



中国2010年上海世博会唯一指定白酒

中國糖酒周刊

THE MANAGER'S DAILY
 责编:王萍 编辑:唐勤
 版式:陈松 校对:阳红

2010年7月19日 星期一
 C4

协办:中国贵州茅台酒厂有限责任公司

品牌文化|PinPaiWenHua

酒热潮 熏陶出杭州“防空洞经济”

众所周知,红酒最好的储藏温度在15℃—18℃之间,而防空洞刚好可以达到这个温度要求,而且还能保持恒温,非常适合储存红酒。于是别具一格的防空洞经济应运而生,不知它对红酒收藏会带来些什么,但或许这是一种良好的趋势。

□ 金早

“深挖洞,广积粮”的年代,杭州留下了不少的人防工程,最重要的就是防空洞。每年夏热纳凉的时候,大家都会想起这些防空洞的“清凉世界”。

上世纪80年代,人防工作提出了“平战结合”的要求,即防空洞既要为战时服务,也要为和平时期的经济建设服务。“防空洞经济”的概念越来越明确,如众所周知的用作香蕉储存的香蕉洞,目前利用最好的坑道宾馆——宝麓山庄,动物园附近出现过的地下超市……

据知情人透露,杭州还有一群老板也相中了防空洞,要用防空洞作红酒酒窖。

老板想租防空洞存红酒

杭州市人防开发中心工作人员陈轶立,负责防空洞的招商事务,今年他接了不少电话,都是打听租防空洞的。这事本来没啥奇怪的,可他发现居然有10人抱着同一个目的:租个防空洞当酒窖。

“其实早在两三年前,就有人异想天开过,想在防空洞内租块地方,当作红酒的酒窖。”陈轶立说,当时那人的要求很简单,只要给一个地方就行,只是最后没有谈成。

据了解,如果有人想租用防空洞,并不需要把整个防空洞租下,只需要租用其中一块空间即可,租金按照面积来算。例如最近开放纳凉的吴山游艺场,就有4家香蕉商一起租用过。

“后来找上门来的人越来越多,都是同一个想法,但要求就不同了。”陈轶立说,租来当酒窖用的大多是些私人老板,生活品质很高,租金高低看得并不重,但希望防空洞的位置距离市区近一些,交通比较便利,最好有停车场。

湿度太大,做酒窖仍有不足

防空洞酒窖的概念,杭州并非首创。据说在香港的寿臣山有个改建好的红酒酒窖,该防空洞位于地下20米,有2米厚的石墙,安装了专业的中

央空调系统,能精确地维持室内恒定的温度和湿度。需要花上1656美元才能成为这个酒窖的终身会员。

收藏家李杰说,红酒最好的储藏温度就是在15℃—18℃之间,而防空洞刚好可以达到这个温度要求,而且还能保持恒温,非常适合储存红酒。“但问题也出在湿度上,在防空洞内只适合储存桶装和瓶装的红酒。”

储存成本低让酒商趋之若鹜

“我听说过这种方式,租防空洞的应该都是一些红酒商,私人如果租的话,估计都是玩票性质的。”杭州久加久公司总经理潘迪晔说,“把防空洞当作酒窖,这是一种最原始的天然储存方式。”

“其实红酒储存,恒温恒湿,还要空气流通,满足这些条件其实很容易,做一个恒温室就好了,我们久加久每个门市店都有,成本并不高,有空调、加湿器等设备就可以了。”潘迪晔说,红酒储存,对温度和湿度要求很高,如果湿度一大,瓶盖就会发潮,从而影响酒的质量。

新闻链接

防空洞经济的N种模式

目前杭州60%防空洞被利用起来了,包含出租。

杭州的防空洞每平方米的租金多少,每年能产生多少经济效益,李杰一直不肯透露。“每年我们在防空洞的装修和维护上,至少要有近百万元的投入,而防空洞所产生的经济效益,目前还没办法达到收支持平。”但红酒酒窖的这种新盈利方式出现,收藏家李杰也觉得这是一种好的趋势。

宝麓山庄

宝麓山庄位于宝麓山脚,房价在一两百元之间。宝麓山庄的负责人高官林谦虚地说,冬暖夏凉是这里最大的特色。

森林酒吧

北山路的森林酒吧,白天防空洞作为纳凉点,晚上作为酒吧来经营。森林酒吧的老板平时都在外地,酒吧也是专门请人来打理的。他在电话里告诉记者,酒吧生意到了夏天,会更好一些。



玖道坊 开创豫酒芝麻香型典范

河南省傅潭酒业有限公司位于冀、鲁、豫三省交界处,在南乐县岳固村西,南乐县志记载有“傅潭秋月”为南乐古八景之一。

近年来,公司技术人员在总经理赵章报带领下,经过不懈努力,刻苦钻研,研制成功中国第十一大香型——芝麻香型白酒。芝麻香型酒酱、浓、清风味兼有,绵柔丰满、幽雅细腻、香味协调、回味悠长、空杯留香不息,综合感官具有焙炒芝麻的复合香气,饮后令人愉悦舒适,心旷神怡。傅潭酒业生产的芝麻香型白酒典范“玖道坊”,以其深厚的文化历史底蕴彰显了深邃内涵和独特魅力。

中国当代大多白酒专家都对

芝麻酒给予高度评价。中国著名酿酒专家、历届全国评酒专家组成员高月明先生这样评价芝麻酒:“我认为好的产品无外乎三点:一是看着好,二是喝着顺,三是喝醉以后不上头,那肯定就是好酒。”“芝麻香型白酒还有三个特点:一是质量精,二是技术含量高,三是缺者为贵,价格看好,工艺高超,不好假冒。”

历久留香的“玖道坊”芝麻香型白酒,以其无色透明、焦香、芝麻复合香气突出,香气优雅、酒体丰满、绵柔纯甜、余味悠长、风格典雅,填补了中原地区芝麻香型白酒生产的空白,正在书写着豫酒新的传奇!

(董菲 赵春雷)

期酒,葡萄酒投资的新路径

国际上期酒投资的平均收益率达到了8%至12%。日前,在张裕爱斐堡国际酒庄举行的2009年份期酒发售仪式上,一位投资理财专家表示,在当前股市不景气的投资环境下,期酒这种兼具高品位与高回报率的出资方式正受到高端投资者的密切关注。

何谓期酒?

近年来,高端葡萄酒的收藏热也正在兴起。然而,说到“期酒”,绝大多数人对这种葡萄酒的投资方式并不了解。所谓期酒,是指在葡萄酒完成发酵工艺后,刚刚放入橡木桶陈酿环节,买家购买其所有权,这时买家购买的葡萄酒称为期酒。此时期的葡萄酒尚不能饮用,还需要将葡萄酒存放在酒窖中,经过18至24个月的陈酿之后,葡萄酒完全成熟,装瓶出窖,才能饮用。

期酒投资:赚钱享受两相宜

然而,作为一种稀缺资源,期酒并非有钱就能买到的。波尔多酒庄的期酒只向部分酒商出售,若是个人投资者想买,就只能通过二手的途径。以张裕爱斐堡2009年份期酒为例,采用双轨制的发售模式,其中一种方式是在一年后,买家可以自由选择提酒或取回现金收益。另一种方式则是等要一年半在期酒上市后面向经销商发售,其他买家也只有在这个环节才可以买到期酒,而据业内人士估计,届时售价至少上升20%。

“27万元收藏一桶期酒不过分,不但能投资,更能更深入地了解接触葡萄酒,感受葡萄酒生命的变化与财富的同步成长这一过程充满了乐趣,而以葡萄酒的品位与朋友分享也是合宜的选择。”一位工商银行私人银行订购者表示。

(潘淑婷)

茅台集团习酒公司跨越式发展系列报道之三

让习酒创新活力竞相涌流

——茅台集团习酒公司创新发展纪实

□ 樊瑛 特约记者 沈必方 贺凝
 本报记者 张建忠

进入公元2010年,中国经济发展的航船正按照党的十七大确定的航向全速前进。

作为12年前加入贵州茅台集团的习酒公司,今年已连续10年实现跨越式增长,成为茅台集团旗下的一支劲旅,习酒的迅速崛起,打造了一段砥砺前行、不断创新的传奇。

“善奕者谋势”。12年前,习酒领导班子登高望远,面临前所未有的新课题新考验,世情、国情、厂情新发展变化的大背景,完成时代赋予的历史使命。

直挂云帆济沧海

习酒公司审时度势,坚持习酒发展战略创新、市场营销创新,还有一个至关重要的命题,这就是按照茅台集团确立的“文化杨企”战略,重构习酒企业文化,从而使习酒“厚积薄发”,成为走向全国大市场的大品牌。

习酒着眼贯彻落实贵州省委、省政府“振兴黔酒”发展战略的需要,制订了“倾力建设贵州浓香白酒生产基地,精心打造贵州浓香白酒第一品牌”的发展战略定位。

2009年,在品牌塑造上,实施了以五星习酒为核心的品牌发展战略,加强习酒全国市场的品牌推广,挖掘、传播“黔派浓香、习酒领创”的品牌概念;加大中高档酒市场的开发和建设力度,优化产品结构,推进升级换代,“2009新款十五年五星习酒”等产品成功上市,进一步提高了产品附加值。2009年,习酒系列产品实现销售收入同比增长31%。

习酒正是凭借此种品牌价值影响,在贵州主体市场和全国重点战略市场上,使浓香型“五星习酒”、酱香型“金质习酒”两大主导品牌赢得了越来越多的认知度、信任度、美誉度和钟情感,习酒产品逐渐在消费者心目中成为真正的名牌,并且产品市场占有率呈现出上升的态势。

习酒认真实践“尊商、亲商、扶商、安商、乐商、富商”的情商文化,不断挖掘其丰富内涵向深入,坚持落实“五个坚定不移”和“无贵州市场不稳,无省外市场不大,稳定巩固发展贵州市场,加快省外市场开发建设步伐”的营销工作思路,截至

目前为止,习酒产品在省内市场得以稳定巩固,省外市场销售接近公司产品销售总额的50%。

打造一流企业进行时

2009年,习酒销量、销售收入、创造利税、上缴税金,分别达到11000吨、8.3099亿元、2.95亿元、2.1061亿元、8500万元,同比创造历史记录的2008年,增长了26%、34%、41%、16%、28%;以优异的发展业绩列入贵州企业50强排名榜。

习酒提前三个月完成了茅台集团下达的销售任务,再创历史新高,实现税金,上缴税金分别突破两个亿,经济运行质量显著提高,国有资产保值增值,成为振兴贵州白酒产业的一个新亮点。

习酒公司荣获“中国食品工业质量效益奖”、“2009年度最具成长性企业”、“第六届创建《全国诚信单位光荣榜》上榜单位”;“贵州省50强企业”、“贵州省精神文明建设先进单位”、“贵州省创建保护消费者权益示范企业”、“遵义市白酒工业企业十星企业”(名列榜首)、“遵义市工业企业应对金融危机保增长先进企业”称号;公司包装车间二班荣获中华全国总工会授予的“全国女职工建功立业标兵岗”称号。

“工欲善其事,必先利其器”。对习酒来说,这个“利器”,就是习酒公司近12年的创新成果——“诚信为本”的经营原则和“无情不商”的经营理念。

如今,习酒在新任公司董事长、总经理张德芹的引领下,按照茅台集团党委书记、总经理、茅台酒股份公司董事长袁仁国对习酒公司新领导班子提出“要进一步增强政治意识,牢固树立大局意识、责任意识、团结意识、发展意识、机遇意识、管理意识、改革意识、创新意识、学习意识、廉洁意识;进一步增强紧迫感、危机感,全面提升班子的整体理论素养、业务水平,在观念、管理、制度、机制体制、文化建设等方面解放思想,不断开拓,以改革促发展,以开放促开放,以创新促跨越;进一步加强党的建设,加强反腐倡廉建设,做到既干事又干净,既勤政又廉洁,秉公用权,严于律己,率先垂范”的要求,不辜负党组织的重托,积极主动、创新性地开展工作,不断向着中国一流企业的美好愿景激情前进!习酒行天下!

丰谷酒王: 自然生态加独特工艺成就臻品

品质独特之丰谷酒王

除了生态条件的优越之外,丰谷酒的酿造过程从制曲、到发酵、再到蒸馏、取酒,始终坚持沿袭千年的传统工艺。丰谷采用的“分层用糟、底回底、本窖循环”,巧妙地兼顾了跑窖循环的续优质好糟的特点。又保留了本窖循环于养窖养糟又有利的特点。坚持“早春入窖,中秋取酒”的古训,精选的生态有机粮食在千年古窖池中充分发酵。坚持每年使用优质糯米,经过特殊处理后养窖两次,为窖泥中的微生物提供了充足的养分和生长因子,保证了窖泥中有益微生物长期旺盛的生命活力。坚持原酒在地下室陶坛中长期储存,保证了丰谷系列酒质量稳定的香陈、绵甜、细腻柔和的风格特点。

由于坚守自然、生态的理念,故丰谷酒除了有完美舒适的口感外,更呈现低醉酒度的卓越健康的品质。近几年来,丰谷酒业的发展进入稳定、持续、快速的成长轨道,而丰谷酒业在市场不断扩张的同时,也在积

极做着品牌和产品升级的工作。对于酒王这个高端品牌,丰谷酒业可谓倾注了很多心血和精力,酒王的品质更是精益求精。

首先,丰谷酒王的酿酒粮食选自位于川西的九寨沟大型生态有机粮食生产基地,用源自清朝的天佑烧坊延续的窖泥、生态菌群,在窖池发酵的时间长达半年之久。酒王入口柔而不辛,入喉甘而不辣,入腹悠然而不燥,余香渺渺,回味悠长。据专家介绍,丰谷酒王因为窖藏10年,香味成分复杂多样,各组分成分自然平衡,和谐统一,酒体绵甜柔顺。温润柔和的感受使唇齿生津。更为独特之处,就是丰谷酒王酒度为48度。经白酒专家、医学专家的反复测评,48度融合了高度酒的浓香和低度酒的甘爽为一体,使得味蕾获得最大的享受。

在营销上,丰谷酒王开启了丰谷白酒定制化生产的新时代。为高端客户量身定做专属美酒,倍显高端尊贵。



□ 本报记者 王剑兰 于丹

2001年企业改制后更名为四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司。丰谷酒品质超群,离不开丰谷所在地的三大天然生态条件。其一是水。丰谷酿酒用水来自长江源头雪宝顶,与九寨沟之水同源,是川西高原闻名遐迩的“名酒U型地带”的第一道水源。其富含多种微量元素、硬度低、酸度适中,属甜水,是酿酒的绝佳之水。其二是粮。从古至今,丰谷酒所选用的粮食始终遵循优中选优的原则。丰谷位于川西九寨沟的千亩生态有机粮食基地,日照充足,空气清新,无任何污染,粮食在整个生产过程绝不添加化肥、农药,谷物颗粒饱满,富含多种营养成分。其三是老窖池。丰谷的窖池源于清朝康熙年间丰谷天佑烧坊,历经百年培育,窖泥中富含多种微生物,从而赋予了丰谷酒特殊的香气成分,形成独有的天然香源。

三大自然生态条件

绵阳丰谷酒业坐落于四川省绵阳市,古称绵州。绵州自古盛产美酒,清朝康熙年间陕西酿酒大师王发天入川至绵州,合并了当地多家酒坊,在传承千年的富乐烧坊酒基础上,于绵州丰谷镇创立了“丰谷天佑烧坊”;后“丰谷天佑烧坊”更名为国营绵阳市酒厂,