老酒市场掀起新一轮的消费热潮

■ 吕建铖

随着消费者对老酒价值认识的不断提高,如今,老酒行业已经迅速发展成为酒类行业的“朝阳”产业,老酒消费热度急剧增长,2019年,老酒的这种消费热潮还将延续。不过,热潮背后多了几分理性。

简而言之,老酒文化交流的不断加强,以及相关组织协会的成立,这些都将对老酒收藏市场的发展起到一定的规范作用。

在中国酒业协会名酒收藏委员会组织召开的“2018年陈年茅台鉴定专场活动”上,中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉表示,随着老酒市场的繁荣发展,不可否认的是,假酒也成为困扰老酒收藏市场发展的严重问题。

为营造风清气正的行业风气,维护收藏爱好者的正当权益,推动老酒市场健康持续发展,2018年12月23日,中国收藏家协会成立了“老酒收藏标准研究”课题组和《老酒收藏真假辩》编写组。

2018年4月,刘伶醉第四届全国老酒交流会期间,著名老酒收藏家陈杰携他的新书《茅台酒鉴别》进行首发。

这已不是关于老酒鉴别发行的第一部书籍,早在2014年7月,被中国酒业协会理事长王延才评价为“国内第一本茅台酒专业鉴定工具书”的《茅台鉴真》在厦门首发;2018年,《茅台鉴真》第二版由中州古籍出版社正式出版。

老酒鉴别书籍的出版,有助于引导消费者欣赏名酒、老酒的品质和文化,促进老酒市场健康发展。

2019年,不少电商平台加码老酒销售。苏宁和歌德盈香计划2019年开启新的合作模式,主打年份陈酿和高端白酒,为广大消费者提供丰富的老酒选购平台。酒企与电商平台加码老酒销售,有利于将老酒打造成畅销大单品,满足消费者“升级换挡”的需求。

然而,老酒收藏市场的发展,除了相关的收藏协会通力合作,推动行业健康发展外,也需要全国酒类行业协会联合起来,资源整合、抱团取暖。2018年,全国不少地区组织成立了老酒收藏协会、老酒文化研究会等机构。

2018年4月12日,中国酒类(行业)地方酒协会长联盟第一次会议举行并成立会长联盟。

著名老酒收藏家、江西南昌曾品堂酒道馆董事长曾宇表示,会长联盟今后要做的一件实事,就是要形成主流老酒的价格指数体系,给老酒收藏、交流、拍卖、销售提供真实可靠的参考数据。

可以说,老酒价格指数体系的形成,将为酒企及电商平台销售老酒提供保证,促进老酒销售。

2019年,不少电商平台加码老酒销售。

苏宁和歌德盈香计划2019年开启新的合作模式,主打年份陈酿和高端白酒,为广大消费者提供丰富的老酒选购平台。

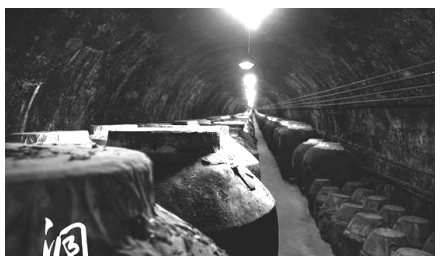
此外,2019年,苏宁易购平台将以月度为单位助力打造地方老酒节,不断推动老酒焕发新生机。在2019年1919“年货节”上,其推出的茅台、五粮液、剑南春、郎酒、水井坊等瓶储年份酒,备受消费者关注。

酒企与电商平台加码老酒销售,有利于将老酒打造成畅销大单品,满足消费者“升级换挡”的需求。

2019年的“生肖热潮”来得比往年更早,竞争也更为激烈。

2018年8月,郎酒完成2019年己亥猪年纪念酒的设计工作,10月开启预售,5天之内被产品抢购一空;五粮液出品的囍系列生肖酒——囍·己亥(猪)年纪念酒于11月面市;11月22日,泸州老窖推出“泸州老窖2019农历己亥年·新春礼酒”,12月6日就宣布订购完毕;12月1日,洋河己亥年“大福旺”猪年生肖酒提前开启双线首轮预售,首轮限量6666樽遭疯抢;12月21日,茅台首次同台发布茅台酒、茅台王子酒、贵州大曲、赖茅四大猪年生肖酒;12月23日,五粮液与中国收藏家协会携手重点打造的中国收藏家协会酱香收藏酒首款产品——“猪年大吉”酒悄然上市……

酒企电商加码老酒市场,相关行业组织的成立,老酒收藏文化的推广交流日益频繁,2019年,老酒收藏市场将迎来新的发展机遇。老酒圈将在自身适实发展、完善规章制度、提高人员素质方面追求更大的进步,以引导老酒收藏行业向着更高、更大、更强的方向健康发展。



琼浆藏人间,逍遥天上仙——白酒洞藏的奥秘

洞天福地,在道家体系中有着举足轻重的地位。

在道家看来,洞天福地是仙境的一部分,多以名山为主景,或兼有山水。求道之人,或是仙人,寻一僻静洞穴,静坐悟道,窥测天机,得道成圣。

分而言之,“洞天”意谓山中有洞室通达上天,贯通诸山。“福地”则意谓得福之地,道家即认为居此地可受福度世,修炼成仙。

白酒的洞藏亦如此。

白酒是有性格的

白酒是有生命,也是有性格的,再好的酒在她新出窖时,都有酒味辛辣、暴糙等不足之处。

这是因为原酒中所含己酸乙酯、丁酸乙酯等脂类、酸类物质比例不协调,且含有微量的醛类等物质。如同刚走上求道之路的人,身欲静而心不止,红尘俗世割舍不断。

但当将新酿出的白酒,寻一天然山洞,放置一段时间以后,口感会发生明显变化。

这是因为,通过储藏在山洞中,酒体中所含香味物质与酒体发生缓慢的酯化反应,低沸点的醛类物质自然挥发,所以口感渐渐趋于平和细腻、柔顺协调,酒中醇和陈香之气日益明显。

同时,原酒密封保存在山洞,时间一长,就形成一个自然封闭的微生物环境,这个微生物的环境反作用给酒体,使酒在自然静态的环境中自然升华。

如同这求道之人一样,需寻一处“洞天福地中”,斩断牵绊,天人感应,羽化升仙。

贮存原酒最好的容器是陶坛

这些经高温煅烧后的陶坛,粘土中所含的有机物被烧掉,其它气体成分也均被排除,因此形成许多微小的孔隙,仿佛是陶坛中亿万个灵敏的鼻尖。

正是由于这种网状微孔结构,使陶坛中的酒并不是完全密封的,而是与外界环境进行着缓慢的物质交换。

在长时间的存放过程中,小分子、低沸点的杂味物质会缓慢挥发,在极缓慢的氧化过程中发生酯化反应,从而使酒从“辛辣”变为“柔和”。

同时,在洞藏原酒的长期浸润下,自身所含有的钙、铁、锌等微量矿物元素离子溶解到酒体中,酒分子和水分子会以这些微量元素为中心,紧密的缔合在微量元素周围,形成稳定的大分子团。

在饮酒时,酒进入人体内,这些大分子团就像一个个“缓释胶囊”,会逐步地释放酒分子。避免肝脏在短时间内遭受大量的酒分子冲击,起到保护肝脏的作用。

陶坛中有益微量元素的溶解和酒体的缔合均需要很长的时间和稳定的环境。因此,洞藏就成了酿造好酒最关键的因素。

这就是原酒的“福地”。

“天若不爱酒,酒星不在天”,诗仙太白就曾写道:如果天不爱酒的话,那么藏酒的“酒星”,就不该在天上。

可见我们的祖先中竟有人认为,酒是天上“酒星”的“藏品”——酒之所以珍贵,在于藏了多年。所以,长时间洞藏就成了酿造好酒最关键的因素。

泸州老窖拥有三大天然藏酒洞——纯阳洞、醉翁洞、龙泉洞,于2013年3月,入选全国重点文物保护单位。

纯阳洞、醉翁洞位于“沱江”沿岸的五峰岭下,龙泉洞位于“长江”畔的凤凰山麓,它们都依着江水分布在“山之脚下”,集天地之灵气,聚日月之精华。

泸州老窖三大天然藏酒洞中终日不见阳光,四季恒温、恒湿,空气流动极为缓慢,温度常年保持在20℃左右(正负0.5℃),相对湿度常年保持在80%左右(正负1%),呈现出极其稳定的状态。

恒温恒湿,微生物种群丰富的环境为白酒酒体的酯化、老熟提供了优质的场所。数百年来,纯阳洞、醉翁洞、龙泉洞一直用于原酒的储存,持续使用至今,成为了泸州老窖酒超凡脱俗的修身之地,而洞内储酒的陶坛则堪称为中国白酒的“地下兵马俑”。

这种得天独厚的条件保证了泸州老窖的产品品质。

目前,泸州老窖的经典装国窖1573必须在洞库内严格存放5年以上,国窖1573·中国品味则在10年以上。

特别值得一提的是,每年农历“二月二、龙抬头”,泸州老窖会举办隆重的国窖1573封藏大典,大典上一大亮点是将当年新酿的春酿原酒品鉴后进行封藏,随后送入天然藏酒洞中存放,静待岁月的醇化、老熟。

总之,白酒是有生命的,洞中日月便是她必经的修行。 **(据泸州老窖企业文化中心)**

心水之地 古老庄园的完美蜕变

1999年,20世纪的最后一个年份,法国人尚在世界杯主场夺冠的喜悦之中。而59岁的拉菲罗斯柴尔德集团上一任主席埃里克·罗斯柴尔德男爵(Eric de Rothschild)对外宣布,他在波尔多以外的地方找到了Coup de Coeur——心水之物。

它是一个叫奥希耶的庄园,位于朗格多克省纳博那地区,三分之二在科比埃产区,另外三分之一在奥克产区。此番官宣后,酒评家们第一时间争相前往,欲一探究竟。想探究男爵为何会选择朗格多克产区,这个产区已被尘封了好几个世纪,葡萄种植面积逐渐减小。出乎意料的是,临近世纪之交时,奥希耶庄园重现复兴之相,不断产出高品质葡萄酒,励精图治。在Eric男爵心中,这座古老又美丽的酒庄,拥有酿造美酒佳酿的绝佳潜力,就是最吸引他的魅力所在。

历史 – 天时

“这片广袤的自然土地中蕴藏着伟大的力量与绝伦的纯美,以及超乎想象的无穷潜质。”男爵的声音坚毅又难掩如获至宝的喜悦。

拉菲罗斯柴尔德集团买下了559公顷土地的奥希耶庄园,将其中的173公顷种满了葡萄树。土生土长的埃米瑞克·伊扎尔先生(Aymeric Izard)被任命为酒庄经理。他对这片土地非常熟悉,讲起几千年的历史故事,仿佛就像一部短片播放在眼前。而奥希耶庄园的酿酒历史,更从遥远的罗马时代就开始了。

在罗马帝国制霸全欧洲政治、经济、军事的风光岁月里,横跨欧、亚、非三大洲的宏大版图上,就记载着小小的“纳博那省”,是向神圣的主城–罗马,供应葡萄酒的主要地区。当帝国消亡,葡萄酒业也随之陷入衰落。所幸教会救下了葡萄园,在长达800年的时间里,保护奥希耶庄园免收战争之苦,并成为枫弗华修道院的“粮仓”。

法国大革命爆发之后,拿破仑没收了教会的财产,在这片土地上重兴酿酒业。那个时候,北欧的都市人、大文豪左拉笔下的巴黎工薪阶层,都喝过产自奥希耶庄园的葡萄酒。产业带动就业。学校、礼拜堂、洗衣房、公共餐厅都建起来了,整个奥希耶庄园开始兴盛,甚至成为了真正意义上的酿酒村。

讲这段历史的时间,刚好够参观完如今的奥希耶庄园。Izard在路边的草丛里随手摘下一朵红色小野花,跟访客讲起酒庄”lutte raisonnee plus ”–健康可持续的耕种理念。他的虔诚不难理解,生于此长于此的人,永远都不会破坏脚下那片土地。

风土 – 地利

Mathieu Mocquet不酿酒的时候,喜欢看风景。站在奥希耶庄园的高处,那个四面开阔的观景点,他能看到Clape山脉的陡峰绝壁;茂密的地中海白松与法国最为人迹罕至的海岸线一起,勾勒出迷人的弧线。绵延的山峦挡住了地中海潮湿的海风,也将不利于葡萄生长的真菌感染阻隔在外。

不远处的Etang de Bages湖也能被收入眼底。岸边闲适垂钓的、湖内风板冲浪的;一年四季,好不热闹。天气晴朗的时候,还能让他生出一种错觉:比利牛斯山仿佛就在眼前,步行即可抵达。

坐落在盆地里、300天有风、少雨,大大拉长了成熟期和采收期。从九月初到十月中旬,葡萄园里都有忙碌的身影,直到一串串饱满鲜嫩的葡萄被手工采进小方篮中。当采收完毕后,作为酒窖主管的他便一头埋进了古老建筑的现代设备中。最新科技的应用保证了每个不锈钢桶的温控和高效运行。科学精准的设备和Mocquet的感官敏感结合,成为奥希耶庄园葡萄酒的黄金配方。

他坚持把不同地块的葡萄放进不同的桶里单独发酵,个性得来不易,不容轻视。富含钙质的砂土和砂岩地块,种植着科比埃产区的主要品种:西拉,以及少量的歌海娜以及神索。

酒庄边缘高地上的古老品种佳丽酿,被Mocquet使用二氧化碳浸渍发酵法,慢慢发展出更多的果香和独特的个性;最晚采摘的慕合怀特也在这片高地上被滋养出丰美而复杂的风味,他会选择用来和最好的葡萄酒混酿,增加酒的精致感。

“所以,喝酒吧。”Mocquet会说,“去喝沐浴阳光和山风的葡萄树吧,去喝采摘当天的葡萄之味吧。喝酒吧,那些故事,那些风土,酒里都有。”

勤勉 – 人和

这些年以来,到朗格多克买地种葡萄酿酒的人,数不胜数。用奥利维尔·泰果先生(Olivier Trégoat)的话来说:”因为这里的气候好,土地的价格合理,很多人会觉得试错成本低。”

他是拉菲罗斯柴尔德集团在波尔多以外产区酒庄的技术总监,当然,也包括奥希耶庄园。

然而,在朗格多克为一家实验室做葡萄园监测的五年时间里,他又见到太多人因为一时的狂热买下酒庄,却因为对这片土地管理不善、缺乏耐心等原因,铩羽而归。

直到2004年,拉菲集团请他出山做土壤评估,再基于评估结果指导酒庄进行土壤养护、葡萄品种的选择和种植。

令人意外的是,为了保持生态系统的平衡,Olivier带领的奥希耶葡萄园管理团队在庄园559公顷的地里种得最多的,并不是葡萄树。他们铺开了332公顷的树林和野生地中海灌木丛林(garrigue);27公顷橄榄和扁桃树;21公顷草地;6公顷的公园和花园。待到被这些植物团团包围,葡萄树才开始自然纯净地成长。

Olivier说,这是一场对于奥希耶庄园百年酿酒潜力的赌博,而他相信能赌赢。

在这场赌博中,他和团队花了整整14年的时间。经过了这么多年的耐心耕耘、巨额投资、细心照料,奥希耶庄园第一个年份终于问世。而葡萄酒的优雅风格和精细品质,证明了Eric男爵的远见和团队的坚持无比正确。

奥希耶庄园的成功或许也隐隐约约让人明白了:“世间的酒庄若都能下苦心如拉菲,则世间不会只有一个拉菲。”

| 相关链接 |

关于拉菲罗斯柴尔德集团

拉菲罗斯柴尔德集团以葡萄栽培和葡萄酒酿造的卓越技能为基础,在全球范围开拓进取。今天,集团拥有1200公顷葡萄园,并与超过80家经销商携手合作。拉菲罗斯柴尔德集团始于拉菲罗斯柴尔德古堡(Chateau Lafite Rothschild)——罗斯柴尔德家族于1868年收购的首家酒庄。拉菲古堡的葡萄栽培技术成为其他庄园的灵感之源和指导之本:在罗斯柴尔德家族里传承了六代人的技能和传统,被贯彻到集团旗下的所有酒庄,旨在培育拥有非凡细腻与典雅风格的美酒佳酿,赋予其“拉菲精神”。埃里克·罗斯柴尔德男爵(Baron Eric de Rothschild)对葡萄园和酒庄卓越品质的孜孜追求,为拉菲古堡灌注了新的动力。此外,他在法国国内以及国际的酒庄收购,对集团的扩大发展作出了杰出的贡献。自2018年起,埃里克男爵的女儿,萨斯基亚·罗斯柴尔德(Saskia de Rothschild)正式成为集团的第六代掌门人。“拉菲精神”,以植根于波尔多土壤的传统和丰富的历史为基奠,以祖祖辈辈实用技能的传承为底蕴,以其孕育的精致卓绝的美酒为引导。“拉菲精神”是一种富于探索的精神,带领集团走向世界,寻找新土,培育美酒佳酿。集团在收购拉菲古堡之后迅速扩张,自1962年起,依次收购了波亚克产区四级酒庄杜哈米隆古堡(Chateau Duhart–Milon),苏岱产区一级酒庄莱斯古堡(Chateau Rieussec),波美侯产区乐王吉古堡(Chateau L’é vangile)。随后,集团的脚步开始跨出波尔多地域,扩展至智利科查瓜地区的巴斯克酒庄(Vi?a Los Vascos),法国朗格多克地区的奥希耶庄园(Domaine d’Aussi è res),阿根廷门多萨地区的凯洛酒庄(Bodegas CARO),以及自2008年在中国山东蓬莱建设的酒庄。1995年,拉菲罗斯柴尔德集团创立了拉菲罗斯柴尔德传奇品牌,推出波尔多产区系列佳酿。 **(据佳酿网)**

十几年的葡萄酒老酒,酒标还是新的,假酒吗?

■ 酒哥

有次,一个新顾客买了笔者推荐的一款2006年的酒,但到手之后,他大为不解,因为发现这2006年的酒都经过了12年了,酒标还是很干净、很新的样子,于是推翻一切之前对于酒哥长期观察后建立的信任,坚决怀疑这是我们自己国内帖的标!

后来我并没有问他这酒喝了啥感觉,因为我觉得就算这酒真是美国酒王Opus One,他也会说这酒有问题。人很多时候就是这么幼稚并固执着。

这也是这个行业有趣的地方。

我们说回这个酒标的问题。

葡萄酒标示的年份是指葡萄采摘的年份,葡萄酒一般酿造几个月到两年不等后上市。那酒标是不是在这个时候都得帖好呢?

当然不是的。有两个种情况可以关注一下:

第一、最通常的情况是,葡萄酒在发酵和陈酿后,虽然可以马上销售了,但其实这个时候并不是全部都装瓶起来帖上标,很多时候是订单来了多少,就开始装瓶帖标多少出售。而其他酒液都会装在大钢桶等地方,这是因为装瓶后葡萄酒的熟化速度会明显比装在大桶中要快。

也或者装光瓶子里堆起来,而不会把标都帖好,这在产量很大的酒款中非常常见。因为酒庄很可能要根据不同的国家、渠道、市场等去做不一样的酒标,这样灵活性更高。如果你去酒庄参观会发现,在酒庄的酒窖里,很多酒都是没有帖标,光瓶储存的,只有摆设出来的才会帖好标。

像这个情况,2010年的酒,2018年才卖出去,也很可能在2018年才帖上标,这个时候,你收到的酒标必定是新的,这是最普遍不过的情况了。

另外,延伸一个问题,关于罐装日期的问题,如果经常喝酒的人会发现,同一年份同一款酒,会有多个罐装日期,甚至间隔数年之久,2008年的酒,罐装日期从2010年到2016都有。其实这个问题跟上面道理是一样的。

第二、有些酒,酒庄陈酿时间会相当的久,有的甚至达7~10年以上,这陈酿时间包括了在发酵后的橡木桶陈酿,以及瓶中陈酿。橡木桶陈酿绝大部分不会超过24个月,要不酒液的受橡木桶的影响会很明显,甚至出现葡萄本身香气完全被橡木桶掩盖的现象。而瓶中陈酿的时间,这个就得看酿酒师的理念去决定,有些马上能出售,有些要放几个月,有些甚至认为他们的酒需要再放5~7年才会达到理想的出售状态。这个时候酒瓶一般是光瓶,不会帖标,等真正出售的时候才会帖标。

比如被称为亚洲酒王的Chateau Musar,他们正牌酒大部分都是陈酿7年以上才会装瓶出售,好像去年才发布2006年份的Chateau Musar旗舰款。

还有一个不得不说的例子,法国一级庄拉图酒庄自从退出波尔多期酒体系以后,每年都会发布酿酒师团队认为已经达到适饮期的年份酒,比如去年才发布了2006年份的正牌酒,这离葡萄采摘年份已经十多年过去了。

第三、一些加强型甜酒,比如雪莉酒、波特酒等,因为甜酒的原因,加上通常都会加入白兰地等高酒精度的蒸馏酒调配,所以这些酒都具有相当强的陈年潜力,对氧化相对不敏感,随便放上数十年都是很正常的。这些酒就算是80年前的酒,都是每年重新装瓶出售,很多还是每年限量的,能卖上好多年。市面上1929、1949等年份的雪莉酒并不少见,而且品质都是保持得很好的。

所以,总的来说,葡萄酒的年份与酒标新旧其实没有太直接的关系,酒标什么时候帖,多数与实际出售时间有关系。