

酒瓶上的历史档案: 致敬“得意之笔”贵州安酒推“红色经典”

■ 酒评君

眼前是一瓶限量收藏的贵州安酒(红色经典)。

酒瓶温润饱满的红色,闪耀着赤诚的光辉,安静且厚重;瓶身正面“贵州安酒”四个金字,端正典雅,仿佛铭记着当年不朽的传奇;瓶身背面,土城渡口、铁索桥、青杠坡战斗遗址、四渡赤水纪念馆等图案元素清晰可见。军旗猎猎、号角声声,那段令人惊心动魄、后来被称为“得意之笔”的历史,仿佛正跨过山水、穿越时空而来。

这绝不仅仅是一瓶酒,更是一扇打开历史档案、重温历史荣耀的大门。

回顾“四渡赤水” 致敬“得意之笔”

时间回到1934年10月,中央红军在第五次反“围剿”中失败,被迫撤出中央革命根据地。危急时刻,毛泽东主席力主摆脱敌人主力,改向敌人力量薄弱的贵州前进。1935年1月28日,毛泽东、周恩来、朱德等在土城亲自指挥青杠坡阻击战,战

斗十分惨烈。次日拂晓,红军以土城浑溪口为主要渡口,挥师一渡赤水河,揭开了红军“四渡赤水”的光辉篇章。千年土城古镇,也因此成为被后世敬仰的“红色圣地”。

在随后的战役中,面对数倍于自己的强敌,毛主席以“上帝视角”指挥红军开展了二渡赤水、三渡赤水、四渡赤水的作战计划,巧妙地游走于云、贵、川的边境之间,运用声东击西、调虎离山、将计就计的灵活战术,最终突破了敌人的合围,金蝉脱壳蛟龙入海。从此

酒瓶温润饱满的红色,

闪耀着赤诚的光辉,安静且厚

重;瓶身正面“贵州安酒”四个金字,端正典雅,仿佛铭记着当年不朽的传奇;瓶身背面,土城渡口、铁索桥、青杠坡战斗遗址、四渡赤水纪念馆等图案元素清晰可见。军旗猎猎、号角声声,那段令人惊心动魄、后来被称为“得意之笔”的历史,仿佛正跨过山水、穿

越时空而来。

红军扭转了被动局面,打出了信心,打出了气势,成功地实现了北上会师的计划。

多年后,当西方评论家盛赞毛主席指挥的辽沈、淮海、平津三大战役时,谦逊的毛主席却一反常态说,

四渡赤水才是他一生中的“得意之笔”。

植根红色圣地

贵州安酒首推“红色经典”

赤水悠悠,经流不息,湍急与舒缓间见证着历史的变迁。赤水河畔,红色土城不但养育了万千英雄儿女,独特的风土环境更孕育出氤氲酒香,千百年来袅袅不断。



贵州安酒的前身——“安茅”,诞生于1930年,距今已近百年历史。初创时便被当地人津津乐道,享有“开甑半城香”的美誉。建国后安酒厂完成国有化改制,更是进入了发展快车道,高光时刻享誉无数,成为“贵州两大历史名酒”。近年来,贵州安酒扎根赤水河畔的红色圣地——土城,苦心孤诣,默默潜行,再次焕发出饱满的生命力。

红色经典瓶身延续了贵州安酒(经典)的风格,配色采用了大胆的红色,浓重却并不沉闷,华丽却不轻佻,整体感觉铿锵有力,很好的契合了红色文化的内在精神。瓶身图案采用素描+着色的手法呈现了四渡赤水纪念馆、烈士纪念碑、青杠坡战斗遗址等红色元素,主题鲜明,别具特色。外盒采用了四色胶印和烫金工艺,细节之处彰显精致大气之美。而这些工艺,一直是具有收藏价值的高端产品的标配。

当然,这款红色经典之所以具有较高的收藏价值,绝不仅仅是因为包装设计这么简单,其核心价值一定来源于品质,品牌,内涵,年份和稀缺的数量。

一是核心产区,高端基因。赤水河畔的土城镇,地处世界酱香白酒核心产区,得天独厚的自然条件赋予了高端酱酒与生俱来的价值基因,再加上贵州安酒近百年的品牌积淀,这款酒本身就可以跻身高端酱酒之列。

二是红色圣地,根正苗红。土城作为四渡赤水的发轫地,被誉为“长征路上的红宝石”,其“红色圣地”的标签令这款贵州安酒·红色经典更加根正苗红。根正则名正,名正则言顺,言顺则事成。

三是高年份造就高品质。和所有高端烈酒一样,高年份是高品质的重要条件和特征。红色经典采用正宗的大曲酱香白酒酿造工艺,2011年投粮,2012年出酒,2021年装瓶献礼,以10年为一个刻度,用3000多个日夜的陈酿彰显赤子之心,品质自然不凡。

四是高稀缺造就高价值。高度稀缺是所有具有收藏价值的产品最核心的要素。红色经典以全球25000瓶的数量限量发行,致敬革命先辈们万里长征路上的每一步,数量稀缺,收藏价值也就更大。

事实上,一瓶酒的收藏价值除了物理属性之外,精神层面的属性往往更加重要。四渡赤水战役是关系红军生死存亡的战役,是以少胜多的战役,是扭转局面的战役,是从一个胜利走向令一个胜利的战役。收藏一瓶红色经典,意义非凡。

“雄关漫道真如铁,而今迈步从头越”。回首遥望先辈们殚精竭虑的创业历程和敢叫天地换新颜的勇气,怎不令人慨叹?单一个四渡赤水便已是壮举,加之二万五千里的长征,更是人类历史上的奇迹。

所有伟大的胜利都是正确方向加长期努力得来的。如今的贵州安酒顺应行业趋势,紧抓酱酒风口,在“长期主义”思想的指导下,着眼长远,匠心潜行,精益求精,定能在未来获取更大的胜利。

老酒市场 在诚信规范中焕发 勃勃生机

具有名酒背书的老酒被誉为“可以喝的古董”,而收藏老酒成了一个知识积累的过程,投资老酒成了一个市场运作的过程,品味老酒成了一个让历史融进血液的过程。近期,苏富比(Sotheby's)在伦敦举行烈酒拍卖会。24瓶1974年的“葵花牌”贵州茅台估价为20万到45万英镑。中国嘉德国际拍卖有限公司官网显示,在嘉德2021春拍会上,2013年产原箱特别茅台酒48瓶/500ml(4箱×12瓶)成交价达到195.5万元人民币。

在整个消费品行业中,酒业,特别是高端白酒的毛利率高、抗通胀性较强。回归“名酒时代”加速了白酒行业分化和集中度提升,高端名酒的稀缺性越发明显,酒文化的传承有声有色。近些年来,充分体现个人爱好、收集和展示酒标、酒具、酒器及相关藏品的个人收藏博物馆如雨后春笋般涌现出来,进一步增强老酒投资和收藏属性。

综合酒类流通运营商歌德盈香官微上的信息,茅台、五粮液、泸州老窖、汾酒、西凤酒等17个品牌的白酒老酒“入局”交易。老酒的产品品质鉴定、价值价格评估、市场交易活跃度等引发消费者关注。

《中国酒业“十四五”发展指导意见》提出,“十四五”期间做好陈年白酒市场开发,建立更加科学规范的老酒鉴定标准和流程,持续提升老酒鉴定水平,系统梳理老酒鉴定知识体系、理论体系和技术体系,加强老酒鉴定复合型专业人才培育,深挖老酒品质价值、文化价值和艺术价值,强化老酒知识科普,促进老酒市场交易走上一条依法规范、高标准、严要求的发展之道,助力陈年白酒市场超千亿目标。

我们认为,老酒是时代的缩影,是文化的积淀,是品牌成长的见证者。喝好酒,喝名酒,喝老酒已经成为新的消费趋势和场景体验。品鉴老酒就是在追溯历史、传承经典和感悟人生的同时,回顾酒企发展历程、学习传承工匠精神和提高审美鉴赏能力。随着名酒收藏行业标准、白酒年份酒团体标准的建立与完善,老酒鉴定技术日益成熟,老酒市场交易的诚信服务逐步规范,品牌酒企相继推出“真实年份酒”“陈年酒”进一步发力老酒市场,引导更多酒类爱好者认知老酒、欣赏老酒、消费老酒,推动老酒市场在诚信规范中焕发勃勃生机。(新华)



世界上最古老的 单一麦芽 苏格兰威士忌问世

威士忌创造者Gordon & MacPhail将于今年9月和大英帝国勋章军官戴维·阿德迦耶爵士(Sir David Adjaye OBE)联手推出世界上最古老的单一麦芽苏格兰威士忌,这是一款来自Glenlivet酿酒厂的80年陈酿威士忌。

1940年2月3日,在苏格兰北部一个宁静的地方,George Urquhart和他的父亲John凭借非凡的远见和眼光,将Glenlivet酿酒厂的烈酒灌入定制款的Gordon & MacPhail威士忌酒桶,为子孙后代带来美酒佳酿。

George Urquhart曾被著名威士忌作家Charlie MacLean称为“单一麦芽威士忌之父”。他坚信,每一款威士忌都应该陈酿到自然成熟,直到酒桶和烈酒互相融合,达到理想的品质,然后才能被分享。340号酒桶的陈酿时间为80年,比历史上任何苏格兰威士忌的酿造时间都长。

2020年2月5日,借助超过125年的独特酿酒技能和经验,公司终于决定开启酒桶中的佳酿,共装满250个酒樽。

“这款威士忌是有史以来最古老的单一麦芽苏格兰威士忌,保有浓郁的香气,酒精度为44.9%,是我们家族数代人传承下来的酿酒技术的证明”,Gordon & MacPhail Whiskies高级总监Stephen Rankin解释道,他是该公司所属家族的第四代成员。

超过125年以来,Gordon & MacPhail始终专注于一项简单的使命:酿造品质卓越的单一麦芽苏格兰威士忌。经过家族四代人的经营,该公司的酒桶能用于100多家苏格兰酿酒厂生产的烈酒。正是这种兼具深度和广度的独特经验,使得Gordon & MacPhail能够将橡木、烈酒和时间完美融合,酿造出世界上独一无二的标志性威士忌。

为致敬John和George Urquhart的远见卓识,Gordon & MacPhail与国际知名建筑师和设计师戴维·阿德迦耶爵士合作,打造了独特的酒樽和橡木盒,用来灌装迄今为止世界上最珍贵的威士忌。阿德迦耶爵士被称为“具有艺术家感性和远见的建筑师”,能够理解公司在艺术、传统和工艺方面的价值,是顺理成章的创意合作伙伴。

随着来自Glenlivet酿酒厂的80年陈威士忌在今年9月亮相,Gordon & MacPhail数代人的声誉将得到进一步提升。(据知情快报)

千亿老酒市场正向2000亿扩容 未来如何入局、挖矿、躲坑?(下)

■ 翟庭俞 霍学雅

哪里有诱惑,哪里就有陷阱。老酒市场繁荣的背后也不乏各种乱象,市场监管仍存在诸多空白,有人挖到矿,也有人踩到坑。未来老酒市场需要如何进化?鉴别系统会如何升级?

都有哪些资本和顶级玩家在投身老酒?跃跃欲试的你,未来如何入局、挖矿、躲坑?老酒持续升值,未来会无限贵吗?

第三篇

“十四五”期间如何把握老酒市场

记者:“十四五”期间,厂家、商家,然后消费者,甚至于藏家,他们如何去把握这个老酒市场?

曾宇:老酒是绝对的一个长期的热点。因为老酒这个产品品种繁多,各种年份,各种品相,导致这个价格不透明,所以酒商去做这个酒的利润,还是不错的。老酒又是消费者喜欢的,酒厂必须附和,所以他更多是想通过老酒的炒作,来提升自己的文化。

北京的超五星级酒店,下面都是卖老酒的,老酒是酒商、消费者、酒厂都能获得利益,所以大家都会推波助澜。

王邦华:说起“十四五”,各个酒厂推瓶储



来越来越多的消费者都变成品酒高手。反过来就是因为老酒的坦诚,让很多酒厂去认真做酒,认真存酒,存够时间的酒。

记者:在整个老酒圈里面,有哪些方式是指值得推广的?

王邦华:整个中国白酒,我们认为,可以把它定义为是个载体。是什么样的载体?是个文化的载体。比如说,我们做收藏的来说,我们玩瓷器收藏,玩玉器玩书画收藏,玩其他类的收藏,这些我倒建议我们的酒厂是不是可以考虑吸引更多的人。

比如说在包装上,看到很多它的复古版有它的文化创意酒,或者文创艺术酒,上面就找到很多的灵感。建议这些酒厂是不是将来比如说酒的包装上,很多瓷器已经在引用上了,把玉器,把有关的中国传统的一些东西来附加到这瓶酒上来,让酒不光是酒,它是一个文化的载体,所以让更多的人喜欢它,让更多的人来参与这里面,来收藏来投资,来把玩,来更好地消费。

程梁:西方有一句格言,“要领队去远航,首先不是让人去砍树,然后去造船,而是要先激起他这个,内心对大海的渴望。”

要想推广老酒,首先一件事情,就是酒厂应该是组织它的用户去喝老酒。只有品,只有喝,这个比你去做无数的广告,比你去做很多的这种宣传都要好。这件事情,实际上酒厂是几乎没有做的,都是由这些老酒的收藏爱好者,他们是真正的把他们藏着的各种老酒拿出来,去推广给他们的用户,他们帮酒厂做了这件事。

但现在成本越来越高,其实酒厂还是有这个实力的,然后怎么样去从市场上面去收集一些,它不一定非得要时间更长的,把它的品鉴会从品鉴新酒,变成品鉴它的历史的年份的老酒去唤起人家对它过去的品质,对它过去的文化,对它过去的历史的这个认可度。这件事情是非常重要的,也是最有效的一个方法。

记者:您现在操作的过程当中,有没有便宜的?

曾宇:怎么讲呢,便宜的话,第一,现在低成本的话,我们会以这种用老酒去勾调新酒。比如一瓶老汾酒勾调三瓶新汾酒,勾调以后口感更柔顺,陈味又有了。

其实我觉得很多消费者,他可以勾调,就可以降低成本。还有降低成本,有一些消费者你可以先存一点酒,自己存的酒价格低,等过两年以后,再拿出来,它也算老酒。现在不是再去宣传,一瓶老酒能买一套房,一瓶老酒暴富,我觉得这个已经是前几年的事了,现在就是如何理性消费,如何文化消费。

酒市场,是否是一个恰当的时机?

曾宇:他可能投资会有些泡沫,有些泡沫大家在一起把它喝掉了,就减少了泡沫,它的数量在减少的。但是老酒圈的很多人坐在一起就相当于砸玉石,砸瓷器,撕字画,有一种泡沫也是通过饮用减少,我觉得这个是老酒的品类最具备优势的一点。不是所有老酒都具备很大的升值(空间),了解一下什么品类才会未来是更保值,更升值的东西。

王邦华:陈年白酒的收藏,我个人认为什么时候进来都不为晚。但是一条,收藏是一个学习的过程,首先得学习,要弄清楚什么酒是值得收藏,什么酒能收藏。陈年白酒的收藏门槛很低。只要是国家正规酒厂出的合格产品,理论上讲,都具备收藏价值。

程梁:到这里面我是觉得就是,我们要定义一下,什么是收藏。如果单纯说收藏的话,其实一个酒瓶子那也是可以收藏,每个人都有自己的爱好。但如果说投资的话,那就不是什么东西都能入手了,所以,收藏和投资,在这个时候还是要区分一下,如果是投资的话,有一句话叫做物以稀为贵,这个是不变的一个道理。还有一个前提,得是真的。要想是真正的,那就得要有靠谱的渠道,靠谱的人给你推荐靠谱的货。

王邦华:比如说,70年代或者60年代的一瓶牛栏山二锅头不比当时同年代的茅台便宜。所以物以稀为贵,这个你一定要选对。

程梁:我们来预想一下,当酒厂一旦进入

到这种状态的时候,我们所谓的老酒,已经不再是叫老酒,那么实际上未来的年份也就更加的亲民。我不认为这个趋势会是更贵,当然不排除品牌炒作,或者说是说这个就是参与的行为。但是理论上面来讲,那个时候家家,每个品牌都有年份。

现在的一些孤品,它的价值,或者是现在稀缺的,比如说,以茅台为例,铁盖以上的东

西,或者是八九十年代的,在他们还没有做计划之前,价格会更高,还有一个(可能)只是形成一个新的品类,一种新的消费方式,一种新的习惯而已。那么当然可能定价,也会发生一些改变。站在用户角度来说,我们不希望到时候因为是这个样子,最终让整个酒的价格完全是翻了一个天,觉得可能性应该不大。

记者:作为一个普通消费者,现在进入老

酒市场,是否是一个恰当的时机?

记者:年份酒跟老酒的收藏品,是怎样的一种关系?给彼此之间带来怎样的影响?

记者:年份酒跟老酒的收藏品,是怎样的

一种关系?给彼此之间带来怎样的影响?

记者:作为