

12 酒饮品Liquor&Drinks

“酒精勾兑”，中国白酒之殇

中国白酒品牌观察员 谭儒

近日,媒体传出消息,受枝江酒业“勾兑门”影响,维维股份自6月3日以来市值减少了22亿元。“酒精勾兑”再一次在白酒业掀起浩然大波。在此前,有消息称,在中国白酒市场上,至少有60%至70%白酒属非纯粮酿造的食用酒精勾兑酒,勾兑酒“泛滥”,正在危及行业的正常发展。中国白酒品牌观察员谭儒忧心忡忡,产生了“中国白酒业是又一个中国奶业的翻版”的幻觉。甚至耳畔响起了贾卿卿的歌曲《殇》:“殇,逆风凄然北望,伤,暗自流尽年光”。

秦池“勾兑门”给第一个黄金十年画上了句号

1996年,中国央视标王“秦池”格外耀眼,吸引了中国白酒品牌观察员谭儒的关注。5月,谭儒专程赶往山东一个小县城临朐县,在秦池酒厂的一排平房中,与躺在病床上输液的秦池营销老总姬长孔做了一次深层次交流,姬长孔说了他到秦池酒厂后,如何带着50万元支票抵达沈阳,如何租了一艘大飞艇,从沈阳闹市上空撒下数万张广告传单,如何成功进入了打开了东北市场的大门;也讲述了他1995年11月8日的梅地亚,如何用6666万元夺得央视广告“标王”的经过;最后还谈了秦池如何完成了“每天向中央电视台开进一辆桑塔纳,开出的是一辆豪华奥迪”的奥秘。为此,中国白酒品牌观察员谭儒撰写了《永远的秦池》系列报道,发表后业界一片喧哗,秦池一下子成为了中国酒企学习的典范。

9月,谭儒应邀参加了央视在临朐举办的“21世纪媒介研讨会”,再一次走进秦池,看见了投入数千万元改造的秦池办公大厦已拔地而起,大厦蓝色的玻璃墙在阳光下熠熠闪烁。1996年11月18日,谭儒来到梅地亚,还亲睹了“秦池酒,投标金额为3.212118亿元!”的过程,在进梅迪亚前,秦池酒厂厂长王卓胜还信誓旦旦地告诉谭儒,投标金额不会超过2亿,怎么会出现3.212118亿元?姬长孔笑侃说:“那是我的手机号码。”

1996年,秦池成就不菲,当年销售收入9.8亿元,利税2.2亿元,增长五到六倍。秦池一下子光鲜明亮起来。

1997年1月,当姬长孔在北京领“中国企业形象最佳单位”奖之时,报媒刊出一条爆炸性新闻:秦池在山东的基地每年只能生产3000吨原酒,根本无法满足市场的翻番增加,秦池从四川一些酒厂大量收购原酒,运回山东后进行“勾兑”。随后,《雾里看花访秦池》、《川酒滚滚流秦池》把秦池“勾兑门”彻底打开了。在1997成都春季糖酒会上,媒体再次发难,秦池引起了公众的反感,彻底失去了消费者的支持。“勾兑门”不仅最终使标王秦池迅速消失在历史的大潮中,也让整个中国白酒业不久陷入了危机之中,消费者开始对整个白酒业产生了怀疑、不解、抵触、忧伤情绪。

受“勾兑门”影响,世纪跨越之时,中国白酒业第一个“黄金十年”寿终正寝。

枝江酒业“勾兑门”恰逢第二个黄金十年终结

如果说,第一个黄金十年,成就了中國白酒市场竞争的自由化的话,那么,可以说第二个黄金十年,把中国白酒推向了品牌制胜的巅峰。在第二个黄金十年,中国大地上凸现出大大小小成百上千的酒品牌,其中“枝江”光彩熠熠。

“枝江”虽有200年的白酒酿造历史,但一直为地方品牌。1998年10月,枝江市酒厂改制为国有控股公司枝江酒业,2001年8月改革为民营控股、国资参股企业,2009年10月公司与维维集团战略重组。2005年春,中国白酒品牌观察员谭儒应邀到枝江酒业观察,与当时其销售老总曹生武谈起枝江品牌时,谭儒很“忧患”地指出了“枝江”的三个不足:一,“枝江”注定就是一个地域品牌,没有稻花香、白云边品牌的文化神韵;二,枝江的基酒产量无法支撑品牌的跨越;三,枝江酒业复杂的产权必将拖累“枝江”的跨越发展。听到这些,曹生武的面色一下黯淡下来,对谭儒的“忧患”嗤之以鼻。

“枝江”在第二个黄金十年迅速崛起,销售网络一下遍布全国20多个省400多

个城市和广大农村,拥有一级代理商480多家、二级网络28800多家。2010年、2011年、2012年枝江酒业集团销售分别突破50亿元、70亿、90亿,这些“成就”给了谭儒的“忧患”重重一耳光。

其实,谭儒的“忧患”并非空穴来风,其一,“枝江”依然缺少文化神韵。翻开今天的枝江酒业的网站就可以发现,枝江酒业股份公司和枝江酒业集团的概念几乎是混淆的,枝江酒业的价值观并非那样清晰,“枝江”理念虽然也在广泛传播,但缺少灵魂,还在“似像非像”的阶段。

其二,枝江酒业成品酒逾半数酒精勾兑。据维维股份年报披露,2011年枝江酒的产销量已达12万吨,2012年虽有所下降,但仍有8万多吨的产量。而枝江酒业年产60度左右基酒能力不足万吨,远远不能满足其年产销十万余吨成品酒的勾兑需要,其基酒产能与成品酒销量不相匹配,逾半数产品都采用食用酒精勾兑。表面上看,用一吨食用酒精能做出两吨白酒,等于4000瓶白酒,每瓶成本只要几块钱;而每瓶纯粮酿造白酒成本至少需要20多元,是前者的好几倍。“酒精勾兑”的确节约成本,但消费者一旦清楚了其中的“道道”,当然也就会用脚投票了。实践已经证明了这一点。从6月3日勾兑事件被曝光后,枝江酒业大股东微微股份的股价就遭遇持续下滑,截至6月27日收盘,其股票市值已减少了22亿元。从整个6月份的下跌幅度来看,维维股份也是凭24.18%的跌幅远远超越了大盘的波动。

其三,枝江酒业产权关系依然复杂,很难轻装上阵。

先是古井贡酒被曝“勾兑门”引出行业酒精勾兑的潜规则,后是枝江酒业“勾兑门”扫荡了消费者的信心,毫无疑问,当“勾兑门”再次出现在黄金十年的“金脉”断掉之际,足以使整个行业雪上加霜。

“酒精勾兑”踢爆“秘密”的诚信危机?

中国白酒品牌观察员谭儒在上大学时,就听教授讲过“勾兑”是白酒酿造的一项非常重要而且必不可少的工艺。各种国际著名的蒸馏酒,如威士忌、白



兰地、金酒、朗姆酒等都是用高品质的基酒勾兑出来的。为什么在中国,消费者谈“勾”色变呢?

其实,在传统的酿酒过程中,勾兑是一种正常的工艺,是用老熟的白酒勾调生酒,即用纯粮酿造储藏多年的白酒来勾调新产出的纯粮酿造的白酒,通过微妙的化学反应使之达到品质和感官要求,不添加任何外来物质。这种工艺就叫“固态法”,是中国最古老的传统酿造方法,与“液态法”和“固液态法”并列三种国标工艺。“固液态发”是用纯粮酿造的白酒加食用酒精、香精香料和水勾兑白酒,被业界称为白酒新工艺。采用新工艺的主要目的是为了节省粮食。权威机构和专家表示,用食用酒精加水勾兑低端白酒对人体并没有危害;然而,在较长一个时期,部分企业昧着良心谋

利,明明是用食用酒精加水 and 香料来勾兑白酒,却在瓶标上注明纯粮酿造,这就是造假行为了。之所以造假,“秘密”就是为了获取超额利润,这又构成了不公平、不正当竞争。

1998年春节前后,山西省朔州市发现数百群众因饮用含有过量甲醇的散装白酒而中毒。一时间,国人谈“勾”色变,而采用工业酒精加水做成的毒酒与“勾兑”在普通消费者眼里画上了等号。

在白酒产业迅速发展、消费者知情权呼声日高的今天,白酒“勾兑门”已经演变为“诚信门”。如果我们还不加以重视,对用食用酒精加水勾兑白酒“用而不标”的造假行为,行业协会和有关部门或依然视而不见,或依然放任自流,那么,整个白酒业将深陷“酒精勾兑”带来的诚信危机之中而不能自拔。

宜昌启动食品安全论坛活动 稻花香倡议携手维护食品安全

近日,宜昌市2013年食品安全宣传周启动仪式暨第二届宜昌食品安全论坛活动在城区步行街隆重举行。启动仪式上,湖北稻花香集团代表全市从事食品生产、经营、餐饮消费的企业和个人做出安全承诺,引导全社会共同关注食品安全,同心携手维护食品安全。

作为农产品加工企业,稻花香从成立之初,始终将产品质量安全工作放在首位,严格执行《食品安全法》,用道德和良心酿酒。集团大力发展农业产业化循环经济,推广绿色种植,从源头消除隐患的同时,不断加大科研力度,引进先进设备,加强产品质量安全监管、检测力度,通过质量管理体系、食品安全管理体系认证。稻花香系列白酒通过农业部中国绿色食品发展中心审核,被认定为绿色食品A级产品,获得绿色食品标志商标使用权。

湖北食品工业协会会长、稻花香集团董事长蔡宏柱表示,稻花香集团作为一家有社会责任感的本土企业,有责任也有义务为实现“大城梦”做贡献,稻花香品牌从一个产品品牌蝶变为社会公益品牌,根本原因就在于稻花香有着为社会贡献、为民生造福的公益之心。“十二五”期间,稻花香集团将一如既往的注重产品安全与质量,打造驰名商标集群,以名牌催生更多名企,以名企创造更多名牌,构筑稻花香品牌“公益长城”,让稻花香成为全市食品安全的典范。

据了解,本次活动旨在进一步普及食品安全知识,提高全社会的食品安全参与意识,动员全社会关心、关注、支持食品安全工作。省委常委、宜昌市委书记黄楚平作出重要批示:“创建全国最佳食品安全放心城市是最大的民生工程,是宜昌现代化特大城市建设的重要内容。”

(李春芳 万小丰)

刘伶醉携手科脉御商 实现企业管理升级

日前,从深圳市科脉技术有限公司了解到,科脉御商连锁商业管理软件在中华名酒刘伶醉酒业旗下的130多家专卖店全面上线。

科脉御商的上线,不仅实现了刘伶醉在运营过程中的自动补货、自动配送、自动结算、自动报警,同时也实现了与移动刷卡系统的无缝对接:由刘伶醉总部统一发行购物储值卡,顾客可以在刘伶醉各专卖店的移动POS机上刷卡消费,也可以通过电话、网上订货方式,在送货上门时再刷卡支付;由于刘伶醉购物卡集会员、储值、积分、消费功能于一体,实行移动刷卡系统服务后,提升了企业服务品质,增加了客户满意度;购物卡先储值再消费的方式,也能够增加企业的现金流收入。

刘伶醉酿酒股份有限公司是中国最具规模的原生态酿酒基地,也是中国北方白酒第一品牌。2012年5月,科脉与刘伶醉达成御商战略合作伙伴协议。经过一年来的运营实践证明,科脉御商实现了企业管理升级与信息化的全面应用,提高了刘伶醉酒业的运营效率,降低了企业成本。

(郑辉)

傍上古树概念普洱又传涨声

傍上“古树”概念,普洱又传“涨声”;云南产地疯狂,杭州市场淡定。

当下,普洱产区,整体收购价上涨30%—100%,一些名山古树春茶价格更是达到每公斤8000.1万元;茶农微博晒出一沓沓百元大钞堆满了小半个房间的照片,一位茶商向记者“鉴定”说:此图为真的可能性极大……

距离上一轮暴涨暴跌只不过六七年时间,新一轮的普洱行情,就这样打着“古树茶”的新概念、借着“云南大旱”的名头,强势袭来了吗?

茶商涌进产地,很多人在挑毛茶的地下室里打地铺

每年的清明前后十五天,是普洱茶采摘的最好时间。照例,到4月中旬,杭州下关茶行的老板姚琼要去产地收茶。但就在动身前,当地一位朋友打电话来告诉她,晚点来,易武已经成了个旅游景点,全国各地的茶商、茶友都涌进了这个镇子,去了也没地方睡,小客栈都住满了,还有很多人只能在挑毛茶的地下室里打地铺。“所以我推迟了半个月去。”姚琼说。

这些人都是奔“古树茶”去的。根据茶树树龄和生产方式不同,普洱茶可以被分为台地茶和古树茶两类,前者树龄较新,经过更多人工种植,而后者是指树龄在200年以上的乔木型大叶茶树,冰岛村、老班章、易武山和南糯山等村寨山头的古树茶名声在外,但产量稀少,仅能占普洱茶年产量8%左右。

姚琼去的村子叫“刮风寨”,这个小村与老挝相邻,寨里的古树茶现在算得上顶级。时隔几年,刮风寨的惊人变化,让姚琼见识到了古树茶暴涨的魔力。2009年,她第一次来到刮风寨时,村里没通公路,不通水电;当她再去时,那里路通了,连有线电视都有了。“刮风寨的古树茶,今年的收购价也在6000元/公斤左右,跟2009年2000

元/公斤比,涨了3倍。”姚琼告诉记者。

这还不是涨幅最大的。在普洱茶崩盘后的2008年,班章的古树毛茶收购价是860元/公斤;5年后的今天,价格涨到了8000元/公斤,涨了近10倍。这是一个什么样的概念呢?一饼普洱茶约为357克,一公斤毛茶大约能制作2—3饼茶,每饼成本价在3000元以上。

姚琼告诉记者,其实这波古树热已经持续了六、七年,涨得最厉害的就是像班章这样顶级的古树茶。“不过往年的涨幅一般在10%到15%左右。今年涨得有猛,像班章、冰岛几个名山品种出现了近一倍的涨幅。”

涨价的因素复杂多样,主要有三点:一是通货膨胀、各种成本提高;二是云南省农业厅今年3月底曾进行通报,今年春天大旱,春茶产量整体同比减产10%;还有一点就是游资流入。据悉,一家基金公司已向云南西双版纳的雨林古茶坊投入亿元巨资。同样在西双版纳,一家名为则道茶业的茶企吸收了多家投资机构资金,总额已经超过2亿元。

三个原因一叠加,让本就稀缺的“古树茶”身价更是倍涨。“在高山寨,寨子里的人都说自家的茶是古树茶。”在易武收茶的姚琼,切身感受到了这波古树热的强度,“今年高山寨的古树毛茶收购价要1200一公斤,去年900/公斤,涨了30%以上。没办法,来收茶的人太多了”。

对于这波普洱热,杭州市场反应还是比较理性的

见识了产地古树茶的疯狂,姚琼却没有花大资金追涨。比如暴涨的班章,姚琼就没收,因为“这个价格有点高”。一番挑选后,姚琼集中购入了性价比相对较高的古树茶,2000元左右一饼,“这个价位的古树茶市场接受度还不错”。

“今年的班章我没敢收,毛茶收购价就

这么贵,零售市场要卖三、四千元一饼,谁吃得消?”黎光茶铺店长刘艳玲也说,喝这种茶的人毕竟是少数,店里今年进的古树茶价格集中在一、两千元一饼。

对于这次暴涨,刘艳玲觉得更多的是不理解:“春天大旱,又不是说古树都干死了。明年这些古树还是会发芽,产量是有保证的。”

基于这个朴素的判断,刘艳玲认为这种涨价不会持久。

记者发现,台地茶一直保持着亲民的本色,几十元到数百元一饼,因茶而异,买的人也最多。不过,台地茶的个别品牌如大益、下关,也出现了近一倍的涨幅。“大益最经典的7542,今年的新茶价格是170元/饼,而现在2010年的也只要120元/饼,按常理,新茶价格肯定是比往年的便宜。”做了8年普洱茶生意的张中团劝茶友们可以再等等,这个价格虚高了。

“普洱茶一直是新不如旧,但今年这市场我也不懂了。”张中团也摇头感慨,“今年我就推荐我的客人买老茶,一饼十几年的普洱生茶价格也就上千元,去追涨古树茶还不如买它。”张中团说,今年新茶比去年少收了三分之二。

古树茶水很深,新手买茶太容易被忽悠了

在解放路副食品茶叶市场,记者走进一家茶叶店里,架子上摆了一些写有“古树茶”字样的普洱茶饼,价格既有五六十的,也有三四百元一饼的。

“古树是很稀少的啊,几百元一饼,怎么可能真的是呢?”另一家茶叶店老板热情地给记者普及知识。

记者在淘宝网搜索“班章”,共搜到1万3000多个宝贝,标注“班章”、“古树”字样的普洱一饼有卖几十元的,也有卖几千元的,价格看得人云里雾里。

“班章几十、几百的肯定是假的,今年



新茶毛茶的收购价就要6000到8000元!”姚琼笑道,“新手买古树茶,是很容易被忽悠的,下手一定要谨慎。其实,古树茶有很多产区,有勐海、思茅、临沧、景迈等,不同茶区茶的口感不同,价格也不同。一些名山的生普价格是很贵的,比如勐海的班章,但也有便宜的,像临沧的一些古树茶就很便宜。”

茶友陈先生证实了这个说法。今年5月,陈先生和一群茶友刚去过云南临沧。“到了产地才知道,那里的古树茶,一斤毛茶的收购价在10元以内!”陈先生说,不过跟班章这些名山茶比,口感差了很多。

“不是古树,不是专业喝茶的很难分辨。古树和台地的青叶(刚摘下来的叶子)放在面前,根本分辨不出来。唯一的办法就

是品,用舌头。”刘艳玲认为,投资古树的风险太大,“因为只有很少一部分人认识古树,要得到市场认可是很困难的。我们这些做茶叶生意的,也是通过喝五六十年代的老茶口感来推断是不是古树茶,因为台地茶是从上个世纪80年代才出现的,这之前,普洱是不分古树和台地的。”

普洱茶市场需信用支撑

“听说有个老板到产地去收茶,30多万收了100多公斤的老班章,后来找朋友鉴定,是南糯山的古树。南糯山的古树跟老班章价格差了10倍。找茶农退钱,对方不认了。”听记者说起这个事情,茶叶经销商

们脸上都是一副“见怪不怪”的表情。原来在这个圈子里,已经有了共识——到了产地也未必能收到正宗的茶叶。

“我到一户农户家里买茶,男主人很热情,给我泡了一壶普洱,一喝,我说这不是古树。对方连忙道歉,说自己老婆拿错了,又重新开了一泡。茶农都是要试探下你懂不懂,不懂的话100元一公斤的台地茶能当古树茶卖给你,价格立马翻10倍。”姚琼说,古树茶量少、价高、猫腻也特别多。

可以预见的是,茶农这种“能宰一个是一个”的短视行为,会给整个普洱茶产业带来不可估量的伤害,最终受害的还是茶农自身,普洱茶市场应该建立一套规范的信用体系来支撑行业的健康发展。

(钱江晚报)