

落子徐州 金沙酒业真实年份酒落地生金



■ 佳酿

品牌、品质与大商的三重加持之下，金沙酒业真实年份酒正在创造更多的财富机遇。

9月25日，以“真实年份 臻享品质”为主题的金沙酒业真实年份酒发布会暨品鉴晚宴在徐州盛大召开。

如今随着金沙酒业真实年份酒挺进徐州，又将如何掀起徐州市场的“真实年份”热潮？并为商家带来更多的财富机遇？

布局徐州 金沙酒业用真年份构筑华东支点

徐州，古称“彭城”。由于处于南北交通要冲，又是一马平川的黄淮海平原核心地带，徐州从古至今都是战争的主战场之一，有史记载发生在徐州的较大战役高达数百起之多。也正是由于特殊的地理环境，徐州自古以来便被视为“兵家必争之地”，而对白酒市场来说，徐州亦如是。

作为“五省通衢”（江苏、安徽、河南、山东、河北）的交汇点，对白酒品牌而言，拿下徐州，北上可进齐鲁，南下可入江淮，西进可达中原、东出可观沧海，因此金沙酒业一直在加强对徐州市场的建设。

会上，金沙酒业江苏销售部部长郑利表示，徐州市场作为江苏市场的酱酒“新高地”，具有非同寻常的战略意义，本次徐州发布会

的举办，将会为金沙回沙酒真实年份打开更加广阔的发展空间，希望大家齐心协力，共同将市场做大做强！

据了解，金沙真实年份酒目前在徐州市场已经成功“俘获”首批经销商。

因此，此次发布会的召开，也意味着金沙酒业真实年份酒徐州地区的全面启动，并为金沙酒业角逐高端、次高端战场提供新的市场支点，与南京等市场一道实现金沙酒业在华东地区的布局，共同带动金沙酒业相关产品的价值释放。

金沙酒业真实年份酒 为何徐州酒商不容错过？

真年份，可以说是金沙酒业将要打出的一张金字招牌。

近年来，由于缺乏规范的标准约束，没有可以参照的年份酒产品执行标准，年份酒产品市场呈现较为混乱的现状。又鉴于当前国家对产品标签标注管理办法的强化，致使白酒产品无法明确标注年份，年份酒产品在消费者心中的地位受到了严重影响，年份酒产品市场也呈现出岌岌可危的现状，而中国白酒生产酿造体系的独特性以及相关科学技术方法体系的不完整性，也一直束缚着年份酒标准的制定工作。

基于如上考虑，中国酒业协会经过近13年的努力，于2019年3月正式颁布实施了白

酒年份酒团体标准。从年份酒生产的准入、年份酒生产的备案、白酒年份产品标准、及年份酒知识产权等四个方面对年份酒制定了相关标准。

随着该标注的制定，中国白酒行业也由此正式迎来了真实年份酒的一股热潮。

而金沙酒业早在2020年1月便正式向中国酒业协会提出了真实年份酒的认证申请，并于半年后获得中国酒业协会的认证和备案，并接入了中国酒业协会白酒年份酒追溯系统。

这不仅出于对金沙酒业的历史自信、品牌自信、品质自信，更是对年份酒市场概念的规范和中国白酒消费的正确引导，也是贵州名酒捍卫高端白酒市场形象的责任与担当。

2020年10月，金沙真实年份酒以秋糖为首秀舞台正式“出道”，现场签约3亿+，引发真实年份酒乃至酱酒行业的一记“惊雷”。金沙真实年份酒的优异表现也让金沙酒业对其寄予厚望，在金沙酒业“十四五”战略规划中明确提出，金沙回沙真实年份的地位仅次于摘要，要将其打造成20亿量级大单品。

2021年3月份以来，金沙酒业“真年份”攻势进一步提速，以“真实年份·臻享品质”为主题的金沙酒业真实年份酒发布会相继在深圳、西安、北京、海口上市发布。

随着如今金沙酒业真实年份酒布局徐州，携“实力表达、品质表达、稀缺表达、对消费者承诺的表达，对金沙百亿赋能的表达”等五个表达，在江苏市场发出“真实年份”的一记强音。

配额稀缺 拥有便是财富

从上述内容可以看出，年份酒在金沙酒业拥有着极为重要的战略地位和价值。

从外部趋势来说，品质升级迎合消费升级，高品质产品更受白酒消费者的青睐，酱香型白酒、真年份酒就是品质生活的表达。

而从金沙酒业的内部发展而言，金沙真年份的战略地位也仅次于摘要，是金沙百亿战略的重要加持。

因此，自去年上市后金沙酒业并致力于金沙酒业真实年份酒的全国化布局。不过需要注意的是，虽然金沙酒业真实年份酒的市场在不断完善当中，但这并不意味着这趟财富列车能够轻松搭上。

据了解，金沙真实年份酒仅在全国招募20个大商合作，并将组建“金沙真年份酒联盟”，在价格管控、市场支持、规范化管理、配额计划、品牌管理等五大方面实现厂商一体化，共同推动金沙真年份酒的良性发展，将其全力打造成为“现象级”大单品。

对此，有徐州经销商表示，“只有稀缺的资源才是最宝贵的，才是商机。金沙真年份也将成为金沙酒业未来在全国市场的主角之一”。

常言道，一个好汉三个帮。虽然金沙酒业真实年份酒品质过得硬，还有金沙酒业品牌强大的赋能，但也需要广大经销商的扶持来共同拉升真实年份酒未来在整个徐州市场的价值空间，因此金沙酒业也想有意向的经销商发出了诚挚的邀请，欢迎他们到金沙酒厂参观指导，并与金沙酒业展开深度合作。

有行业专家认为，随着金沙酒业真实年份酒市场布局的不断完善，未来真实年份酒不仅会为金沙酒业角逐高端、次高端战场提供新的武器，也将整体带动金沙酒业相关产品的价值释放，为冲刺百亿目标注入新的动能。



追溯葡萄酒变迁历史 世界上最古老的葡萄酒酒窖

任何一种物品的收藏都会有例如文化的传承、历史的见证或有其特殊的意义，今天，我们就来聊聊葡萄酒收藏的历史变迁及文化。

葡萄酒的历史悠久，可以追溯到大约一万年以前，最早的葡萄酒在底格里斯河与幼发拉底河之间的盆地（相当于今天土耳其东南部、叙利亚东部、伊拉克地区）酿制出来，这里被誉为文明摇篮的美索不达米亚平原是迄今最早的葡萄酒文化的发祥地。之后葡萄藤、葡萄酒以及葡萄酒文化慢慢传播到古埃及、古罗马、古希腊，扩散到整个欧洲，再向东传播到包括中国在内的东方世界。

2013年考古学家们在寻找葡萄酒文明的传播路线上有了重大的考古发现。据《华尔街日报》报道称，最古老的酒窖在古埃及蝎子法老一世(Pharaoh Scorpion I)陵墓中发现。大约公元前3150年，蝎子王一世是埃及历史上最早的君主之一，他逝世后，在其陪葬物品中发现大量文物，这其中包括700罐从南部黎凡特地区进口的昂贵葡萄酒。考古学家在发掘的遗物中就曾发现过表面刻有“葡萄酒”字样的酒壶。有趣的是，在古埃及有关葡萄酒的记载竟然比葡萄树的记载更早地出现在历史遗迹和遗迹当中。可见，收藏葡萄酒、品鉴葡萄酒带动了葡萄种植与葡萄酒酿造的发展。

只有经历收藏的过程才会知道，葡萄酒如人一般经历幼年，成长成为青年，走向成年，最后走向老年。只有经历收藏的过程，才能感受不同时期的葡萄酒千变万化的曼妙香气和复杂迷人的口感，令人沉醉其中，无法忘怀。

古往今来，服侍名酒成为区分等级的标志。收藏对于顶级葡萄酒佳酿而言更意义重大。收藏的过程即是等待葡萄酒佳酿成长的过程。在古罗马时期，富裕的罗马人就已经意识到储藏葡萄酒会使葡萄酒更美味，也知道收藏的重要性。他们将大量葡萄酒装入双耳尖底瓮中存放在库房里。待饮用葡萄酒之时，看酒色如琼浆玉液，饮之如品甘醴。芳香四溢，令人陶醉。品酒的享受不必多言，但前提是葡萄酒一定要好好收藏。

最初的酒窖其实只是天然的岩洞，而发现葡萄酒储藏于洞穴的原因，主要是因为葡萄酒产量的大幅提升，一批批的葡萄酒存放在哪里才可以确保良好的熟成？若存放在普通的房间或架子上，那时候房间里会随室外的环境而变化，葡萄酒要度过春夏秋冬，光照和温度波动对葡萄酒的影响很大。尤其夏天的时候，高温很容易导致葡萄酒过度氧化。而洞穴深处地下十几米，乃至几十米的地方，可以避免光照对葡萄酒的影响，温度适宜而且变化小，湿度适中。盛满酒液的橡木桶静静地存放在洞穴中，酒液可以无干扰地熟睡，慢慢陈酿，慢慢成熟，逐渐达到巅峰状态。

历经数代，真正的酒窖应运而生，法国人常说“通往酒窖的台阶越多，酒窖就越好”。在法国波尔多产区我们能见到酒窖深达几十米拱洞纵横交错，犹如迷宫一般，蜿蜒几公里，甚是壮观。地下酒窖形成了适合储酒的自然内环境，令葡萄酒的储藏难题得以解决，这也促进了葡萄酒酿造工艺及运输的发展。

葡萄酒是独特的饮品，它的收藏不但与高酒精度的白酒不同，与红木、玉器、陶瓷、字画、青铜器等艺术品的收藏也完全不同。精美的艺术品作为收藏品一般收藏的时间越久越好，而葡萄酒有适饮期，还需要严苛的储藏条件，也只会收藏有限的时间；艺术品只能欣赏把玩，而葡萄酒既可欣赏把玩，又可细细品鉴；艺术品只要保存得当，收藏价值不仅不会在欣赏过程中消失，而会不断升值，优质葡萄酒收藏则会可能在某一阶段价值不菲，而过了这个阶段则有可能价值不再。

那么，为什么葡萄酒与艺术品同样都是收藏品，却有如此大的区别呢？最主要的原因是，葡萄酒是有生命的液体，因而也是比较脆弱的，在适宜的存储条件下。不同的葡萄酒有自己特有的“生命曲线”。通俗地说就是有的葡萄酒生命周期短，而有的葡萄酒生命周期长。能经得起陈酿的葡萄酒只占极小的比例。

储藏过程的葡萄酒就如同经历一场冬眠，但是冬眠的时间长短不同，几年、几十年抑或几个月，在此期间葡萄酒液与瓶内微量的空气产生适度的接触，发生神奇的转变，逐渐使葡萄酒从青涩口感变得逐渐圆润，封闭的香气逐渐打开，产生意想不到的曼妙香气，富于层次的口感和变幻莫测的风味，令人沉醉其中。

最后，提醒想收藏葡萄酒的朋友注意下，葡萄酒种类众多，超过95%的葡萄酒适宜在1-5年内饮用口感和风味更佳，不超过5%的优质葡萄酒可以储存5-10年，只有不到1%优秀的葡萄酒适宜十年以上的陈酿。

（据前沿葡萄酒）

老酒收购报价令人心动 究竟是太火还是越来越难做？

■ 凤凰

最近，成都各个小区的电梯广告牌突然被一波收老酒的给占据，这类老酒广告一般会以大篇幅的茅台年份价格对照表作为噱头抓人眼球，然后再打着免费上门鉴定、评估的旗号，留下联系方式坐等家里存有老酒的人主动问询。

如此大张旗鼓的砸重金投广告，难道老酒市场又突然火起来了？

电梯广告老酒收购价动辄几千

商品只有交易才能产生价值，存放在家里的老酒再好也只是个摆设，面对动辄几千上万的老酒收购价，很难有人不动心，为此，WBO烈酒商业观察也“动心”地去问了询价。

通过广告上面的联系人张经理的电话，WBO透露了自己家里藏了不少老酒，有茅台、五粮液、泸州老窖、丰谷酒皇，听得对面直咽口水，很感兴趣，但同时，张经理又反复强调，电梯广告牌上的价格只是参考价，具体的价格还得等见到老酒之后再重新定价。

整个交流过程，张经理都非常迫切地表达出，愿意免费上门帮忙鉴定和评估，卖不卖都是另外一回事。

WBO婉拒张经理后，又用“老酒”作为关键词去网上搜索了一下，发现百度首屏也有不少老酒的广告，随机挑选一个微信扫码添加以后，表示最近家里老人翻出了一些老酒，但由于不懂行情，想先问下价。

或许是百度竞价的单次点击成本太贵，这位老酒收购者想要尽快转化的目的比张经理更为急切，还没聊几句就要来拍老酒的照片过去，同时，催说赶紧发地址，希望上门看酒，当面谈价，但相比电梯广告上的标价，这个百度老酒收购渠道给出的价格平均要低个700元左右。以茅台2005和2006年份的为例，电梯广告上的价格是5200元，百度老酒收购渠道给到的报价则是4500元左右。

针对WBO对定价的质疑，这位收购者表示，他们有专业的激光验酒设备，能够对老酒的年份、酒质进行鉴定，从而评估出合理的价格。



四川省酒类流通协会收藏酒专业委员会主任赵中建告诉WBO，所谓的激光验酒设备其实也没那么高大上，就是强光手电，主要用于像茅台一样不透明的酒瓶鉴定上，通过观察酒体线，判断老酒挥发程度，再结合酒标、酒盖的品相来估价。

重金砸广告 老酒不好收了？

回到开始的问题，重金砸广告，老酒是否会成为酱酒热之后的另一个风口？

赵中建指出，这种重金投放广告来收购老酒的方式，恰恰说明现在老酒不好收了。他进一步解释道，以前街角摆个牌子就能收到老酒，现在随着民众对于老酒的收藏意识提高，造成了收购者不得不增加成本扩大宣传渠道。当然，另一方面也说明老酒行业向好，市场需求旺盛。

而收购者打着免费上门鉴定、评估的旗号执意上门，其意图则在于，想实地看一下家里还有没有其他的老酒，同时，借着上门免费帮忙鉴定，主人不好意思让人空手而归促成收购。

除此之外，老酒收藏界人士王科指出，老

酒是面对面成交的生意，必须见到实物才能估价。

当被问及是否有暗坑，赵中建认为，暗坑肯定有。据他透露，有些人可能会趁着鉴定时主人不注意偷偷地调换，另一种，就是欺负普通人不懂行情，见人下菜，尽可能地压价。

江西省酒类行业协会阙英才秘书长也认为老酒生意是打信息差，尽可能压收购价是老酒行业的惯例，但他同时表示，鉴定时偷换酒款的情况基本不可能出现，因为收购者上门前并不会知道主人家里有什么酒，就无法提前准备好假酒。

不同于成都，在阙英才的印象中，老酒在江西市场至少火了5年了。据他介绍，近些年老酒又有上升的苗头，江西一些小县城里基本都驻扎着收老酒的人，有的直接往人门缝里塞名片。

解密！老酒生意经

众所周知，能够流通的商品才叫生意，只收不卖最终只能砸在手里，老酒这门生意到底是怎么做的？

通过三位受访人士的介绍，WBO了解到国内老酒圈主要分为三大派：第一派为安徽帮，是做得最早，也是目前做得最大的；赵中建透露，安徽帮发源于安徽的一个村，这个村子的所有人都在做老酒生意，后面扩大至全国；第二大老酒派系为河南帮，势力也不容小觑；最后是山东、福建、广东等派系。当然，三派之外，个别区域市场还会有当地人涉足老酒圈，比如江西。

这些老酒收购者在全国各地区都有驻点，通过驻点辐射周边乡镇，线上也会有自己的交流群，老酒圈内的收购者会在里面交流每天收购了什么酒，根据品牌、年份以及品相，老酒一般分为普通、贵重和收藏级三个等级。

王科将老酒收购者分为三级：第一级为一线收购者，主要负责在城市小区或者乡镇摆摊收购老酒，这类人群主要是第二级的老家亲戚，被第二级带入行，并获得资金和技术支持；第二级为每个城市的老酒收购大户；第三级为全国性的老酒收购大户，资金雄厚，行业资源丰富。

老酒收购上来，又是通过哪些渠道进行销售的呢？

赵中建透露，线上线下都有。线上主要通过互联网拍卖渠道，线下通过老酒的重点区域市场，例如北京宋庄的老酒交易市场，此外，名烟名酒店和老酒协会也是重要的渠道。

阙英才表示，江西的老酒市场非常成熟，当地收，当地卖，卖给经销商和烟酒店，朋友圈销售也是出售老酒的重要渠道。此外，他还提到，也会有一些趁着这个市场火热，做假老酒卖给不懂行的烟酒行，因此，老酒鉴定班现在也比较火。

王科也强调，市场越珍贵的酒越要谨慎小心，有些做假技术可达到以假乱真，普通人根本分不出来，此外，他还表示，老酒生意最重要的是稀缺，市场受供需关系影响很大。

时间不能倒流，老酒封存的是回不去的旧时光，历经岁月，喝一瓶少一瓶正是老酒的魅力所在，至于老酒这把火能火多久，是少数人彰显财富的狂欢，或是像酱酒热一样蔓延至全行业？