

# 三大亮点速递

## 2018年刘伶醉中秋老酒大集缘何受关注

■ 易子城

公开数据显示,目前老酒市场每年平均以30%的速度增长,未来3-5年市场规模有望突破500亿元。在这一前提下,深入挖掘白酒收藏市场,探索白酒文化收藏的发展方向,已成为行业内普遍关心的话题。那么2018年刘伶醉中秋老酒大集有哪些亮点值得关注呢?

### 亮点一： 最纯粹的老酒交流盛会 “赶集式”的老酒交流体验

据了解,刘伶醉此前曾举办了四届全国老酒文化交流会,均受到了业内广泛关注和肯定。此次中秋老酒大集与以往不同的是,其以一种最传统的类似于庙会的形式,呈现在老酒发烧友面前。

刘伶醉相关负责人表示,随着老酒市场逐渐的火爆,企业举行老酒交流活动也与日俱增,但活动主题则相对单一,更多的是借助交流活动,推广企业自身的产品。此次中秋老酒大集,刘伶醉避开了这个主题,以老酒收藏家之间的交易和交流为主,以期为推动老酒探索新的模式。

“我们的中秋老酒大集,不再举办以刘伶醉酒为主题的活动,而是让与会的老酒收藏家携带自己的藏品相互交易。刘伶醉以老酒交流平台的提供方出现。我们希望借助中秋老酒大集的举办,让老酒收藏家找到一种最传统最纯粹的“赶集式”的交易体验,并借此点亮老酒这一社会热点话题,让更多的消费者爱上老酒。”刘伶醉相关负责人如是说道。

### 亮点二： 弘扬白酒文化 品酒不止是“色香味格”

据悉,由中国酒业协会名酒收藏委员会主办、京津冀酒版协会、保定酒类收藏协会协办,刘伶醉承办的“国家级白酒品酒师课程”也将于2018年刘伶醉中秋老酒大集期间举行。

这是刘伶醉承办的第二届国家级品酒师培训,此次受训学员为刘伶醉的经销商。他们

9月7日至9日,2018年刘伶醉中秋老酒大集将在刘伶醉国家AAAA景区隆重举行。此次老酒盛会由保定市酒类收藏协会、京津冀酒版文化协会、保定市刘伶醉文化研究会主办,老酒圈、河北酒类收藏协会协办,刘伶醉酿酒股份有限公司(以下简称“刘伶醉”)、北京巨力国际拍卖有限公司为总赞助商。



在通过中国酒业协会“品酒师”职业资格鉴定考核后,由中华人民共和国人力资源和社会保障部颁发相应的职业资格证书,并纳入统一管理。

刘伶醉总裁杨赛曾表示,刘伶醉未来将持续举办品酒师培训,致力于推广品酒师普及,不排除将刘伶醉打造成国内一个重要的白酒品酒师培训基地。这也得到了中国酒业协会的大力支持。

中国酒业协会副理事长刘秀华在第一届品酒师培训期间曾表示,只有更多的人懂酒,尤其是更多的消费者懂酒,白酒行业的根基才会越牢固,传承才会更久远,明天才会越辉煌。刘伶醉举办品酒师培训,对于普及酒知识、推广酒文化和树立健康饮酒理念,有着积极的推动作用。所以,中国酒业协会给予了刘伶醉大力的支持。

提到白酒的品鉴,大多消费者都会用“色香味格”来概括。刘伶醉第二届品酒师的导师对佳酿网记者表示,白酒的品鉴如同中医学的“望闻问切”一样,是极其专业和复杂的,不能用简单的四个字来概述。

上述导师就白酒品鉴的“闻香”环节对佳酿网记者做了深入浅出的讲解。他指出,白酒闻香是评价一款酒的香气,主要是从酒的溢香性、喷香性、留香性等方面来考量。这些方面又分为头香、主体香、尾香、溢香、留香、喷香等多种维度。所以,仅闻香就十分的错综复杂,而观色、品味和定格亦是如此。因此,白酒品鉴需要专门的系统培训和学习,如此才能进一步了解它的博大精深。

据刘伶醉上述负责人表示,如果时间允许的话,在中秋老酒大集期间,不排除让刘伶醉的经销商品酒师分享培训期间的品酒心得和体会,甚至让白酒专家和讲师现场为与会老酒收藏爱好者讲解白酒的品鉴常识等。

### 亮点三： 天价白酒频现 茅台老酒拍卖将引爆中秋老酒大集

2018年刘伶醉中秋老酒大集盛会,除了上述亮点外,9月7日晚的茅台老酒拍卖环节,预计将会把此次盛会的盛况推上顶峰。据

了解,此次参与拍卖的茅台老酒全是与会老酒收藏家的私人藏品。

公开报道显示,国内老酒消费市场逐步成熟,而老酒消费热度也水涨船高。今年初,一瓶茅台老酒因为拍出378万的“天价”,成为行业关注的焦点,让市场深刻见识到了陈年老酒的魅力。

事实上,刘伶醉作为冀酒的龙头企业,其最近几年一直发力老酒市场。在今年4月22日,刘伶醉举办的第四届全国老酒文化交流会上,“刘伶醉开坛酒00001号”因其独一无二的“00001号”标签属性和收藏价值,引起与会人员的强烈追捧,最终以170000元竞价成交,成为行业热议的话题。

在业内人看来,各大拍卖会频现天价白酒,从而促进白酒成为收藏市场新宠和奢侈品代名词。这主要是得益于白酒深厚的文化内涵、便于储存、资源稀缺等先天因素。也正是因此,直接催生了各类高端收藏酒争相面世角逐市场,助推了老酒市场的火爆。此次刘伶醉中秋老酒大集,专门举办茅台老酒的拍卖,这无疑让老酒市场再一次成为白酒行业关注的焦点,茅台老酒价格能否再创新高,值得期待。



## “好年份”葡萄酒的标准到底是什么

■ 咔嚓君

葡萄酒的年份,是每一个葡萄酒爱好者都无法回避的问题。初学者可能会认为“年份越老越好”,也有许多发烧友对不同产区的好、坏年份了如指掌,甚至对每一年重要产区的天气状况都十分关切。我们都知道经典年份的葡萄酒(如82年拉菲)更容易受到市场追捧,那么,到底什么样的年份才能称之为“好年份”呢?

### ★什么是“年份”?

所谓“年份”,指的就是酿酒用的葡萄收成的那一年。年份之所以值得关注,是因为某个特定年份的气候会对当年的收成质量造成影响。每一年,专业的葡萄酒媒体如Wine Enthusiast、Wine Advocate和Wine Spectator等都会依据气候条件对年份进行评分,制订非常详尽的年份参考,引导消费者哪些年份适合当下饮用,以及哪些年份还能够陈放一定时间。

### ★“年份差异”体现在哪些地方?

葡萄酒的年份差异(Vintage Variety),实际指的是受葡萄种植季节(包括春季开花期、夏季以及收获期)的天气状况影响而导致的葡萄酒口味上的差异。世界上不同的葡萄酒产区,其每年的天气状况变化也有大有小。因此,一部分产区的年份差异要比另外一部分产区大得多。具体哪些天气因素会导致产区的年份差异更大?请继续往下看。

### ★雨水决定年份好坏?

在酿酒师们看来,影响年份的两大因素是雨水和气温;而在这两者之中,雨水对葡萄酒品质的影响更加显著。例如,在葡萄成长期早期如果阴雨天过多,会影响年轻葡萄藤的光合作用,降低产量;而如果在成长期的末期出现降雨,会导致葡萄果实由于水分太多而丧失风味。

总体而言,葡萄适合生长在年降雨量介于600-800毫米的地区;对葡萄来说,无论什么季节,过多的降雨都会带来困扰。也正因此,气候(降雨)相对稳定的加州等新世界产区对于年份差异就不太敏感,而像勃艮第(Burgundy)、波尔多、意大利北部以及美国俄勒冈州等气候变化波动较大的地区,不同年份间的降雨也会相差较大,因而葡萄酒的年份也就显得异常重要了。

### ★年份差异小常识

由于南半球和北半球的季节相隔整整6个月,因此即使是一个对于法国来说很坏的年份,对南半球的澳大利亚来说却可能是一个好年份;

由于葡萄品种的差异,一个对于红葡萄酒来说较差的年份,对白葡萄酒有时候却是一个好年份:较为凉爽的气候有助于培养白葡萄酒的清新口感以及酸度;

假如你偏爱酒体雄壮、果味浓厚的葡萄酒,又想尝试一下法国或俄勒冈州的出品的话,可以挑选一些气候较热的年份来品鉴;

有时候葡萄酒也需要一段时间才能“苏醒”。假如你手上一瓶名庄的坏年份酒,不妨等待几年再打开来品鉴,也许口感会好得多。

## 茅台酒内销和外销系列的特点

茅台酒向来是中国白酒收藏的龙头和风向标,往往是众多藏友们偏好收藏的对象。不过我们在收藏茅台酒之前,还需搞清楚茅台酒内销和外销的5个阶段。

### ★茅台酒内销系列的五个阶段

第一阶段是1953年到1966年,这一阶段,主要用瓷瓶陶瓶,背标文字为竖排,从繁体字到简体字,外包装为棉纸包装;

第二阶段是1967年到1982年,酒瓶用白色玻璃瓶,背标文字中有“三大革命”,俗称三大革命茅台酒,外包装也是棉纸。

第三阶段是1983年到1986年,更换了背标,外包装依然用棉纸,这一阶段的酒俗称地方国营茅台酒;

第四阶段是1987年到1996年,酒瓶从540毫升换成了500毫升,背标也换成了新的,包装从棉纸换成了纸盒,瓶盖从塑料盖变成了铁盖,这一时期的酒俗称铁盖茅台;

第五阶段,就是1997年至今,铁盖又换成了塑料盖。

### ★外销系列的五个阶段

外销系列也可分为五个阶段,第一阶段是1953年到1966年,商标为“飞天牌”,白色瓷瓶,棉纸包装,有飘带;

第二阶段是1967年到1974年,“飞天牌”商标改成“葵花牌”商标,瓷瓶换成白色玻璃瓶,带纸盒。

第三阶段是1975年到1984年,商标又换回“飞天牌”,带纸盒,酒瓶是540毫升装,俗称“大飞天”;

第四阶段是1985年到1990年,酒瓶从540毫升到500毫升,俗称“老飞天”;

第五阶段是1990年以后,外包装换了新盒子。(据壶中岁月)

# 华表迎驾,实至名归

■ 王海

大学好友赵广新律师在安徽工作时,看到一款安徽迎驾贡酒股份有限公司生产的盛世珍藏版迎驾贡酒包装独特,知道我喜爱收藏异型包装酒,买来作为礼物送给我。

说起酒名迎驾贡还有一段故事,公元前106年,汉武帝南巡,渡过淮河,沿淮河逆流而上,进入衡山国(今安徽省六安市霍山县),当地官员到城西槽坊村附近的水陆码头迎接圣驾,衡山王选一民间绝色美女手捧美酒敬献汉武帝,汉武帝饮后连声赞叹,迎驾贡酒因此得名。

迎驾贡酒是“国家地理标志保护产品”,其传统酿造技艺入选“非物质文化遗产名录”,“迎驾”商标为“中国驰名商标”,也是“中华老字号”。

盛世珍藏版迎驾贡酒酒瓶采用了我们民族的一种标志——古朴精美的“华表”形状,由福建德化瓷烧制,酒瓶呈乳白色,洁白晶莹,胎骨细密,浮雕细致,造型唯美,酒瓶容量为500ml,高28厘米,底座宽9.5厘米。

华表是一种汉族传统建筑形式,是用于纪念、标识的巨大石柱。

华表又名桓表、表木,属于古代宫殿、陵墓等大型建筑物前面做装饰用的巨大石柱,以一种望柱的形式出现,富有深厚的中国传统文化内涵。

### 华表的几种来源

华表的来源有多种说法,来源之一是起源于远古时代部落的图腾标志。远古时的人们都将本民族崇拜的图腾标志雕刻其上,对它视如神明,顶礼膜拜,华表上的雕饰也因各部落图腾的标志不同而各异,如唐朝诗人杜甫有“天寒白鹤归华表,日落青龙见水中”的诗句,其意就是说华表上雕饰的是白鹤。

来源之二的说法是,华表古名“谤木”或“诽谤木”。“诽谤”一词在古代是议论是非的意思,就是现代的提意见,具有现代“意见箱”的作用,相传尧、舜为了纳谏,在交通要道和朝堂上设立一个木柱,作为道路标志,以供识别,后来的邮亭、传舍也用它作标识,诽谤木以横木交于柱头,指示大路的方向,让人在上面书写谏言,行人还可以在上面刻写意见,因此它又叫“谤木”或“诽谤木”。晋代崔豹在《古



今注·问答释义》中有记载:“程雅问曰:‘尧设诽谤之木,何也?’答曰:‘今华表木也,以横木交柱头,状若花也,形似桔槔,大路交衢悉施焉。或谓之表木,以表工者纳谏也,亦以表识衢路也。’”该时期这根木柱被叫作“桓木”或“表木”,后来统称为“桓木”,因为古代的“桓”与“华”音相近,所以慢慢读成了“华表”。位于北京天安门的华表保持了尧时诽谤木的基本形状,作为最著名的华表,可谓气势非凡。

来源之三说,华表是由一种古代的乐器“木铎”演变而来,它是一种中间细腰,腰上插有手柄的体鸣乐器,先秦时,代天子征求百姓意见的官员们,奔走于全国各地,敲击木铎以引起人们注意。后来,天子不再派人出去征求意见,而是等人找上门来,将这种大型的木铎矗立于王宫之前,经过演变,就成了华表。

来源之四,春秋战国时期有一种观察天文的仪器为表,人们立木为竿,以日影长度测定方位、节气,并以此来观测恒星年的周期,

古代在建筑施工前,还以此法定位取正。一些大型建筑因施工周期较长,立表必须长期留存。为了坚固起见,常改立木为石柱。一旦工程完成,石柱也就成了这些建筑物的附属部分,作为一种型制而保留下来,成为宫殿、坛庙寝陵等重要建筑物的标志。

如今,无论是上面哪一种来源,现在已统一归纳为一种“华表”形态。

### 艺术与历史的完美结合

“华表”状酒瓶完全有现今华表同比例缩小而成,瓶高28厘米,底座宽度9.5厘米,净含量500毫升,酒精度52%VOL,浓香型,酒瓶由三个部分组成,即柱头、柱身和底座。瓶口在柱身上部,华表柱头上的部分做成酒瓶盖,与瓶口巧妙结合,把柱身上的瓶口巧妙掩饰,瓶盖呈圆形莲花座状,典雅大气,方便开启。

华表柱头上的部分又叫“承露盘”,其有个典故:汉武帝曾命人在神明台上立一铜铸

仙人,双手举过头顶,托着一个铜盘,承接天上的甘露,以为喝了甘露便可长生不老,后来这种形式便流传下来,但是取消了仙人,简化为柱子上面放一只圆盘,称承露盘。

“承露盘”上蹲着传说中的瑞兽朝天“吼”,又名望天“吼”。“吼”是古人创造出寄托着人们祈福避祸的愿望、一种形似犬的瑞兽,根据所在方位的不同,表达的意义也不相同。

“吼”头向内,望着皇宫,是希望帝王不要久居深宫吃喝玩乐,而不知人间疾苦,应该经常出宫体察民情,所以称“望君出”。

吼头向外,是希望皇帝不要久出不归,迷恋游山玩水,快回到皇宫来处理朝政,它的名字叫“望君归”,由此可见华表不单纯是个装饰品,而是提醒古代帝王勤政为民的标志。

华表的柱身呈圆形,柱身上以盘龙形式浮雕出现,一条龙盘旋而上,显得端庄秀丽,庄严肃穆,龙身外布满流云纹,柱身上方横插一块云板,上面雕满祥云图案,龙纹与祥云交相辉映,柱身在祥云的衬托下呈现出巨龙凌空腾飞的气势,精致唯美。

华表的底座呈六角形须弥座,借鉴了佛教造像的基座形式,这不但是对华表起到保护作用,还将华表烘托得更加高耸和庄严,瓶身底座上部凹刻繁体字“迎驾贡酒”字样,两侧对应5个五角星对称分布,及凹刻繁体字“山泉出佳酿,滴滴见真情”,彰显瓶内所装酒的品质,底座周围前后有酒厂所在地凹刻繁体字“安徽霍山”四字,两侧左右分别对称雕刻出浮雕二龙,张口吐舌,昂首对峙。六角形底座须弥座与柱头顶上圆形“承露盘”对应天地合一、天圆地方的道家理念。

盛世珍藏版迎驾贡酒纪念款是安徽迎驾贡酒股份有限公司为庆祝建厂60周年专门打造的,“华表”由于外型特殊性,与中国古老的民族文化紧密相连。瓶体做工细节精湛,又与历史故事相结合,可谓是匠心独运,使人既感到一种艺术上的和谐,又感到历史的庄重和威严,再加上细心酿造高端酒质,不能不说是款艺术性很强的高端珍藏版纪念酒,也彰显了以礼待客、四海为尊的中国人迎宾待客之道和传统酒文化特征。

(作者系中外酒器文化协会副主席,江苏省酒文化联谊会常务副会长兼秘书长,江苏省收藏家协会酒器文化收藏委员会副秘书长,九州华堂酒器文化博物馆执行馆长)