

阿里拍卖入局老酒市场

■ 段伟林

中国酒投网法人代表、国家一级评酒师朱军介绍,他在十年内投资七八百万元收藏了1万多瓶老酒,现在市场估价接近一个亿。

资本的带动和市场的热情促使老酒从收藏向流通转变,但相对封闭的老酒交易面对供需不平衡的巨大市场,在现有流通环境中产生了更多的不确定性,此时阿里的入局似乎是给市场吃下了定心丸,更有望开启老酒行业标准化契机。

酒业新风口 VS 老酒乱象

《中国老酒市场指数》报告指出:老酒以八大名酒为市场主力,消费人数上升且年轻化,整体市场规模向千亿进发。

屡创纪录的老酒拍卖价也印证了市场的蓬勃发展,2012年西泠拍卖会上1964年手榴弹瓶“交杯牌”五粮液以112.7万元成交,2018年一瓶陈年茅台叫价172万元,在传汉堂拍卖会上一瓶1981年茅台以5.8万元成交,一组相约2035五粮液收藏酒在宜宾以100万元拍卖成功。

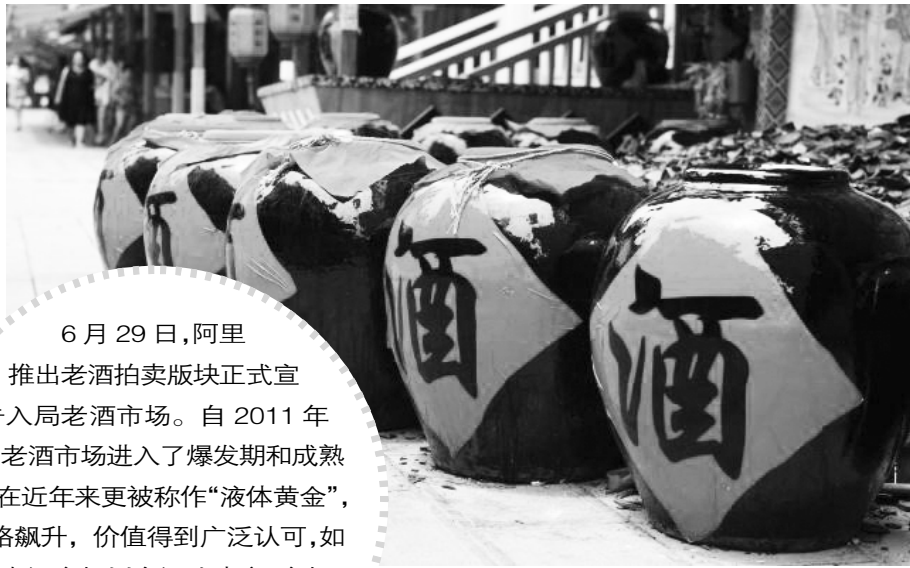
从以上数字来看,市场潜力巨大,投资价值明显。

但抛开华丽的数字表面,老酒市场究竟如何?

高价老酒的价值,在于企业。资本所向才是利益所在。庞大的市场背后,亦是品质、符号价值的回归,品牌、稀缺性、品质成为价格飙升的重要引信引燃老酒市场。

若想从中获利,必须要对市场有所警觉,潜力的背后危机四伏。

其一:假货充斥市场,做旧、高仿、真瓶作假、换标、替换年份、打孔、后封膜等造假手段层出不穷,参与者面对各样假酒,难免会失去



6月29日,阿里推出老酒拍卖版块正式宣告入局老酒市场。自2011年起,老酒市场进入了爆发期和成熟期,在近年来更被称作“液体黄金”,价格飙升,价值得到广泛认可,如今老酒市场以名酒为中心,市场价已上升至出厂价的百倍到千倍不等。

判断力掉入假酒陷阱。

其次,次酒充好蒙骗消费者,

品质低劣、收藏价值低或缺乏价值的老酒及次新酒占据市场大头。

除酒本身外,由于缺少全国老酒市场,区域割裂,线上网站良莠不齐,私人藏酒以自饮、馈赠为主,老酒交易普遍通过线下或熟人交易,覆盖范围小,高度圈层化使得流通极为困难。同时,供需失衡进一步提升老酒价格。

在高价值老酒稀缺、流通性差的老酒市场,阿里提供的巨型线上平台,必定会带来革新。

散、小平台 VS 阿里拍卖

记者通过网络搜索老酒线上交易平台,酒投网、歌德盈香、老酒网等排名靠前,淘宝、

京东也有老酒销售,商家主要为厂商、中小卖家、私人卖家,线上存在分散,信息种类繁多,识别有效信息困难。

增长的市场需要一个可信的大平台,阿里拍卖在6月29日正式推出老酒拍卖版块便是迎合此风口。背靠阿里巴巴的拍卖拥有中国最大的消费者数据库,涵盖司法、资产、车房、珍品、大众拍卖等交易,线上成交额已远高于线下拍卖,参与人数及交易数量也远非线下可比,与国家机构、国有资产、大型企业的合作更保证了阿里拍卖的影响力和公信力。

因此,阿里的入局为老酒市场带来的不止是交易平台,它将在极大程度上调整老酒市场乱象,保证流通安全,督促市场构建一套标准化拍卖交易流程,走上规范化轨道。

打开淘宝进入拍卖板块下的名酒好茶,便可看到多种名酒,也可直接在淘宝搜索老酒拍卖,窗口面向大众开放。秉承阿里系培养的用户习惯,除淘宝外,阿里拍卖联合行业协

一杯窖龄酒,升腾起百年情怀

经历世间沉浮,方知时间蕴意;品味一口琼浆,沉浸历史味道。时间,孕育万物,却又任万物消散;是一切的开端,却也是一切的归宿。然而,这样无形无定之物,对于杯中物却有着恰如其分的偏爱。“酒好需得窖池老”“酒是越陈越香”,万物在时间的长河中消散,而时间也留下了一场味觉的盛宴。

不经岁月磨炼,怎得酒香悠长。时间参与白酒诞生的每一环节。仅以窖池而言,窖池的窖龄越长,滋养出来的酒醇香味也会越醇厚。也正是有了时间这一神奇的催化剂,窖龄久远的老窖池不仅是中國名优白酒竞争的核心优势,也是中国白酒璀璨文化的见证。

以窖为形、以时为神 时间长河孕窖龄

十年可以树木,三十年可以成老窖。凡以三十载,方可称“老窖”。老窖池形成于岁月当中,是历史文化的见证者。

上古之时,先人掘地为室以栖身,这是窖的最早形式。“窖”与“藏”相辅而成,后来窖用于储藏物品、粮食等。到了商朝,古人参照窖中粮食发酵霉变,利用陶器来酿造发酵,开创了长达数千年来“陶酿”方式。唐宋时期,社会生产能力得以提高,传统陶器酿造规模不能满足生产需求,窖池发酵酿造逐渐崛起。比起陶器发酵,窖池容量更大,发酵效果更好,极适合大规模酿酒。及至元明时期,酿酒技术



条件逐渐完备,人们把握住窖池发酵的规律,由此,窖池发酵逐渐遍及大江南北。

老窖池历经岁月洗礼才能大成,“窖”是它的作用也是形式,时间才是它的神韵,只有形神兼备,才能成为一口孕育芬芳美酒的老窖池。在窖池的形成过程当中,不仅形成了窖池的概念,更是形成了窖龄的概念。窖池,需要酿造匠人精心维护,窖龄,需要时间一分一秒孕育。在很大程度上,窖池与窖龄决定了酿造白酒品质的优劣。老窖龄、老窖龄酒,也逐渐成为好酒的重要条件。

作为时间孕育出的老窖池,其悠久窖龄,成为历史的见证。老窖池见证了北方酿酒人大量南迁带来的南方酒业繁荣。也因此,老窖池多集中在南方。在这其中,又以四川泸州的老窖池数量最多、分布最集中。漫漫岁月长河,泸州数量庞大的老窖成为我国古代经济重心南移的重要见证。

基于老窖池的价值,经过时间的沉淀与

文化的酝酿,2011年泸州老窖顺势在中国白酒行业率先以老窖池“窖龄”为概念,推出百年泸州老窖窖龄酒。窖龄酒,作为白酒细分品类,使用的每一口老窖,背后都有厚重的历史故事,映射着以泸州老窖为代表的中国白酒在各个时代的发展史。

窖龄酒 映射中国白酒里程碑式的瞬间

窖龄酒是时间的产物,是泸州老窖臻选1915年至20世纪80年代间兴建的30、60、90年窖龄的老窖池所酿造。不同岁月的磨炼,形成了窖龄酒三大核心产品各具特色的口感。同时,这些建自改革开放时期、新中国成立后、民国初期的老窖池,见证了这三个时期泸州老窖的发展史,见证了中国酒史长河中的辉煌时刻。她们是时代文化的特色产物,承载着时代的记忆和荣耀。

民国初期,求索、奋斗与革新成为社会的主流观念,酒行业也不例外。1915年,泸州老窖大曲酒斩获巴拿马万国博览会金奖,泸州各家酒坊大量兴建窖池。这一批凝聚了民族自信、国际荣耀的民国窖池群,不仅是当时酿酒师心中的圣地,更是中外白酒爱好者追捧的对象。

90年的窖池是新旧思想互相碰撞的民国时代文化的产物,代表了那个时代酒文化的变革方向。窖龄酒90年选用民国时期兴建的

会辨真伪,菜鸟保证仓储运转,蚂蚁金服等保护资金安全,闲鱼回收老酒,从“物品一流通一售后”全方位的保证老酒交易。

阿里拍卖也在为增量市场谋划,寻求与品牌商合作,建立高端酒、纪念酒、定制酒、IP酒业务,从源头上保证品牌的收藏价值。厂家可受到阿里线上线下的辅助,将线上拍卖与3D数字博物馆、线下拍卖会、营销结合,实现品牌推广和销售环节。除白酒外,阿里也引入了葡萄酒、烈酒及其他酒板块,覆盖范围更加广泛。

关系方入局,平台标准化建立

早在2010年,陈年老酒进入收藏品拍卖体系,但直到2014年,中国酒业协会名酒收藏委员会才正式成立,开始每年举办老酒收藏工作,通过专家组评鉴对老酒进行权威鉴定。

2016年,泸州老窖发布通知进行年份化定价,率先推动老窖标准化,品牌厂家开始行动。今年年初,中国收藏家协会组织的全球老酒文化收藏研讨会在京举行,中国副食流通协会酒类专业委员会亦开展了陈年白酒鉴定师培训工作,得到火热反响。

定制行业标准是规范市场的重要一步,在此过程中,阿里拍卖从机构、品牌、平台、用户多方着手,将会加快标准的建立。

除企业与阿里合作为品牌老酒布局外,歌德盈香、也买酒拍卖、1919、美酒知己拍卖店、商贸公司等也加入其中,阿里拍卖将市面上更有流通意愿的名酒源头综合,打破了老酒商壁垒,为卖家提供公开性的巨型平台,消费者自然随之而来。

对行业而言,阿里拍卖专注于高端新酒与收藏酒,深度挖掘专业化市场,以阿里拍卖为庄家,关系方汇集,通过共通的渠道,在实现真正意义上的多方会商后,老酒交易才能更加的快捷可靠,最终有望建立可行的老酒行业标准。

窖池,用百年时光记载尊贵品质。

新中国成立以后,各地酿酒作坊迎来公私合营的热潮,泸州36家作坊公私合营成立国营泸州市曲酒厂。1959年出版了第一本浓香型书籍《泸州老窖大曲酒》,泸型酒酿造技艺得到系统总结,而泸州老窖也正式被行业尊称为“酒界泰斗”。沐浴着酒界泰斗的荣光,这一时期再次兴建了一批窖池。

60年的窖池既是建国后公私合营的产物,同时也是那个时代酒业最闪亮的主角。窖龄酒60年选用建国后兴建的窖池,用60年时光重现“酒界泰斗”风采。

改革开放后,市场逐步开放,酒业出现了第一波产能扩张浪潮。泸州老窖站在产能扩张的风口,再度兴建一大批新窖池,以此主导了浓香型白酒第一轮全国性扩张,奠定了白酒行业至今30余年的市场格局。

30年的窖池是我国白酒行业第一波产能扩张浪潮下的产物,同时也是对改革开放初期我国酒业取得成绩的最佳展示。窖龄酒30年臻选这一时期兴建的老窖池,再现白酒市场格局奠定者风采。

窖龄酒,作为一个穿越中国历史的文化符号,它诉说着时代的文化情结,演绎着时人的生活方式。窖龄酒30年、60年、90年,伴随着中国人一生的成长,映射了许多里程碑式的瞬间,见证了老一辈建设者付出的汗水与激情。端起一杯窖龄酒,喝下去的是老窖精粹,升腾起的是百年情怀。(据中国酿酒网)

酒章酒艺 “非遗”双靛

■ 王海

内蒙古朋友送我三款庆祝内蒙古自治区成立50周年侃侃牌酒头酒,它们是由天津华田企业总公司出品,河北吴桥华田酒厂生产,都是清香型,酒精度都为69%(v/v),每瓶容量分别为:666ml、999ml、1499ml,1997年生产,酒瓶造型是一名外国酒鬼笑眯眯趴在酒桶上,好似对已占有的酒有种满足感,无论从酒名、容量、瓶型都让人眼前一亮,为之有所思。在那个勾兑成风的上世纪90年代,瓶装酒竟走原浆路线,在当时算是很另类,酒瓶看似外国瓶而盛装的是中国酒,让人不可思议,也不由得产生让我挖掘其中秘密的想法。

梳理以上概念,让我感到最熟悉的是河北吴桥,提起吴桥大家第一反应就是杂技之乡,其盛名由来已久。

吴桥古属冀州,因东晋燕地慕容垂受封于吴,并筑桥于此而得名。吴桥杂技起源于黄帝时代的一种既是表演,又是竞技的游戏——“角抵戏”,参与者往往戴着头上有角的假面具,两两相互抵御,场面很是精彩。宋朝之前,杂技(当时叫“百戏”、“乐舞百戏”)一直是供历代统治阶级娱乐的宫廷艺术。自宋代始,杂技逐渐失去庙堂之上的“受宠”地位,杂技艺人走出宫廷,在吴桥民间盛行起来。

吴桥杂技在杂技近百年的发展过程中,是支撑中国杂技存在、影响世界杂技发展的主要力量,在中国杂技和世界杂技史上占有



突出地位,吴桥杂技经国务院批准列入第一批国家级非物质文化遗产名录。

历史上的吴桥,不只是杂技声名显赫,其实美酒也早已深深融入人们的生活。明万历年间,人称“二不尚书”的吴桥籍吏部尚书、东阁大学士的范景文曾有诗《北吴歌》云:“家家酿酒泛黄花,初熟携将问狭邪。”,说这里“村村酒花香”。

据吴桥县志记载:在县城南有一“南园”,是当时文人墨客心中的桃花源。那里苍松翠柏,风景秀丽。史料记载,明代历法家李天经的祖父李懿当年在家乡吴桥兴建了“南园”,

作为李天经的同学,1623年10月,“二不尚书”范景文就曾同李仲昌、李含朴、王君翰去吴桥县城南门外南园不远处祭风台,恰好有杂技表演,于是范景文写下了著名的《游南园记》:“闻有祭风台,盍往观之,御骑以往至。则数健儿在焉。见所乘马跷腾。不胜气作,命骑驰骤道上,于时,人马相深,据鞍生风,蹄蹴云飞,着眼俱失,急于雾中。细辨之,见马上起舞,或翻或卧;或折或踞;或坐或骑;或抢或脱;或跃或立;或顿或侧;时手撒旆;时脚踢鞞;时身离蹬,以为势将坠矣,而盘旋益熟,观者无不咋舌,而神色恬然自若也。”《游南园记》真实记载了当时表演“百戏”的盛况,生动反映了吴桥民间杂技高超的技艺和娴熟的表演,以及当时杂技繁荣兴盛的景况,也佐证吴桥杂技历史渊源流长。如今,吴桥县华生酒业有限公司(原天津华田企业总公司吴桥华田酒厂)在位于吴桥曹洼乡的酒章文化生态园中重建“南园”,再现昔日南园之美。

据华生酒业“酒头”酒酿造工艺非遗传承人卢志华介绍,吴桥县华生酒业前身是一家有着悠久历史的酿酒作坊,其酿酒技艺最早始于明末“二不尚书”范景文的范府酒坊,卢家先祖最早就在范府酒坊酿酒,后来范家衰落,卢家自开酒坊,延续到清末。在解放前那段动荡时期,卢家酒坊停开,卢志华的爷爷卢登山北上东北,给别人家酿酒。直到改革开放后,卢志华的父亲和叔叔又拾起祖传的手艺。自1994年建酒厂以来,华生酒业所产的“酒

头”酒在京津冀鲁地区久负盛名,素有“京津冀鲁一大怪,酒头酒好喝不贱卖”的说法,其酿造技艺也被列为非物质文化遗产。

笔者受邀走访了吴桥酒章文创园,顺便了解了纪念内蒙古自治区成立50周年三款酒头酒背后的故事,近20年的谜团迎刃而解。了解到那款容量大小不一的纪念酒瓶,是吴桥县华生酒业有限公司精心设计结合地域文化一款文化酒,它把吴桥杂技文化与地域文化相结合,酒瓶造型是一名外国造型杂技魔术师表演空中变美酒的画面,尽管按住瓶盖,美酒还是不翼而飞。向人展示吴桥杂技已走出国门,而其中的美酒“酒头酒”也已经走出国门。

“侃侃酒头酒”在当地俗称酒头酒,将商标取名“侃侃”,是取其“人人品酒,口口相传”之意,意在让口碑成为酒头酒的标志。

喝酒喝健康,品酒品醇香。品一口原浆“酒头酒”,入口甜、落口绵、下咽顺。有道是:原浆原汁原味道,纯粮纯酿纯生态。滴滴纯粮酒香,氤氲沁心之美。吴桥酒头酒老记忆是一杯恒久弥香、滋味悠长的乡愁。

窖池,用百年时光记载尊贵品质。

新中国成立以后,各地酿酒作坊迎来公私合营的热潮,泸州36家作坊公私合营成立国营泸州市曲酒厂。1959年出版了第一本浓香型书籍《泸州老窖大曲酒》,泸型酒酿造技艺得到系统总结,而泸州老窖也正式被行业尊称为“酒界泰斗”。沐浴着酒界泰斗的荣光,这一时期再次兴建了一批窖池。

60年的窖池既是建国后公私合营的产物,同时也是那个时代酒业最闪亮的主角。窖龄酒60年选用建国后兴建的窖池,用60年时光重现“酒界泰斗”风采。

改革开放后,市场逐步开放,酒业出现了第一波产能扩张浪潮。泸州老窖站在产能扩张的风口,再度兴建一大批新窖池,以此主导了浓香型白酒第一轮全国性扩张,奠定了白酒行业至今30余年的市场格局。

30年的窖池是我国白酒行业第一波产能扩张浪潮下的产物,同时也是对改革开放初期我国酒业取得成绩的最佳展示。窖龄酒30年臻选这一时期兴建的老窖池,再现白酒市场格局奠定者风采。

窖龄酒,作为一个穿越中国历史的文化符号,它诉说着时代的文化情结,演绎着时人的生活方式。窖龄酒30年、60年、90年,伴随着中国人一生的成长,映射了许多里程碑式的瞬间,见证了老一辈建设者付出的汗水与激情。端起一杯窖龄酒,喝下去的是老窖精粹,升腾起的是百年情怀。(据中国酿酒网)

谈三角红标美人瓶 洋河大曲

白酒收藏的人知道,在白酒收藏界,有一款藏品价值不亚于茅台任何一款藏品。那就是外销型的三角红标美人瓶洋河大曲,这款产品是继洋河大曲飞天酒标后的另一款外销产品,而且数量太过稀少(据专业藏客透露,整个国内目前不超过10瓶)。关于这瓶酒的来历还不小呢。

上个世纪五十年代,国内经济逐渐回暖。于是,在周总理指示下,当时有两款酒获得外销机会,那就是茅台和洋河大曲,而且在相关部门的建议下,这两款酒外销产品上都采用了飞天的标志。这两款酒承载那一非常时期的特殊使命,都成为了经典。

1961年,常出访的周总理要求中国外销酒包装要改一改,更大气一点,当时还负责一些粮油等食品外销的“中国粮油食品进出口公司”,要求外销茅台和洋河大曲更改一下包装,考虑如果加入国际元素,要想出和当时国际形象吻合的外销包装。

这个通知下达洋河酒厂时,省领导专门从省里派技术人员到洋河,会同洋河进行设计攻关,经过几个月的会战之后,洋河大曲新型的外销包装终于诞生,即在白酒收藏人士中熟知的三角红标洋河大曲,瓶体则开创了第一代“美人瓶”身。模仿飞天神女形体的“美人瓶”在白酒行业第一次正式被使用,后来类似“美人瓶”相继被多家企业使用。而洋河美人瓶起点也相当高,第一次亮相就是国际舞台,可谓是风光无限,也为成为白酒“美人瓶”包装开了一个相当不错的头。

不过在设计过程中,关于酒标上的英文遇到了难关,尤其是洋河大曲四个字,英文怎么翻译?是继续沿用之前飞天酒标的“Yang He Da Qu”,还是重新创造新的翻译?茅台因为没有大曲等字样,并没有太多纠结,而省里领导就展开了关于要不要大曲的讨论,同时安排洋河酒厂领导请示“中国粮油食品进出口公司”,看是否有其他企业可以借鉴的先例,粮油公司回复是没有,有外销名额的只有茅台和洋河大曲。最终汇报到省里的时候,当时省轻工厅领导看到“Yang He Wine”时,眼前一亮,觉得中国的酒要走向海外,就要遭名字上和世界接轨,不然到海外,别人都不知道你是什么,但是也要保留自己的特色,那就是产品名称,这是不能变的。虽然,“Da Qu”代表的中国白酒特殊工艺的译名,正式退出历史舞台,“wine”的作为酒的翻译也不是首次,但是三角红标洋河大曲的如今在藏品界的地位,还是让“产品名英文、外文品类英文”翻译成为白酒外文译名的里程碑。

三角红标美人瓶洋河大曲顺利通过审核,替代之前洋河大曲飞天酒标包装,成为承载那个时代我国和兄弟国家友谊的桥梁。(和平)



意大利 普罗塞克葡萄酒产区 被列入世界遗产名录

当地时间7月1日,联合国教科文组织世界遗产委员会决定,将意大利普罗塞克(Prosecco)葡萄酒产区列入世界遗产名录。这是继香槟(Champagne)产区之后,又一个起泡酒葡萄酒产区被列入世界遗产。

2015年7月,联合国教科文组织世界遗产委员会宣布将法国香槟的山坡葡萄园、酒庄和酒窖(Champagne Hillsides, Houses and Cellars)与勃艮第产区一起列入联合国教科文组织(UNESCO)世界遗产名录。时隔四年,意大利威尼托大区的科内利亚诺和瓦尔多巴德内普罗塞克(Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG)保证法定产区成为又一个被列入世界遗产的以起泡酒而闻名的产区。

酿酒历史悠久的普罗塞克产区,主要种植的葡萄品种为格拉雷(Glera)葡萄,当地出产的普罗塞克起泡酒在2014年成为世界上最流行的起泡酒。普罗塞克如此流行的原因,主要在于其价格实惠,同时风格简单易饮的特性。

普罗塞克大多由格拉雷酿造而成,不过当地的法规规定酿酒师也可使用霞多丽(Chardonnay)、灰皮诺(Pinot Gris)、黑皮诺(Pinot Noir)、佩雷拉(Perera)、特雷维佐(Bianchetta)和维蒂索(Verdiso)等品种,只不过这些品种的比例不能超过15%。

由于大多数的普罗塞克起泡酒均采用“查马”法(Charmat Method 罐内二次发酵法)进行第二次自然发酵,这种发酵方式相比起香槟法,发酵效率要高得多,成本也低得多,因此普罗塞克的平均售价也要比采用传统的香槟法的起泡酒低很多。

除了著名的普罗塞克起泡酒之外,科内利亚诺和瓦尔多巴德内普罗塞克保证法定产区区内还拥有许多以历史和美食美酒为主题的旅游景点、人文景观。1966年,意大利的第一条“葡萄酒产区之路”就在这个产区,这些生活生产与自然环境、艺术文化的交融结合,使得该产区成为具有独特历史人文积淀的葡萄酒产区。(咔嚓君)