

封藏背后,读懂劲牌的“长期主义”



■ 云酒团队

5月20日-21日,2021劲牌“辛丑小满,封藏雅集”活动在湖北黄石举行。两天的时间里,纪连海、于赓哲、曾宇等专家学者专家讲论文化,解读趋势。

如果对本次封藏活动的内容加以梳理,我们会发现,其几乎涵盖酒业当前最具“热度”的几个关键词,并对潮流背后的本质提出了深刻思考。面对新的赛道与趋势,劲牌,仍是那个值得关注的优秀样本。

三个关键词:酱酒、养生酒、老酒

先来看几个数字。
3000亿,这是酱酒行业在未来几年将要触及的规模。自2016年下半年开始,在贵州茅台强势增长的带动作用下,酱酒消费全面爆发,酱酒市场迎来前所未有的高速发展周期。按照现有趋势来看,3000亿并非边界,而是一个阶段性“小目标”。

2000亿,这是养生酒市场的一个预期数值。养生酒品类是露酒的主要组成部分,据统计数据显示,目前中国露酒市场总量约为500亿,行业销售额突破200亿,较长一段时间里,露酒产品销售收入将保持10%—20%的增速,有可能达到2000亿的销售体量。

1000亿,这是国内老酒市场的预期规模。在酒类消费升级和文化升温的背景下,包括原瓶、年份、封坛、定制等形式的老酒产品密集出现,在高端酒类消费中占据了越来越大的份额。



白酒收藏里的学问

■ 合浦

近年来,随着白酒行业的持续升温,收藏白酒成为继房地产、古玩字画等之后的投资收藏的新宠。不少高端白酒已经不止存在于餐桌,更多地出现在酒柜,保险柜里,成为投资家和老酒爱好者的珍藏品。

然而,藏酒并非是一件简单的事情,在这个过程中如果处理不当,很容易造成白酒的漏酒、挥发和变质。老收藏家告诉我们,白酒储存应注意以下几个方面:

1. 不同的白酒有不同的储存方法,也不是所有的白酒都是越陈越好。有的白酒若储存时间过长,则会进入“衰老期”,失去其本身的风味。比如,清香型白酒就不适宜长期储存,时间过长,酒的口感可能会出现变淡,酸涩等问题。
2. 容器选择。用于盛酒的容器最好选用坛子,坛子自身含有多种矿物质,用它来装酒能经久保持酒的香味,会令酒更香更醇,促进酒的老熟。
3. 注意封紧瓶口。我们买来的商品酒基本都是封口的,但也要仔细检查,有的瓶口松动的,藏酒时需要用蜡封住瓶口,再用胶带或保鲜膜将瓶口缠起来,这样可以有效地防止跑酒。
4. 采用深窖贮藏法。若想将酒储存的久一点,可以将将密封好的白酒,放在100米以下的深窖中。使得白酒在一种恒温、恒湿、无光照的环境中自然老熟。
5. 白酒收藏需注意存放条件。长期保存的白酒,要找一些阴凉干燥的地方,对于酒包装的保护、防止酒挥发都有积极的效果。因此,25度以下的环境会对白酒储存起到很好的作用。

据权威预计,老酒市场将在500亿的基础上进一步增长,达到1000亿以上的整体规模。

确定性较强的增长空间,在高端消费的突出表现,使得为数众多的酒企、酒商,乃至外界资本,向酱酒、养生酒和老酒三个“风口”发起猛攻,对上述几块“阵地”的争夺,也将影响接下来的酒业竞争大局走势。

本次“封藏雅集”,在很大程度上表现出劲牌面对行业趋势的策略方针。

“辛丑年封藏酒·百斤坛”和“劲牌年份纯香·酱香封藏2021”均为酱香型白酒,“百斤坛”使用十年陈酿酱香原酒,器型创意源自西周时期的青铜酒器“浴御史壺”,文物现存与北京故宫博物院,仅限量封藏24坛;“劲牌年份纯香·酱香封藏2021”采用八年以上酒体,均是百分百年份原酒,原酒酿造年份配比为2013年73.8%,2011年19%,2012年7.2%。

5月21日上午揭幕的养生酒品“劲牌养生1号·2021封藏纪念版”,则是以十年窖藏清香为基础酒体、含8味草本药材制成,并在每瓶内浸10g长白山林下人参。

除了在品类上直接覆盖关联,本次封藏活动更从文化层面对养生酒、老酒等热门趋势进行了解析。

著名学者、百家讲坛主讲人纪连海表示,“藏酒”作为一种历史传统,在当今消费环境下更凸显出文化价值与精神价值,符合社会和消费的升级风向;

陕师大历史文化学院教授、百家讲坛主讲人于赓哲则认为,“养生酒”的意义不仅在

于产品的功能性,更代表着现代性的消费风尚和生活方式,这也预示着“养生酒”的潜力巨大,空间广阔。

面对趋势赛道,劲牌以品质、文化为双核,这无疑是一种长期竞赛、内功决胜的务实策略。

两个本质:质量、文化

热度之下,群雄并起,无论酱酒、养生酒还是老酒领域,竞争愈演愈烈,局势扑朔迷离。但从本质上看,质量与文化,仍是最重要的胜负手。

在今年4月举行的2021“酱酒之心”主题展上,针对当前的酱酒热潮,行业泰斗季克良表示“质量远比规模更重要”。在他看来,对于任何一个品牌、一个企业,质量都是最重要的,“如果质量不好,规模再大也没用。过度重视规模而忽视质量,反而会带来资金链危机,甚至垮台。”

养生酒方面,今年的全国两会,仍然强调了消费对经济发展的重要拉动作用,并出台了一系列具体措施,确保居民“能消费,愿消费”。站在酒业角度,“健康”无疑就是扩大消费需求的关键抓手。

中国酒类流通协会秘书长秦书尧表示,市场规范是养生酒发展的长远之道,只有让消费者买得明白,喝得放心,才能壮大繁荣酒

类健康消费。而养生酒品类的有序发展,应当立足于标准建设、品牌建设和技能培训等一系列工作,长期推动养生酒品质和价值水平的提升。

“老酒”热潮实则包含两重内涵,一是原瓶原装老酒,二是酒企以陈年老酒生产的年份酒、封坛酒、定制酒等产品。

在中国酒业协会理事长宋玉看来,前者具有独特的时代文化记忆,但品质不确定因素众多。后者只要坚守诚信规范、标准严格,老酒的贮存保障严谨,品质一定超然,也必将是未来中国白酒品质表达的重要体现之一。

酒业内外的过往经验一再证明,“风口”的核心竞争力所决定的优胜劣汰,对于酱酒、养生酒和老酒,质量和文化,就是核心竞争力所在。

一个样本:“匀速”的劲牌

在本次劲牌“封藏雅集”期间,劲牌公司副总裁李晖表示,劲牌将一直坚持品质核心,坚持“长期主义”,保持匀速、健康、稳定、可持续发展。在这里,“匀速”是一个值得关注的表述。

毕竟,在酱酒、养生酒、老酒的热潮赛道中,快速、加速等状态被更多提及和追求,匀速前进的劲牌,会否错失机遇?

从“封藏雅集”延展开来,李晖对“匀速”给出了进一步阐释,“对我们来说,这不仅仅是一场封藏仪式,也反映了劲牌对健康事业的不懈追求”,之所以推出保健酒养生版的活动纪念酒,同样旨在传递劲牌“初心”,不断创新发展,为消费者提供更多、更好的服务。

这是劲牌做事的一贯风格,也是劲牌发展的一贯节奏。劲牌能够在养生酒市场建立巨大领先优势,并非来自某个时间段内的爆发式增长,而是三十余年的匀速持续发展,在当前养生酒竞争加剧的情况下,劲牌仍然专注产品力,并持续实施文化教育,塑造引领养生酒的消费场景和生活方式;

酱酒、老酒方面,劲牌通过几年时间,在茅台镇、宜宾等白酒产区形成了强大的产能布局,优质基酒储量持续扩大。但到目前为止,劲牌在酱酒、老酒方面始终保持着克制、低调的态度,在市场上以优选型、渗透性布局为主,以及实行高品质、稀缺性的产品策略。

于是,劲牌有底气说“匀速”。匀速,或是跑赢趋势的优选项,也是更值得借鉴研究的行业样本。

更显珍贵。瓶内灌装的是广东九江双蒸酒厂有限公司九江双蒸技艺第16代传承人、国家白酒评委、南海大城工匠崔汉彬所酿制的“崔心酿”桂花酒。

宋代范成大在《桂海虞衡志》里记载:“凡木叶叶皆一纵理,独桂有两道如圭形,故字从圭。”“桂”名便由此而来,可见桂花与众不同。桂花泡酒,既可以选择干桂花,也可以选择鲜桂花,桂花酒的制作方法也不复杂,把桂花从树上采摘下来之后,先把其中的杂质用水清洗一遍,摊放在阴凉通风处,把桂花阴干一天,然后放入到一个容器里面,一般是一层桂花一层冰糖,冰糖的多少根据自己的口味来调节,当容器快要满的时候,就倒入米酒,白酒的量以没过桂花为宜。之后把容器密封保存在阴凉处就可以了,自然发酵3个月以后就可以饮用了。酿好的桂花酒色泽金黄,芬芳馥郁,开瓶即溢出一股桂花清香,入口甘冽清爽,甘甜醇绵,香气淡雅,花香留齿,沁人心脾。

如今,一代代人喜欢的口味在变化,酿酒技艺也在不断创新。广东九江双蒸酒厂有限公司出品的桂花酒,就有别于传统的人工浸制。特别是该纪念酒版盛装的“崔心酿”桂花酒,选用象牙香粘米和清晨采摘下来的新鲜桂花为原料,且酿酒的桂花最好不要清洗,只需要筛去桂花中的细小杂质,并用手捻出较大杂质就可以了,再通过技艺除去桂花的苦涩,这样可以最大限度保留桂花的香味。依托中国米酒研究院,加上传承了200年的酒曲,在酿造时集日本清酒工艺、米香型白酒工艺、九江双蒸传统技艺之精华,经历低温慢酿60天以上方成。最终的“崔心酿”桂花酒要达到这个境界:米研深透,酿出层次。使酒的色泽更为纯净,酒质清澈透亮,口感醇和爽净,有桂花的芳香。

无论是盛装桂花酒的酒器“春盛”,还是瓶中所盛装的“崔心酿”,都是岭南大地传统文化的结合产物。

(作者系酒文化研究者,高级工程师,中外酒行业协会常务副主席,江苏省酒器文化联谊会常务副会长兼秘书长,九州华荣酒器文化博物馆执行馆长。)



“茅台15年”存放十五年会变成“茅台30年”吗?

白酒的年份酒在买回家后保存一定的时间会不会变成年份更长的年份酒?比如茅台15年保存十五年后会不会变成茅台30年?同理郎酒的红花郎10年、青花汾酒20年等等一系列年份酒保存适当的年份会变成年份更长的年份酒吗?

何为年份酒?

想要回答上面这个问题,首先我们要搞清楚什么是白酒的年份酒。事实上,在白酒行业一开始并没有“年份酒”这个概念,在上世纪90年代,一些厂家和商家才逐渐把“年份酒”的概念用于白酒之上。

所谓的年份酒大多是用存放的基酒加入少量的年份原酒勾调而成,标签标注的是时间最长的原酒年份,比如10年的“年份酒”是用不低于10年的基酒,按照10年的陈年酒的口感风味与标准去精心勾调而来。

也就是说白酒的“年份酒”和普通酒友所理解的“年份酒”有所不同,比如包装上写的陈酿三十年,并不是说这瓶酒里面所有的酒都是储存三十年,而只是指在这瓶酒中勾调有一定比例的不低于三十年的老酒。

年份酒有标准吗?

白酒的“年份”问题一直以来都是一个老大难问题,以酱香型白酒为例,贵州酱香型白酒企业于2014年1月9日发布了全国首个酱香型白酒技术标准体系,其中就有讨论《陈年酱香型白酒生产管理规范》。然而这个标准最具争议的就是勾兑过程使用的主基酒酒龄应不低于产品标示的年份,且主基酒比例不低于50%,也就是说标识为10年的年份酒,其中10年的基酒必须达到50%,但遗憾的是这个标准没有得到一致认可。

2014年7月19日在湖南邵阳举行的《关于瓶贮年份酒专家研讨会》上,中国食品工业协会白酒专业委员会的专家们,首次提出了瓶贮年份酒的概念。

瓶贮年份酒:传统纯粮固态发酵白酒经过陈储、老熟和酒体设计,包装后继续贮存一定年份后上市销售的白酒成品酒。

目前,很多企业都在响应这一概念,这些酒企在其酒瓶上真实标明酿造年份+出厂年份(或灌装年份)的方式。

中国酒业协会2018年出台了年份酒的鉴定标准,年份酒的生产需要具备以下条件:第一 生产企业要取得中国酒业协会年份酒生产准入资格且年份酒每批次生产量在中国酒业协会备案;第二 生产企业要通过ISO9001-2000国际质量认证3年以上具备年份酒生产保障体系;第三 具备年份基酒酒的专用贮存库并能实现年份酒产品溯源;第四 具备年份酒感官测定资格人员国家级白酒评委不少于3人,省级评委不少于5人。

年份酒适当保存会变成更长年份酒吗?

好了,回到我们最开始的问题,年份酒适当保存一定的时间会变成更长年份的年份酒吗?

笔者认为并不会变成年份更长的年份酒,下面我们以茅台15年为例简要分析下:茅台15年在适当的条件下保存15年后酒质会有较大提升,但应该不会变成茅台30年,因为两者在勾调、装瓶的时候都是经过不同的比例勾调,风味口感上也不不相同,严格意义上来说是两款不同的产品,即使保存再长的时间也很难让一款产品变成另一款产品。

同理,不仅是茅台的年份酒,其他酒企的年份酒也是一个道理,即使保存适当的时间也不会变成年份更长的年份酒,但是小酒瓶认为他会变成更好的“自己”——保存了一定年份的年份酒! (据酒评网)