藏家眼里,存世量较少的老武陵仍是“抢手

货”。

## 六易其主,武陵酒过往跌宕起伏

在白酒行业,企业易主的事不少。但如武陵酒这样的名酒企业六度易主,却也非常罕见。上世纪80年代,武陵酿造车间从常德酒厂分离出来,成为“常德武陵酒厂”,迈出名酒独立发展一步。但常德市政府在1990年又决定将武陵酒厂、德山大曲酒厂、酒精厂、饮料厂打包纳入“常德市酿酒工业集团公司”统一管理。

圈子不同,不必强融,强行融入,必得其反。

1997年,常德酿酒集团在停运中分崩离析,武陵酒厂恢复独立运作。折腾了一圈又回到原地,武陵酒却因此错过了白酒行业第一轮黄金发展期。

1998年,常德武陵酒业股份有限公司与湖南湘泉集团进行股份制合作,成立“湖南湘泉集团武陵酒业有限公司”。本以为就此进入跃升期,但在两年后常德粮油总公司收购湘泉集团股份,武陵酒第三次易主。

进入新千年,行业机遇再一次向武陵酒倾斜。

此时,浓香巨头泸州老窖对武陵酒投来了橄榄枝。2004年,泸州老窖斥资1500万元,向常德粮油总公司收购其持有的湖南武陵酒

有限公司60%股权。后通过购买增持,泸州老窖拥有武陵酒业80%股权。

泸州老窖入主武陵,两个名酒企业历史性地相遇在一块,“浓酱兼收”给行业带来无限想象。得到泸州老窖资本、技术和营销管理支持,武陵酒有望重振昔日风范,扛起“湘酒”复兴大旗。

泸州老窖控股武陵酒厂后,对武陵酒花了不少功夫,前后投入8000万资金,历经三年,打造了“独具特色”的“幽雅酱香”系列产品——“武陵牌”上酱、中酱、少酱。但也许是历史包袱太重,在白酒行业“黄金十年”,武陵酒并没有如愿崛起,反倒迎来所有权的再一次变更。

2011年,联想控股旗下的丰联酒业全资控股武陵酒业。武陵酒一举进入丰联时代。准备大干一场的丰联,也对武陵开启大胆改革,但随着行业进入调整期,再加上丰联的白酒努力成效甚微,武陵的命运再一次没有改变。

2017年,河北地产白酒龙头衡水老白干通过收购丰联酒业,将武陵酒打包揽入怀中。这是武陵酒第六次易主。值得庆幸的是,自此之后,公司营收确实连续三年实现快速增长。30年来,多次易主,让武陵酒经历了巨大震荡,也间接耽误了正常发展。

武陵的名酒品牌、酱酒品类、优良品质等良好基础,吸引业内外资本角逐,但换手太多,太快,让它没有机会长期稳定地打造超级单品。光凭“名酒”名头立身,品牌战略和渠道拓展不落地,也注定了武陵走不出湖南。

30多年没抓住一次行业机会,武陵的走丢,是不可避免的。

## 老白干掌舵,走丢的武陵要回来了?

如前文所说,进入老白干酒时代的武陵酒,相比以往已在发生明显变化。2019年,武陵酒生产量大增88.58%,营收、净利润也一反低迷姿态,高速增长。

虽然整体规模还小,但抱得“武陵”归,对老白干酒的意义很大。

2019年,老白干酒公司实现营业收入40.30亿元,净利润4.04亿元。其中,丰联酒业营收15.58亿元,利润1.92亿元。丰联酒业的利润占比为母公司的47.5%,已近半壁江山。这意味着,老白干酒的未来增长,既取决于本部,丰联酒业也占据重要位置。在丰联酒业中,武陵酒的净利润贡献又颇大。主打酱酒的武陵酒,旗下有高端品牌武陵上酱、武陵中酱,中端品牌武陵缘等,主要面向中高端市场,以直销为主,在湖南区域拥有一批高度忠诚的消费者和客户群体。

它自然会老白干酒公司的盈利做出一定贡献。老白干酒年报显示,2019年,武陵系列酒的毛利率在77.54%,高于文王系列、板城系列和孔府家系列。

2019年,老白干酒公司的高档酒营收为14.34亿元,增长21.4%。增幅高于中高档的20.83%和低档酒的1.99%。这说明,在衡水老白干1915、20年衡水老白干、十八酒坊、武陵酒等高端产品助推下,老白干酒公司的产品结构实现了升级。

行业“强化分”大趋势下,产品结构的升级,对老白干酒行业地位提升和全国化市场打造意义重大。所以,武陵酒原有年产1000多吨的产能,必须发生改变。

去年10月,武陵酒和常德经开区签署了投资15亿元、年产5000吨的“武陵酒业酱酒酿造扩建项目”协议书。项目建成投产后,将为武陵酒的产能升级提供保障,全新的酿酒基地将推动武陵酒销售冲向更高。

今年5月19日,武陵酒2020新厂建设开工如期落地。衡水老白干集团明确表示为武陵投资扩建占地500亩、酿酒5000吨以上的新厂,进一步做大做强武陵品牌。

优质酱酒产能持续提升,让武陵酒重拾名酒发展信心。6月11日,衡水老白干酒业2020年营销交流会召开,各子公司汇报了2020年上半年工作进展及未来发展方略。武陵酒业表示,公司在常德中高端市场份额已建立绝对竞争壁垒和品牌优势,希望2020年力争销售增长40%。

# 酿酒大师季克良,谈仁怀酱香酒的底气和自信

■ 沈仕卫

8月13日,仁怀市酒文化研究会第二次会员代表大会上,中国酿酒大师季克良受聘名誉会长,白发苍苍的他在会上发表讲话,其精彩观点引发全场掌声雷动。

季克良向大会的胜利召开表示祝贺。他说,此次受聘深感压力不小,但一定竭尽全力为弘扬仁怀酱酒文化、传播仁怀酱酒文化做出自己应有的贡献。酱香酒文化源远流长,博大精深。仁怀酒文化研究会将对打造仁怀酱香酒产区品牌,提升仁怀酱香酒知名度,美誉度,丰富世界酱香酒核心产区文化的内涵,意义重大。新当选会长李武在讲话中提出的实施9个工程,方向清楚,思路明确,路径上抓住了酒文化研究的核心和重点,只要把这9个工程抓好抓实,抓出成效,仁怀酱香酒一定会香飘中国,享誉世界。

季克良说,作为一名一辈子在仁怀与茅台酒,与酱香酒打交道的老同志,想借此机会为大家分享三个观点。

一是离开了茅台镇,酿造不出茅台酒,同样,离开了茅台镇,生产不出仁怀酱香酒。季克良说,他1992年就讲过离开茅台镇酿造不出茅台酒,那时候茅台酒销售收入2个多亿元,现在仁怀的酱香酒销售1300多亿元。离开茅台镇生产不出仁怀酱香酒这个说法是符



合科学道理的,也符合国家重要香型分布规律的。酱香酒都产在长江以南,浓香型酒都在黄河和长江中间,清香型酒绝大多数在黄河以北。他认为这个论断是正确的、科学的。仁怀应该理直气壮地宣传它。仁怀提出打造世界酱香酒产业基地核心区,这就是底气和信心。

二是喝茅台酒有益健康,同样,喝仁怀酱香酒也有益于健康。季克良说,喝茅台酒有益健康这个观点是他从1972年开始,观察、收集、整理、分析后提出来的。根据这句话,同样可以推断,仁怀的大曲酱香酒是有益于健康的。他认为这是有科学道理的,他一直坚持这个观点。当然,喝茅台酒有益健康,喝仁怀酱

香酒有益健康的科学研究还需要继续深入,希望仁怀市酒文化研究会和有关企业,组织相关力量,把这一课题进一步研究清楚和明白,让社会和消费者信服。

三是仁怀酱香酒的发展会越来越越好。今年受疫情影响,全球各行业都不同程度下滑,全国白酒产业总的趋势也是在下滑,有的还下滑得很严重,唯独以茅台为代表的酱香酒产业逆势上扬,持续飘红。这从一个侧面证明了酱香酒正在越来越被更多的人接受。季克良举例说,1988年、1989年国家提出不准公款消费,全国的酒都受影响,但是茅台酒很快回暖。亚洲金融危机的时候茅台酒受影响,但也是很快回暖。特别是1995、1996、1997年全国的白酒全军覆没,就剩茅台这个酱香型酒没受影响。2008年海啸,茅台酒几乎没有受到影响,很快回暖。季克良说,从仁怀酱香酒、茅台酒发展的历史来看,非常有生命力,能够抗拒各种影响。所以他对仁怀酱香酒、茅台酒今后的发展是看好的,是会越来越好的。

季克良说,研究仁怀酒文化,弘扬仁怀酒文化是仁怀人共同的责任。希望与会会员在仁怀市委市政府的坚强领导下,团结协作,共同发力,用文化的魅力和张力助推仁怀白酒产业做大做强,走向世界,切实把仁怀酱香酒打造成为中国一流、世界知名的产品品牌,实现世界酱香酒产业基地核心区的发展目标。