

# 白酒入盛世 藏酒正当时

## “五粮液·相约 2035”收藏酒拍出百万天价

### ■ 五粮轩

12月16日,宜宾市委市政府、中国酒业协会、五粮液集团(股份)有限公司相关领导和中国首席白酒品酒师、中酒协定制酒联盟成员单位代表、中酒协名酒收藏委员会会员、五粮液经销商等共计400余人共同见证了“五粮液·相约2035”收藏酒的发布。

发布会现场还进行了“五粮液·相约2035”预约发售和竞买环节。现场嘉宾通过扫码可以预约购买,9999元/瓶,每人限购1瓶;1组3瓶“五粮液·相约2035”特号签名版以100万元的价格成功竞拍。

“五粮液·相约2035”一经推出,便收获白酒整个行业与社会各界的高度赞誉和热烈欢迎,极大满足了消费者对白酒产品品质、艺术创作、文化价值等更高层次的个性化消费需求,这是如何做到的呢?

### 致敬改革开放40周年 时代铸就“五粮液·相约2035”

2018是改革开放40周年,是全面贯彻党的十九大精神的开局之年,十九大报告中提出,到2035年,中国全面建成小康社会的基础上,基本实现社会主义现代化。无疑,2035年成为了中国人民共同期待的一个特殊年轮,也将成为相约现代化的标志。

回首1978,五粮液是改革开放的深度参与者和受益者,40年来创造了许多个行业第一,造就并巩固了行业龙头企业的地位,书写了恢宏壮丽的时代篇章;相约2035,五粮液坚持做战略发展的规划者、改革创新的先行者



伴随着柔美的光影、优雅的舞蹈和悠扬的音乐,在五粮液40年峥嵘岁月的影像中,12月16日,由中国酒业协会与五粮液携手创制的“五粮液·相约2035”收藏酒在“中国酒都”宜宾隆重发布。

和转型升级的实干者,重塑白酒产业发展新格局,引领中国白酒发展方向。

“正是基于这样的时代背景,‘五粮液·相约2035’收藏酒应运而生。”中国酒业协会市场专业委员会副秘书长刘振国将“五粮液·相约2035”诞生背景娓娓道来。他表示,这款酒是改革开放40周年以来五粮液取得辉煌成就的见证,同时也是五粮液深入推进“二次创

业”,走向新辉煌的标志与纪念。

### 打造全新收藏体验 “五粮液·相约2035”建立白酒收藏符号

改革开放40周年,也是中国进入新时代的关键之年。这四十年里,中国人民的生活发生了翻天覆地的变化。而进入新时代,人们对美好生活的要求越来越高,对于美酒的要求亦是如此。值得一提的是,随着物质财富的不断丰富,更多的消费者热衷于名酒收藏,特别是有着特定意义的名酒收藏早已成为不少消费者心目中的“无价之宝”,倍感珍贵。

“这是有史以来最值得期待的收藏酒。每一滴酒都是五粮液精华写照,每一滴酒都是40年时间的记忆。”中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉认为,“五粮液·相约2035”是岁月的精华,酒中的极品。

据了解,该款酒以1978年产五粮液为基础,精选40年来五粮液各年份留存的陈年基酒,由中国白酒大师范国璋带领五粮液中国首席白酒品酒师团队,精挑细选,以最完美的比例勾调,经岁月的洗礼,浓缩40年酿酒历程,荟萃40年恰到好处的芳华,耀世呈现。

除此之外,“五粮液·相约2035”还复刻原长江大桥牌五粮液标准瓶(500ml/瓶),火漆封

印,一瓶一码,配中国酒业协会收藏证书,限量生产2035瓶。“可谓是一瓶一世界,一滴一岁月,为酒类收藏爱好者奉献了一款前所未有的顶级藏品”刘振国表示。

### 开创拍卖新纪录 “五粮液·相约2035”备受追捧

发布会现场还举行了“五粮液·相约2035”收藏酒竞买,中国酒业协会理事长王延才与中国酒业协会定制酒联盟、名酒收藏委员会轮值主席,五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光联合签名为1号至5号收藏酒,其中1号酒由五粮液留存,4号由中国酒业协会留存,2号、3号和5号一组三瓶酒以6万元起拍,最终被歌德盈香股份有限公司总裁刘旭以100万元的价格成功竞得。

“能够有机会收藏这款酒,是我的荣幸。”刘旭激动地表示,这款酒不仅代表着五粮液的文化、历史、品质,更代表着改革开放40年中国白酒的成长。

“五粮液·相约2035”收藏酒的成功发布,赢得了整个白酒行业与社会各界的高度赞誉。通过此项活动,致敬改革开放40周年,不但有效提升了五粮液酒的收藏价值和品牌价值,更是为酒类产业创新发展提供了新的借鉴与启示。

正如产业观察人士所指,“五粮液·相约2035”是用精酿美酒回望伟大历程。从开启“二次创业”新征程,到展望2035,五粮液始终坚持以高质量发展为引领,以满足人民群众对美好生活的向往为奋斗目标,不断为中国人民、为世界人民酿造“醉美”佳酿。



### 威士忌大师与藏家 致意波特艾伦 迄今最老单桶

近日,跨国洋酒集团帝亚吉欧携手广州骏盈酒业威士忌精品店于羊城举办藏家聚宴,携大师与藏家们致意波特艾伦最老单桶,为全球首家威士忌精品店开业两周年提前献礼。帝亚吉欧中国总经理 Mark Edwards 先生、骏盈酒业总经理、资深高阶藏家沈薇女士携手国际知名威士忌作家 Dave Broom 先生、华语界“威士忌百科全书”卢馨声先生等行业资深藏家一同莅临此次活动,致意“原桶臻选”波特艾伦40年一波特艾伦迄今最老单桶。

波特艾伦酒庄自1983年闭厂已有35年,至今仍未正式复厂,却一直是威士忌爱好者与藏家心中不可忽视的烟熏威士忌代表。

### 荣耀献世 大师致意

此前,该款波特艾伦40年最老单桶作为“原桶臻选”2018年度力作于11月首次耀世亮相后,受到各界关注。为第一时间领略这款传世臻酿的神秘之貌,苏格兰威士忌大师 Charles MacLean 先生、华语界“威士忌百科全书”卢馨声先生以及邦翰斯亚太区葡萄酒与威士忌部门经理林安泰先生皆莅临见证其历史性时刻。自11月18日此款珍藏正式揭开神秘面纱之后,各界藏家一直赞叹有加。苏格兰威士忌大师 Charles MacLean 先生称赞其独特风味“实属引人赞叹”,华语界“威士忌百科全书”卢馨声先生将波特艾伦视作“上一个烟熏时代的实力见证,被资深藏家们称为具有划时代意义的艾莱岛烟熏威士忌典藏”。并且 Charles MacLean 与大家分享“单桶威士忌(single cask)有别于传统量产威士忌,深受全球藏家高度追捧的背后是其不可复制的唯一性。单桶威士忌不仅为藏家呈现了独特专属的高品质乐趣,同时具有不容小觑的收藏价值。单桶威士忌的价值与酒厂DNA(血统/身份)、桶陈年代(历史背景)、装瓶年份(长年桶陈)、挑桶师资历等因素密不可分,尤其是像波特艾伦作为“消逝的酒庄”,首次推出高达40年酒龄的“单桶原酒,更为弥足珍贵。”

近十年威士忌装瓶的投资趋势,随着资深藏家对于装瓶威士忌的珍稀性和独特性的不断追求,特殊装瓶的单一麦芽威士忌和单桶威士忌在拍卖市场愈加受到关注,其中艾莱岛烟熏威士忌的风味代表之一——波特艾伦酒庄的收藏与投资价值不可小觑。

邦翰斯亚太区葡萄酒与威士忌部门经理林安泰先生亦与现场藏家们分享,“从收藏价值的角度观察,波特艾伦在当下威士忌藏拍市场中具有独特的地位。作为唯一一家具备‘70年代烟熏定义’和‘消逝酒庄’双重身份的酒庄,同时也是这种拍卖分类的开启者。波特艾伦让经典原酒酒庄逐步慎重地走向大众聚光灯下。”

### 藏家聚宴 再次致意

在近日举行的“藏家聚宴”上,威士忌大师与藏家顾问以深厚的威士忌知识底蕴与独到精准的解读于现场分享了他们对于波特艾伦标杆性烟熏风味的独特见解。

国家地理杂志《世界威士忌地图》作者,苏格兰威士忌大师、知名威士忌作家 Dave Broom 先生以其专业高度表达了自己对于波特艾伦酒庄的敬慕之情。“在我从业近40年间,对于为风味探索而做出巨大贡献的酒庄格外关注,尤其像波特艾伦,惜于历史背景而关闭的酒庄。它独特的烟熏风味为上个世代的烟熏记忆画下了浓墨重彩的一笔,其划时代的影响力横跨单一麦芽至调配型威士忌,并对带有烟熏风味的威士忌的演变与发展奠定了重要基础。”

华语界“威士忌百科全书”、独立藏家顾问卢馨声先生在解读波特艾伦在烟熏威士忌中的代表地位时表示:“极客和藏家们在溯源上一个世代的威士忌风味演变史可以清楚地发现,波特艾伦的烟熏风味是定义各类威士忌烟熏风味之间的比较标尺之一,其所代表的标志性独特烟熏味跨越时间保持着高度稳定的统一品质,在上个世代烟熏威士忌中具有举足轻重的地位。波特艾伦40年最老单桶,作为上一个烟熏世代的见证,是艾莱岛烟熏威士忌典藏之作。”

资深高阶藏家、广州骏盈酒业总经理沈薇女士对于业界大师及行业专家们的分享与见解深感共鸣,并表示:“这款波特艾伦40年最老单桶是波特艾伦酒庄为上一个烟熏威士忌世代标注的记忆定点,意义非凡。最终由中国藏家购得,归功于中国高阶藏家们在这些年里所展现的收藏执着与热情。”(据佳酿网)

# 五粮液李曙光：名酒定制与收藏迎来发展大机遇

### ■ 蒿风

名酒之所以珍贵,就在于名酒作为“工匠精神”的符号代表,不仅是实用价值与商业价值相结合的典范,更具有独特的、不可复制的工艺价值、审美价值、文化价值和历史价值。

在近日召开的2018中国酒业协会定制酒联盟年会暨名酒收藏委员会年会上,中国酒业协会定制酒联盟、名酒收藏委员会轮值主席、宜宾五粮液集团党委书记、董事长李曙光讲到,名酒定制及收藏酒市场迎来大有可为的机遇期。下一步要更加持续发力,做好四个方面的工作:

一是创新人才机制,做好白酒传统酿造技艺的传承与保护。中国白酒讲究传承,并在传承的基础上不断创新。对于任何一个白酒品牌,把传承的脉络梳理清楚,都是非常必要的,只有这样,白酒才有足够深厚的文化底蕴,才能具备旺盛的生命力。传承白酒优秀文化和传统酿造技艺,需要我们共同努力,



不断创新人才培养机制,构建一支从技术大师到技能工匠的人才梯队,确保传统酿造技艺代代相传。

二是创新产品研发,持续提升品质与消费者价值体验。高端定制白酒的研发过程就是一件艺术品的创造过程,作为酿酒师与消费者个体之间的隔空对话,必须遵从于消费

者内心的真实诉求,重视产品语言的运用。作为名酒企业,要主动对接新时代消费者对产品品质和产品体验的更高需求,大胆融入新时代的美学思想和价值理念,做好品质的创新表达、文化的创新传递。唯有“用心不惜代价、用工不计成本、用时不计岁月”,经过反复雕刻、具有人文精神底蕴的作品,才能真正感动消费者、引领消费者。

三是创新合作机制,共同构建良好的市场行业生态。市场就是一个能量场,一个良好的市场形成,既需要制定完善的规则、营造健康的生态环境,更需要参与者之间保持资源、信息的高效循环。高端定制及收藏酒市场未来的发展,需要行业协会、企业、交易中介、鉴定师、拍卖机构、藏家各个环节之间形成不断促进的正反馈关系,要让付出有收获、投资有回报,这样的市场才具备强大的活力,才能吸引更多人才和资本进入。

四是创新体系建设,多维度赋予收藏型白酒更多的价值属性。白酒收藏已经过渡到启

蒙阶段,正在逐渐走向成熟,健全评价体系、规范准入门槛尤为重要。收藏型白酒的投资运作,有别于常规投资型产品,既要重视中间环节的增值收益,更要努力争取消费者的价值认同。除了通过时间这一个维度来赋予白酒的增值价值之外,我们还需要从稀缺性、艺术性等多个维度,健全收藏型白酒价值体系,赋予其更多的品质价值、文化价值、艺术价值。作为企业来讲,要大力倡导市场诚信、品质诚信、价格诚信,处理好消费市场与收藏市场两个市场之间的关系,推出更多的收藏精品,共同促进白酒收藏酒市场的繁荣发展。

李曙光董事长表示,新时代最大的特征就是高质量发展。在当前白酒产业转型升级的重要节点,需要各方精诚合作,不断探索创新,让智慧之光不断闪现,让灵感之源不断泉涌,去捕捉更多的发展良机。定制与收藏酒市场是五粮液非常重视的一个领域,五粮液将以开放的心态、务实的举措,与更多的行业有识之士,共同开拓酒业新时代!

# 从“活起来”到“火起来” 梦之蓝携手《国家宝藏》载誉归来

### ■ 洋河

“等了一年了,就想问问大家,我们究竟有多年轻?”“上下五千年!”一身青衣长褂的001号讲解员张国义缓缓走上舞台,不变的模样,不变的开场语将现场观众一下子拉回到了几年前。

豆瓣评分9.0分、登顶收视榜单、走出国门开发国际版,从“让国宝活起来”到“让国宝火起来”,这一年,《国家宝藏》创造了太多记录。12月9日,梦之蓝携手的《国家宝藏》第二季迎来首播,故宫博物院的三件国宝首次亮相,观众热情依旧,节目播出后微博话题阅读量高达20亿,讨论量超200万次。

### 王菲黎明穿越百年 濮存昕翟天临同台对诗

故宫博物院是中华文明的会客厅,106万平方米的空间,红墙悠悠,宫阙重重,每年有1600万观众行走在活着这座文物之城,感受着它的蓬勃生机,见证它的浩荡威仪。

“曾经无数次地来过,站在红墙金瓦内,很想知道几百年前,究竟是怎样的巧思,才能设计和建造出这样恢宏壮丽的建筑。”作为土生土长的北京人,王菲对故宫有着难以割舍的情感,这里面既有她的童年记忆,也有她的困惑和不解。节目中,王菲“穿越”回民国年间,以《大公报》记者的视角,带领观众了解样式雷建筑烫样,讲述了名声响彻京城的雷姓家族传



奇,领略了清代皇家建筑美学。

翟天临饰演了一代诗仙李白,当44岁的李白和33岁的杜甫在洛阳相遇,其唯一传世的书法真迹草书《上阳台帖》就诞生于此。“如果没有李白,我们熟知的神州大地也会模糊起来,我们不再知道黄河之水哪里来,庐山瀑布有多高,燕山雪花有多大……”濮存昕和翟天临两代“李白”的同台对诗,让观众惊叹于李白对中国诗词、中国文学的影响之深,“我们的历史有一个李白,幸甚至哉!”

第一季节目中乾隆的“农家乐审美”一直被观众调侃,而昨晚亮相的、乾隆亲自参与设计的金匱永固杯则让观众改观不少。节目中,黎明化身87岁的乾隆,在梦中与康熙、雍正上演了一段跨世纪的精彩对话,生动再现了一代政治强人背后的脆弱与良苦用心。而金匱永固杯是清代皇帝每年元旦举行“开笔仪式”时专用的酒杯,象征着江山永固与国泰民安的美好寄托。

### 当国宝成为“网红” 生动演绎中华千年文明

“@样式雷烫样建筑”、“@李白草书上阳台帖”、“@金匱永固杯”、“@伏羲女娲图”、“@聂耳小提琴”……细心的网友发现,节目播出后,这些国宝都摇身一变成了“微博大V”,微博认证统一为:CCTV《国家宝藏》第二季国宝。目前,这些账号的粉丝数均有数千人之多。

“雷家八世,专精营造,今人可见之建筑,皆可见于雷家烫样之中。神畿千里,大匠寄怀,百工不兴,哪里来的盛世景象!小娃娃,你们都学着点儿吧!”这是“@样式雷烫样建筑”最新发布的一条微博,一句“小娃娃”语气中透着亲昵,又不失国宝的皇家风范。不少网友评论到,“国宝真的活啦!”、“前排表白样式雷!”

被网友亲切称为“网红院长”的故宫博物院院长单霁翔表示,《国家宝藏》播出后,国宝不仅“活起来”了,也“火起来”了。据不完全统计,第一季节目播出后,各大博物院的参观量平均增加50%,尤其以年轻人居多,更有不少游客称“为一座博物馆赴一座城”。

的确,汗牛充栋的史籍为中华民族留下了丰富详实的文字记录,而成为“网红”的国宝,则更加生动地演绎了中华千年文明,开启了透视华夏多元文明的全新维度。“与透过文字

的文化自信。”

### 第28件“国宝” 梦之蓝再现酒文化传承之美

当国宝成为“网红”,活跃在各大社交平台,我们不禁反问:谁说悠长漫长的历史与文化就一定沉寂而落寞的?它完全可以年轻、生动起来,紧跟时代的脉搏,让更多的人产生兴趣并进行关注。而对于这句话最有共鸣的,也许恰恰是《国家宝藏》第二季的搭档——梦之蓝。

在第一期节目中,无论是“斗酒诗百篇”的李白,还是作为饮酒器的金匱永固杯,都可见中国酒文化的影子,可以说,一部酒文化史,就是一部中华文明发展史。但如何在时代的发展中,让酒文化焕发新的活力?这是白酒行业所面临的问题,也是梦之蓝的努力方向。

产自明清老窖的梦之蓝,和故宫一样拥有着长达600多年的历史,历经漫长岁月的沉淀,却依旧保持着勃勃生机。从年初搭档央视《经典咏流传》,以“再造经典”的理念,做时代文化的“酿造师”,到与艺术家展开合作,推出洋河大手笔、文化艺术酒,跨界演绎酒文化……近几年,梦之蓝一直在以活泼的、现代的方式去重新发现、重新演绎传统酒文化,让其绽放出更为绚丽的色彩。

或许是因为梦之蓝在酒文化领域为保护和传承的付出,越来越多的人认为,在《国家宝藏》的27件国宝之外,梦之蓝以第28件国宝的身份,向观众展现了中华酒文化的传承之美。