

三分酿,七分藏——白酒收藏学问有多深?

■ 三掌柜

近年来, 陈年白酒收藏成为我国收藏界的新宠,随着老酒身价倍增,藏友渐多。同时, 喝“老酒”已成为政界人士、商界名流、文人墨客的雅好。

白酒升值稳健, 白酒收藏现在正在成为越来越热门的一项投资。但并非所有的酒都能放上几十年, 同时也并非所有陈放多年的白酒都值得收藏。

所收藏之酒要讲究稀、特、奇,还必须酒出名门、纯粮酿造、年代久远……

白酒收藏界的“酒爷”讲解收藏投资白酒必须了解的 8 项事宜。

收藏要选名酒

要选择名酒或者知名品牌的酒。

名酒大多历史悠久,拥有优质产区,专业美誉,诚信清白的特点,本身就难能可贵,再经多年的陈藏,价值就高。

自 1952 年起到 1989 年止,国家共组织了 5 次全国范围的评酒会,而这里的名酒泛指五届全国评酒会评出的名酒:

1952 年在北京评出茅台酒、汾酒、泸州大曲酒、西凤酒四大名酒;

1963 年在北京评出五粮液、古井贡酒、泸州老窖特曲、全兴大曲酒、茅台酒、西凤酒、汾酒、董酒八大名酒;

1979 年在大连评出茅台酒、汾酒、五粮液、剑南春、古井贡酒、洋河大曲、董酒、泸州老窖特曲八大名酒;

1984 年在太原评出茅台酒、汾酒、五粮液、洋河大曲、剑南春、古井贡酒、董酒、西凤酒、泸州老窖特曲、全兴大曲酒、双沟大曲、特制黄鹤楼酒、郎酒十三大名酒;

1989 年在合肥评出茅台酒、汾酒、五粮液、洋河大曲、剑南春、古井贡酒、董酒、西凤酒、泸州老窖特曲、全兴大曲酒、双沟大曲、特制黄鹤楼酒、郎酒、武陵酒、宝丰酒、宋河粮液、沱牌曲酒十七大名酒。

这些酒都带有强烈的历史文化保守, 具有独特的地域特色, 制作工艺和制作原料都带有当地独一无二的特征, 十分具有收藏价值。

选择个性化产品

收藏最讲稀、奇、特, 艺术价值能额外能增加白酒收藏价值。

酒瓶造型奇特、酒标艺术气息浓厚、瓶体材质奇异的酒更具有收藏价值。

选择陈年老酒

要选择具有较高历史文化价值、艺术价



我国自古就有“酒是陈年好”、“百年陈酒十里香”之说,意思是说经过陈放多年的酒老熟香味浓郁甜味甘醇,进驻市场销售后才会有高额的溢价能力。白酒收藏界的初级玩家大多是买一些高价酒摆在家中,任其自生自灭;而高级玩家则是做好产品的筛选、储存工作,选准时机“进手”“出手”。收藏投资白酒必须了解 8 项事宜。

值的年份酒,这类产品非常具有收藏价值。纪念酒、特供酒,内供酒、政府专供、VIP 专供等特殊品种, 收藏价值一般都会高于普通品种。

比如:“香港回归纪念酒”、“奥运会纪念酒”、“世博会纪念酒”等白酒、国酒茅台、古井贡酒年份原浆 26 年、1405 鹤年贡酒等都是收藏的佳品。

香型选择

酱香型白酒(如茅台、郎酒)特殊的酿造工艺决定了它能够充分利用微生物群并发挥它们自身的效应,使其达到“越陈越香”的境界。

所以酱香型白酒最适合收藏。而在所有酱香型白酒中, 大曲酱香酒较麸曲酱香酒更适合收藏。

那么其他香型的白酒适不适合收藏呢? 浓香型白酒(如五粮液、刘伶醉酒)适合

收藏,味道也是越久越醇。所谓酱香是一种类似酱类食品的香味,需要适合他口感的人来享受,就如同榴莲一样,而浓香型香味浓郁,喜欢它的人范围更广泛。

收藏要选高度酒

白酒收藏爱好者必须关注白酒内在质量的保存期限,一般酱香白酒期限 50 年或更长、药香型酒期 30 年或更长、浓香型酒期 10 年、清香型期限 5 年。

当然,如果储存得当,尤其酒瓶封口处密封到位的话, 白酒内在质量保存期限还可自然延长。

原浆酒或者 50 度以上的酒更值得收藏。否则随着时间的推移, 酒将失去其最本质的实用价值,更无升值可言。

收藏的酒要有“品相”

历经岁月传承, 存留下来的老酒其好的品相是非常难得的, 品相是决定藏品价值的关键。

瓶子或酒标一旦损坏,品相不好,藏品的价值就会大打折扣。

收藏的酒要单一存放

不同品牌的酒、不同香型的白酒收藏如果存放在一起,经过一定的时间,各种气味会杂在一起。这样会影响酒的品质,收藏的价值

也会大打折扣。

藏酒的储藏方法

老酒玩家介绍说, 老酒是适饮的一种液体,玩家要注意储存条件,“品相完好、满瓶的老酒最具价值”。如果瓶内酒只剩半瓶,收藏投资价值就会大打折扣。

讲究的藏酒储存方法是我们将们挑选好的藏酒装入陶或坛内密封后, 放入距地面 100 米以下的地下深窖中,使得藏酒在一种恒温、恒湿、无光照的环境中自然老熟,用此方法储藏的白酒清泽、醇香。

容器封口要严密,防止漏酒和“跑度”。需注意的是不要采用现在流行的将瓶口封蜡法, 因为这样会影响藏酒原有包装的完整性和品相。

结语

白酒作为一种收藏载体,年代越久远,其品质越高,尤其对于酱香型白酒来说,长期收藏会使升值空间不断增大,但只要懂行,从长期来看是不可能赔的。

当前拍卖市场上, 高端名优白酒的资源稀缺性及不可复制性使白酒从“消费品”逐渐转变为“投资品”,但短期内白酒的投资风险仍然很大, 高端白酒的受宠并不意味着投资白酒就会一劳永逸。

总之,老酒收藏不是一件简单的事情,它是一门很深的学问,既需要知识的积累,也需要经验的储备,切勿盲目跟风。

年份特别老的老酒需不需要醒酒?

■ 黎燕玲

葡萄酒的“老酒”,是个让人着迷的话题。到底多老的酒可以称之为老酒, 在饮用老酒时又需要注意一些什么问题呢?如何定义“老酒”?

虽然世界上大部分葡萄酒都只适合在 1-2 年内饮用, 只有极少数可以在长时间的瓶内陈年过程中变得更好喝, 不过这也使得“老酒”更具魅力。一般来说, 适合长时间陈年的葡萄酒往往酸度较高、单宁含量也较高, 而且它们通常来自较好的酒庄和产区, 因此品质也比较好。那么, 陈年多久之后才能称得上“老酒”呢?事实上老酒是个相当主观的概念, 有人认为 10 年以上的酒就可以称为老酒, 而在另一些人眼中, 老酒的分界线则是 20 年。由于能够陈年 20 年以上的葡萄酒少之又少, 10 年往往被视作新酒和老酒的分界线。

如何“呵护”老酒?

无论是新酒还是老酒, 葡萄酒都是非常脆弱、需要用心保护的饮品。对于许多价值不菲的老酒来说, 更需要合适的环境来维持葡萄酒的品质。适合存储老酒的环境与新酒没有什么区别, 一个恒温(温度介于 10~15 度为佳)、湿度适中(约 75%)左右、阴暗的环境可以让葡萄酒长期、稳定地熟成。不过需要注意的是, 由于绝大多数适合长时间陈年的葡萄酒都选择软木塞作为酒塞, 因此需要将酒瓶水平放置, 让酒液和软木塞进行接触, 避免软木塞由于太过干燥而裂开, 继而让空气侵入酒瓶, 导致葡萄酒风味受损。

老酒怎么喝?

喝酒之前:假如你刚刚买到一瓶年份久远的老酒, 或是从酒柜里面取出一瓶陈放多年的葡萄酒, 切记要先让它竖立静放几天, 让酒里的沉淀物沉到瓶底, 等到酒液呈清澈透明状再开瓶。

开瓶:很多老年份的葡萄酒, 其软木塞经过多年以后会变得比较脆弱, 因此很容易出现断裂的窘况。因此, 我们可以购买专门的老酒开瓶器来开瓶。

开瓶器用法很简单:先将铜片垂直固定插入酒瓶;微微的左右慢慢使力, 将铜片缓缓往下插入, 凭感觉铜片已经插入至一个极限即可;缓缓的顺时针旋旋转铜片, 慢慢地往上拉出, 软木塞即可安全顺利地拔出。使用这种方式, 可以漂亮地把软木塞完整地取出来, 完全没有破碎的迹象。

醒酒:一般来说, 老酒并不需要长时间的醒酒, 因为酒体脆弱经不起“呼吸”。即使是不需要醒酒的老酒, 也需要一个专业的醒酒器, 将清澈的酒液和老酒的沉淀物分离开来。

老酒醒酒步骤

喝酒之前将老酒的酒瓶竖立放置几天, 这样沉淀物就会积聚在酒瓶底部, 方便分离; 开瓶并将瓶口擦拭干净; 在瓶颈下方放置一个光源; 蜡烛或电筒皆可; 将葡萄酒缓慢而稳定地倒入醒酒器中, 不要中途停下来, 而且越到后面速度要越慢; 如果观察到沉淀物出现在瓶颈位置, 马上停止倒酒, 如果沉淀物不明显, 则注意观察酒液颜色, 如果酒液开始变得浑浊就应该停止倒酒了; 这时候瓶底应该还剩下非常少量的葡萄酒, 这部分充满沉淀物的酒液也不必太过珍惜, 可以废弃了。

为什么要收藏酒而不是别的什么东西

■ 酒萌

我们中国人自古以来就喜欢收藏酒。比如江浙一带, 就有女儿出生后, 将酿好的黄酒埋在桂花树下, 等女儿成人出嫁之时再挖出来喝的习俗, 这种酒被人们称为“女儿红”。问题来了, 为什么要收藏酒而不是别的什么东西呢?

在古代, 酒是一种神圣而奢侈的东西, 更多的用来祭祀神灵和祖先, 随着生产力和酿酒工艺的发展, 除了有权势的皇室和贵族, 越来越多的普通人也开始享受到美酒带来的快感。慢慢地, 酒在中国漫长的历史变迁中, 逐渐形成了独特的酒文化和酒传统, 因此酒能够得到人们喜爱和收藏也就顺理成章了。

当然, 不会变质成为酒作为收藏物的一个基本属性。早出现的酒度数很低, 不利于长时间保存。到了宋代, 人们逐渐掌握了用酒曲酿酒的方法, 酒的度数得以进一步提高, 能达到十多度, 在这个酒度以上, 菌类基本难以生存, 不会出现变质的问题; 再到了元朝, 中国出现了蒸馏技术, 高度的白酒从此正式诞生, 长时间保存理论上已经没有任何障碍。

除了可以长时间保留, 酒最大的魅力还在于随着时间的流逝, 酒体会变得愈加醇厚, 香气和口感也会变得丰富起来, 因此, “酒是陈的香”便被国人视为“金科玉律”, 保存时间越久的酒, 也就越得到人们的青睐, 因此, 陈年老酒也被人们视为“时间的馈赠”。

啤酒商标的历史与收藏

■ 牛双跃 肖鸿

“啤标”, 即啤酒商标。由于其精致华丽的外观形象, 丰富多彩的情景图画, 坚厚基础的文化内涵和不可动摇的多重价值, 在其漫长的生存与发展过程中日趋凸显出来, 引起全国乃至世界有识之士的极大兴趣从而收藏。

啤酒商标在 19 世纪 40 年代还鲜为人知。在英国, 瓶装啤酒直到 1834 年玻璃税被废除以后才大量出现。在那以前, 顾客买啤酒是自带瓶子的, 瓶上印有自己的记号, 通常是盾形纹章或名字连同日期一起印在瓶颈下。1834 年以后, 啤酒瓶仍是手工作记。随着贸易的不断增长, 标记方法变得更为快捷—— 一种金属薄片瓶盖很快得到了应用, 啤酒商的名字和原料的成分就印在这种盖子上。由于改变了封瓶方法, 一种新型“顶标”, 即贴在瓶盖上的商标诞生了。1872 年英国了亨利·巴雷特发明了螺旋盖, 并开始取代软木塞。1892 年, 威廉·佩恩特又发明了“皇冠盖”。这种金属盖边上起皱而与瓶唇吻合, 不用开瓶器很难随意开动。当螺旋盖和皇冠盖得到广泛应用的时候, 贴在瓶盖上的顶标也随之兴盛。1901 年英国通过了《烈性酒(禁售于儿童)法案》, 使得所有易开启的酒瓶上都有必要贴上这么一个顶标, 有些顶标甚至印上了有关该法案的内容。到如今, 由于品脱瓶和夸脱瓶上大量使用皇冠盖的缘故, 顶标在英国已基本上成为历史。

至今啤酒商标的首要作用仍是广告。为宣传产品, 吸引吧台前要买啤酒的顾客, 一个好的商标在设计上应是简明而醒目的。特制啤酒多有使用特制商标的倾向, 在某些国家, 尤其是在美国和加拿大, 已经在使用金属箔片冲制的商标。英国标在过去确实趋于保守, 与其他国家的商标相比, 英国标的图案性不强, 但却普遍标上了酿造厂的名字、注册商标、基本图样和产品牌子, 使啤标历史有案可稽。

然而, 许多啤酒厂喜爱长期使用其爷爷辈用的原标, 大概是想让顾客们不至于难以



辨认产品新包装的缘故; 另一些厂家可能是因其与啤酒上联系的传统而不愿改变。用于拉斯的克淡啤的披斗蓬牛头是英国最为著名的几个商标图案之一, 1907 至 1965 年之间, 它几乎未作改变。披斗蓬牛头图案受欢迎的部分原因是它适合于被最早的商标形状—— 圆形标所采用。柏登农特兰的巴斯公司在 1843 年印制过一种圆形小商标, 象封蜡一样贴在瓶封口的位置。但从此后, 啤标开始变大, 也更艳丽了, 尤其是用于出口产品的商标。直到二十世纪 30 年代, 吉尼斯黑啤还使用着与那种巴斯标相类似的圆形黑白小商标。

紧接着圆形之后的是椭圆形标。椭圆形标通常在其中央刻画出一个“O”形, 并有印着商标名称的长条带平穿或斜穿而过, 酿造厂的名字和地址分别印在长条带的上方和下方。这种标在北美更为普遍。不过在其他国家, 椭圆形到矩形的转换是逐渐的, 并且即便

是换过来了, 也常常还把椭圆基本形印在黑底色的矩形标上。

啤标的形状大致有圆形、椭圆形、梨形、矩形、正方形、盾形、桶形、三角形、菱形、八角形、六角形、平行四边形、马鞍形、月牙形和面包形。这些基本形又派生出更多的其他变化来。

啤标收藏在世界收藏史上虽才有六十年的历史, 但堪称后起之秀。在美国、德国、意大利、前苏联、挪威、捷克等国家不但都拥有自己的收藏组织, 而且具有较大规模和影响的啤标专场拍卖也时常举牌落槌。世界上啤标大王当推挪威的索尔伯格, 他拥有 31.7 万余张啤标, 几乎囊括了世界上所有的品种。澳大利亚的啤标爱好者杰姆常年与 20 多个国家的啤标收藏者保持联系, 已收藏 150 多个国家和地区的啤标, 并涉足中国啤标的收藏, 现收藏有数千枚我国啤标。

在我国, 虽然啤酒进入寻常百姓家也已

有近百年的光景, 但啤标作为一大收藏品, 还远未引起众多藏家的青睐和重视。虽然中国啤酒的年产量早已超过两千多万吨, 世界排名第二, 啤标品牌也有万种之多, 但可供藏家收藏、归类 and 研究的桥梁和渠道远未架起和沟通。虽然已有一部分有识之士在摇旗呐喊、集会办刊, 竭尽全力推动中国的啤标收藏与国际啤标进行交流, 但还是旁观者多, 而投入者少。从 1984 年湖北沙市啤酒厂徐江的《中外啤标》, 常州张满的《酒标世界》两种民刊的问世, 到 1990 年后, 上海丁海林《酒标收藏》、宁波张之光《甬城啤乐》、上海姜才宝《浦东啤苑》、浙江温州彭炳忠《啤标收藏报》、杭州杨永平《啤标欣赏》(后改为《之江啤园》), 这些民刊的出现都对啤标收藏起到了推波助澜的促进作用。而国内一批杰出的啤标收藏爱好者如张满、高松、程斌、岳健、邵鸿江等先后加入国际啤标收藏组织并多次举办个人啤标展览, 也做到了一枝独秀国内开花国外红, 但满园春色还是迟迟未到。尽管各有先见之明的出版社相继出版了《世界啤酒商标集萃》、《世界啤标 600 图》、《中国啤酒》、《中国酒标图集》、《啤酒百科》、《啤酒趣话》等相关书籍, 大大地鼓舞了集标者的兴趣和热情, 但由于宣传力度较差, 只流传于集标发烧友较小的范围之内, 而不被众人所知。

尽管啤标设计也从过去单一的椭圆形发展到了如今的各种花式, 印刷更为精美, 用纸更为讲究, 色彩也更加鲜艳。有的大型啤酒集团, 如青岛、华润、燕京、济南、雪花等, 在啤标设计上也已成套化、系列化、精致化, 让啤标收藏者看到了极美的发展前景, 但毋庸讳言, 一些啤酒厂家因为对啤标收藏的不理解、不重视、不支持、不帮助, 从而使啤标的收藏与发展步履维艰。而一些具有较强实力的藏家对啤标收藏的轻视、冷漠、观望和等待的现状, 更置啤标收藏的热心者于有火无薪, 有力无援的窘迫境地。

看来, 中国的啤标收藏要上一个台阶, 要火一片天地, 光凭自身的坚强和努力还远远不够, 更需要厂家的支持, 媒体的关注, 资金的介入和收藏发烧友的不懈奋斗。