

五粮液收藏价值将更加凸显



■ 陈振翔

5月20日上午,“匠心传承?经典永续”2019经典五粮液跨版仪式上,五粮液现场连线了508车间,伴随着第七代经典五粮液最后一瓶下线,第一瓶第八代经典五粮液诞生,五粮液正式开启“八时代”。从此,第七代经典五粮液将成为厂家、经销商、消费者和收藏者心中最美好的记忆,其收藏价值将逐年提升,成为消费者和收藏爱好者追捧的“香饽饽”。

●品质自信,成为收藏的核心

众所周知,第七代经典五粮液从2003年正式面世起不断创新和突破。在包装层面,第七代从第六代的天地盖纸盒包装升级为PET透明盒包装,开创了行业透明包装的时代。从2003年第七代经典五粮液的诞生,它以“水晶装品质多棱瓶”,帮助五粮液率先推动中国白酒国际化,不断布局海外市场,成为全球爱酒之心心目中的一流酒水品牌。

作为中国白酒发展史上标志性的“大单品”,第七代经典五粮液自2003年上市以来,持续生产16年,累计生产12.3万千升,超过2.47亿瓶,在中国白酒史上和无数消费者心中留下了不可磨灭的印记。

正如五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光所讲的那样,每一代五粮液产品都是时代经典,在中国酒业发展史上写下了浓墨重彩的五粮液篇章。第七代经典五粮液上市16年来,见证了国家和民族的繁荣复兴,见证了亿万家庭的幸福时光,也见证了每一位消费者的人生荣耀,值得永远铭记和珍藏。

深厚的历史积淀和千年的工艺坚守,使

五粮液始终代表中国浓香型白酒最高酿造水平。五粮液公司将坚持“追求极致、品质至上”,一如既往地为消费者提供高质量的产品,以“工艺创新、酒体创新”为核心,推进供给侧结构性创新,满足消费者更加丰富、多元的消费需求,这是五粮液的品质自信。

中国副食流通协会酒类专业委员会常务副会长、秘书长、全国第五届国家评酒员胡义明讲到,在第五届全国优质白酒评选过程中,五粮液凭借“香气悠久、味醇厚、入口甘美、入喉净爽、各味谐调、恰到好处”的独特风格夺得金质奖,一举奠定“中国酒业大王”的地位,成为中国白酒的“风向标”。

在过去16年的岁月里,第七代经典五粮液随着中国白酒消费高速增长,凭借独特且过硬的生产工艺和品质,执着笃定的工匠精神,引领着行业为消费者创造价值,使白酒成为美好生活的重要见证。随着市场收藏热情的发酵,以及产品数量的逐渐减少,“七代”经典五粮液将成为一代人的重要记忆,第七代收藏版将成为白酒收藏界的王牌产品。

●品牌自信,成为收藏的动力

品牌自信是企业发展的动力,五粮液正在着力构建高端化新动能,努力推进品牌价值回归,实现新一轮的高质量发展。要继续讲好651年五粮古法酿造技艺的传承故事,讲好中国酒业规模最大、数量最多、历史最悠久的古窖池传奇,不断推动品牌价值提升。

五粮液用高粱、大米、糯米、小麦、玉米五种粮食原料酿酒就自带故事属性。五种粮食通过五粮液“千年老窖万年酒糟”的传统酿造工艺,在蒸煮、糖化、发酵、馏酒、储存过程中,

相互之间产生共酵、互补、耦合作用,酿出的酒中对人体有益的微量元素含量更丰富。多元化的香味物质让人们在饮用过程中充分享受到酒的浓郁芳香和入口的绵甜甘冽、醇厚饱满、人喉净爽、余味悠长。“各味谐调,恰到好处”是五粮液在全国白酒中独具之魅力。

胡义明认为,一款白酒产品主要是由品牌、品质、价格构成其品牌价值。而品牌价值很大程度上取决于这款产品的质量、历史文化底蕴以及产品背后的故事。

历来,具有稀缺性和时代价值的产品都会产生较大收藏价值,第七代经典五粮液在中国白酒发展历史上意义重大,随着产品越来越少,升级之后,第七代经典五粮液越卖越少,价值稀缺,第七代经典五粮液的收藏价值极有可能迅速上升。

“每一瓶老酒都是一个生动的故事演绎,比如一瓶上世纪60年代的五粮液,我们第一印象就是当年的时代特征,连一个简单的商标都是时代印记,代表着当年最高的商标手绘技艺水平,这些都是历史价值的展现,远远不是金钱所能衡量的。”胡义明说。

●文化自信,成为收藏的高度

如果说五粮液见证了中国近百年的发展史,那么,第七代经典五粮液则见证了五粮液一路高歌猛进的奋斗史:见证了五粮液集团公司年利税从1亿元到323亿元的突破,见

证了五粮液着力品牌价值回归、重塑“中国酒业大王”的决心,见证了五粮液人为建设健康、创新、领先的世界一流企业所做的努力。可以说,第七代五粮液烙上了时代的印记,见证了五粮液的飞跃发展。

李曙光曾表示,文化自信是最深层、最根本的自信,工匠精神是文化自信的题中之义,文化自信需要工匠精神来实现。一瓶白酒是工匠精神和白酒文化的双重体现,对中国白酒产业来讲,迫切需要以工匠精神为核心内容的文化自信支撑中国白酒“走出去”,成为中国白酒参与国际竞争的制胜法宝,最终以强大的文化生命力征服国际市场,让中国产品赢得国际认可,让中华文化绽放新时代色彩。

五粮液一如既往地坚守匠心、精炼匠技、付诸匠行、铸造匠魂,大力培育和弘扬工匠精神,五粮液作为中国最早走出国门的白酒企业,目前已经建设欧洲、亚太、美洲三大国际营销中心,营销网络遍布五大洲;与保乐力加、帝亚吉欧等国际知名酒企共同组建了“一带一路”国际名酒联盟;与施华洛世奇合作开发了“五粮液·缘定晶生”婚宴系列酒,成为中国白酒品牌首次与国际奢侈品跨界合作的成功范例,这也是五粮液文化自信的展示。

市场规律显示,经典五粮液每一次升级,上一代产品都会成为大众竞相收藏的对象。停止投放后,第七代经典五粮液,特别是限量收藏版,也将成为收藏市场的新宠,升值空间将非常广阔。如今,第七代经典五粮液已经停止投放,“喝一瓶少一瓶”,极具稀缺性。而收藏版限量投放,更是稀缺中的稀缺。高稀缺性决定了第七代经典五粮液、收藏版五粮液拥有极大的收藏空间。



葡萄酒年份决定价值?

■ 方军

为什么?年份意味着价值。尤其对于那些来自Gironde左岸的名庄酒而言。本来一个标注葡萄采摘和酿造年份的数字,只是酒瓶上的标签一部分,却到最后成为影响价格上下波动的重要指标。中国一句“饭越搁越馊,酒是越陈越香”的老话,似乎也与能与判定葡萄酒的好坏搭上点边。那是否越好的葡萄酒就越能陈年,而越能陈年的葡萄酒价格也就越贵呢?这个问题看似有点纠结,不过我们可以看看:一瓶1982年的拉菲正牌市场标价是80000RMB,而一瓶1981年拉菲的却只要1XXXX元。这样看来,“生早了不行,晚了也不行,必须得刚好赶上个好年份。”于是,年份便就有了好与坏之说。

年份和什么有关?气候、产区、酒庄、品牌,还有一个“萝卜头怕刻”(罗伯特·帕克 Robert Park)。简单来说,在葡萄成长好、收成好的年景里,也自然就能酿造好的葡萄酒。虽然天气状况会决定年份的好坏,但同一年不同地理位置的产区天气也各有差别。从上世纪九十年代中期开始,就罗伯特·帕克简化了游戏规则,开始以打分决定波尔多产品价格的历史。于是,每年许多酒庄非得等到帕克及众多品酒家的期酒品尝分数公布以后才决定其售价。但2010年份期酒品尝会期间,不少葡萄酒评论家们都将在波尔多酒庄发布期酒价格之后再公布评分,这些都是希望为了减少评分对定价的影响。其实,从某一角度来说,如今的庄主和酒商比过去更了解自己的葡萄园和风味,即使出现不太好的年份,加上后来的科技发展与应用,基本上也能保证稳定的品质和风格。

不过,这一切在中国又有新变数。追逐的不是年份,是价格。爷们喝的不是酒,是钱,是地位身份。最适合饮用的时期去饮用某些年份酒,更能体现葡萄酒的最大价值这话在国内很多场合上是摆设。甚至很多人已经等不急想要去开2010年的酒了,只要梅多克这些



列级酒庄们能做得出来。

波尔多2010——尴尬的好年份

——在线葡萄酒销售商BordeauxGold公司总裁、波尔多葡萄酒专家Bill Blatch先生

去年11月,很多波尔多酒庄相信2010年份酒质量要比经典的2009年份还要好,但随后的热浪使他们不敢再出口。现在,半数波尔多酒庄不敢称2010年份酒好于2009年份,而另一半人仍保持原来的观点。但有一点可以肯定的是,2010年份与以往年份完全不同。

这两个年份的葡萄酒均酒体劲道、酒精度高。但2009年份气候温和,葡萄经历了缓慢的成熟,夏季的高温天气促成其完美地成熟,而2010年葡萄经历了极端的气候变化,夏季极端天气变化使糖分不规则积聚,秋季的凉爽天气提高了浆果的酸度,起到了完美的收尾效果。

不过,2010年是全球气候经历剧变的一年,这一年中,再保险业巨头MunichRE受理了多达950件自然灾害保险,而过去30年平均每年只有615件。这些自然灾害共造成295,000人死亡,损失金额达970亿欧元,这一数字并不包括以及地震、海啸等。波尔多也

未能幸免。这对葡萄园而言是一个动荡的年份,从葡萄成长期开始就经历了不利天气,成熟期又极度干旱,气候冷热无常,这些都是对葡萄树耐受性的严峻。恶劣天气导致波尔多红葡萄酒产量下降,这可能对2010年份酒的价格产生影响。

总体而言,酒庄克服了一些不利因素,但比上年减产约10%—30%。今年的期酒品评将是一个挑战,分数不容易给出。只有苏特恩白葡萄酒是个例外,不仅葡萄丰收,而且质量极佳,2010年份苏特恩白葡萄酒往年酒体更轻盈。苏特恩和Barsacs两个产区的2010年份葡萄酒均堪称史上最好年份,富含花香,清新甜美。

近十年来天气眷顾

——圣埃米利永远-波美侯-弗龙萨克葡萄酒联合会主席Jean Francois QUENIN先生

客观来说,近十年来天气还是很眷顾我们。而且2005年和2009年确实是我们不多见的好年份。2010年也是很独特的,它会与前几年的酒庄别会比较明显。2010年应该是我们波尔多近50年最干燥的一个年份,注意是干燥而不是最热,还是比较清凉的。干燥造成的结果是集中度比较强,酒精度也会比较明

显,像今年我们酿酒桶里的酒经常可以达到的酒精度是15度,同时又清凉又使得酒的清爽不同。所以总结来说2010年的酒,酒精度比较高,集中比较度,同时酸度会稍微强一些。像这样的自然条件在之前是很难酿出好酒的,因为当时的技术不过关,但我们现在技术明显得以改进和提高,我个人相信2010年会是个不错的年份的酒。至于是不是商业策略的说法,你们自己来试试就知道了。而且这个年份特点很鲜明,从20世纪40年代到现在都设这样的这样条件的年份。

另外,补充一句,我们在评价年份往往会打一个分数,我个人认为这种方式过于简单,2010年的酒与2009年的酒有很大的区别,可能会有人分别偏好这两个年份。

尊重葡萄酒 注重品质与价值

——玛歌酒庄总经理兼总酿酒师Paul Pontallier先生

我对2010年份表现非常兴奋,它不仅有着2009年份卓越,而且更加超越。与2009年份相比,2010年是非常伟大的年份,奇妙的是2010年份的酒体非常浓郁和精致,新鲜与柔顺都体现出来。

于是舆论上对于“年份”的评论。我认为,任何事情回到起点,回到葡萄酒本身,对于从事这个行业的人来说,首先第一位注重的是葡萄酒的品质,不管市场是潮起还是潮落。你们看我,我是一个葡萄酒男人,我是一个酿酒师,我非常开心在我们努力下玛歌酒庄的事业发展得好,但我对市场并不疯狂,因为我是一个酿酒师而不是商人。

对我而言,或者对像我这样的人而言,我们更注重的是酒本身的纯洁、质量,和酒里面体现出来的价值,对于酒的价格和市场营销方面,不是我们所注重的。我认为酒的品质和酒所带来的灵魂是比任何一切的一切,更为重要的。对我来说,2010年是伟大的年份,它就真实的是一个伟大的年份,我非常尊重葡萄酒,我不会对年份撒谎。



茅台老酒、陈年老酒、年份酒、窖龄酒 差别究竟在哪?

最近茅台年份酒的事情传得沸沸扬扬,很多人面对老酒、陈年老酒、年份酒、窖龄酒等概念扑朔迷离,不明就里。今天,笔者带你一探究竟。

★新酒

想辨别名目繁多的“老酒”,就要先了解“新酒”。

新酒,对一般白酒而言,字面意思是“刚刚蒸馏出来的酒”;但对茅台酒而言,则是指当年包装销售的酒。刚刚蒸馏出来的茅台基酒是不允许包装销售的,还要经过多次蒸馏、取酒、贮存与勾兑等环节,整个生产过程长达五年之久。

所以,我们看到的茅台酒酒标上的生产日期,指的是装入酒瓶时的日期,而实际上,酒瓶内的酒已经经历了至少五年的酿造过程。

★老酒

茅台酒包装后又保存了一定年限的酒,才能算老酒。这个年限,一般要五年以上。

茅台酒的生产周期就有五年。而在包装后,继续保存时,酒液自身的氧化还原和酯化过程还在不断继续,这个过程一般被称为“老熟”。

茅台酒的老熟过程实际上是一个酒体去杂增香的过程,即降低酒体的辛辣、刺激感,同时增加其香味微量成份,使酒体口味趋于和谐、香醇。

茅台酒的老熟过程一般要达到五年,甚至更长时间。

生产五年,再加上五年的老熟,茅台酒的口感可以达到理想的绵柔醇香的状态,并且随着时间的流逝,这种柔和馥郁的口感还会加倍增长。

★陈年老酒

陈年老酒这个词主要出现在白酒收藏市场,一般指1979—1989年期间的老酒。

首先,20世纪90年代前,工业化程度低,几乎为纯手工酿造,酒的品质非常好;其次,当时环境污染程度小,酿酒所用的粮食、水质都比较优质,因此酿出的白酒质量也很高;再次,当时的茅台酒本身就是老酒,再经过几十年的存放,酒水不断吸取岁月的精华,酒质更加香醇。

陈年老酒存存量非常有限,也就是因为这样,保存较好的陈年老酒,具有很高的收藏价值。

★年份酒

年份酒最初流行于国外,是针对葡萄酒、白兰地、威士忌等酒品所设的等级概念。通俗点说,年份酒是经过固液结合的酒,也就是说液态酒中添加少量固态发酵的老酒,这样可以给酒增添一些天然的香味以及老酒口感。

年份酒以10年、15年等为具体酒龄,不同年份酒的口感质量风格有着明显区别。比如,“30年陈酿”就是指其基酒不低于15年,按照30年陈年贵州茅台标准精心勾兑而成,而不是整瓶酒存放了30年。

茅台酒是我国较早推出“年份酒”的酒品。据茅台酒厂志记载,1997年7月22日首次包装30年、50年老酒,1998年5月首次包装80年老酒,1999年1月首次包装15年老酒。

如今,无论是酱香型、浓香型、清香型白酒,都有不同的年份酒。一般来说,年份时间越长,价格越高。

★窖龄酒

“窖龄”是指生产白酒基酒的窖池的使用年限。窖龄酒是指连续不断生产白酒基酒的窖池所酿出的白酒。比如“20年窖龄酒”,就是指生产基酒的窖池已经连续使用20年。

茅台酒的窖池可以说是独一无二的。茅台酒的窖池壁使用了茅台镇赤水河畔山上开采的酱色砂岩,窖底及封窖用泥是茅台镇特有的紫红色粘性泥土。窖泥中含有丰富的有益微生物菌群,能利用糟醅中营养物质产酸、生酯,进而使茅台酒具有独特香气和口感。

“老窖酿好酒”,说的就是窖龄的长短与酒质有较大的关系。连续使用很多年的窖池,其环境更好,有益微生物菌群也经过了进化,在它们的作用下,酒的品质会有较大程度的提升。(据国酒在线)