

# “老酒热”背后的冷思考 究竟什么原因推动了老酒热?

■ 佳酿

近年来,关于老酒的话题越来越热。8月16日,由中国酒业协会主办的“老酒回家”暨五粮液“传世浓香·溯源之旅”活动再次吸引了老酒市场的目光。随着光大银行、阿里拍卖等“正规军”相继进入老酒市场,在“民间”已经大热的老酒正在持续升温。

老酒市场不仅交易规模增长迅猛,成交价格也屡创新高。例如,2005年五粮液推出90年金奖纪念酒,其中“0009”号纪念酒曾拍出88万元的天价;而上世纪60年代的五粮液在杭州的老酒拍卖会上以将近一百万的价格被卖出……拍卖的落锤声震惊了行业,“酒是陈的香”这句话从口感认知过渡到金融表达。

那么究竟是什么原因推高了老酒的价格,并撬动了整个老酒市场的快速增长?

## 01、高净值人群的壮大和消费偏好、收藏爱好成为老酒市场增长的动力

对于大多数奢侈品品牌来说,高净值人群始终是其争取的主要目标,而这些高净值人群同样是高端白酒的主要消费对象。根据《胡润百富2019中国酒类消费行为白皮书》显示,高净值人群对于美酒的青睐程度在近5年来保持持续增长趋势,对于品酒的偏好度逐年上升,同时他们也将高端酒类作为社交场合赠礼的最佳选择。

那么,中国的高净值人群究竟有多少?根据胡润百富的调查,截止到2018年1月1日,大中华区600万资产家庭数量已经达到488万,比上年增长28万,增长率达6%;其中拥有千万资产的“高净值家庭”数量达到201万,比上年增长15万,增长率达8.1%。

高净值人群的壮大和对高端酒水的消费偏好,使市场上高端新酒的价格不断攀升,这为老酒价格的上涨预留了足够的空间。同时,近年来老酒从小范围的个人收藏品,逐渐转变为收藏圈层和老酒爱好者们的共同喜好,老酒消费的需求量逐年扩大,也在一定程度上为老酒交易量的增加和价格的上涨提供了动力。

## 02、老酒的金融属性使其成为一种安全的投资产品

事实上,由于具有高度的稀缺性和不可

再生性,以及高度的鉴赏价值和

和文化价值,老酒已经不再是简单的消费品。

某种意义上,老酒已经等同于类似贵金属的硬通货,成为藏家们所青睐的、最安全的投资产品之一。

和古玩、字画等艺术品不同,老酒的存量会因为市场消费而减少,由此产生的供求关系失衡会刺激老酒价格的不断攀升。

“酒是陈的香”,老酒随着时间的推移而历久弥香,本身的价值也会在收藏的过程中不断增长,而价值的增长必然会传导到价格上,这对投资者来说无疑又增加了一层安全保障。

随着“房住不炒”逐渐成为社会共识,房地产市场迅速降温,加之由于受到国际贸易摩擦的影响,未来人民币汇率可能长期处于波动状态,更提高了股票投资的风险,所以,对于高净值人群来说,如何高效投资和资产保值,便成了一道亟需解决的选择题。而老酒相对而言更加确定的升值趋势和稳定的价值属性则恰好满足了这部分人群的投资需求。

可以预见,未来的老酒价格会因为旺盛的投资、收藏需求而进一步上涨。

那么,当前的老酒市场发展到什么程度,价格的天花板又在哪里?

与老酒市场交易规模迅速增长形成对比的是,目前老酒交易相对分散,专业化程度也相对较低,更多的像是一种自发的民间交易行为。整体来看,目前老酒的价值并未被市场所充分认知,尤其像浓香型老酒的价值更是被严重低估。随着老酒市场的快速成熟和投资者的理性回归,那些具有独特禀赋、悠久历史和厚重文化的优质老酒必然会焕发异彩,去到合理的价格区间。

老酒价值重估,促进老酒收藏市场的进



一步成熟和专业、规范化,推动老酒收藏更健康更有序的发展,需要市场、行业和企业共同推动,这也是中国酒业协会主办“老酒回家”暨五粮液“传世浓香·溯源之旅”活动的主要目的。因此,可以说,老酒的价格还远没有达到天花板。

## 以五粮液为例 文化认同是老酒价值的核心

从历史上看,且不说五粮液的前身早在周朝时便已声名远播,其优秀的品质为历代文人墨客所称颂,就是在近代,五粮液的发展史也是一部活生生的白酒工业进化史。无论是在当年全国评酒会上的力压群芳,还是在当今社会所扮演的重要角色,五粮液早已贴上象征着东方大国的态度、秉性、气质与信仰的标签。

就是这种独特的标签吸引着越来越多的人,人们似乎已经把消费五粮液当成一种品味和荣耀,进而形成一种文化认同。正如中国民生研究院特约研究员、《百家讲坛》“十大名嘴”主持人纪连海在“老酒回家”暨五粮液“传世浓香·溯源之旅”活动现场所说,收藏老酒,收藏的是中华民族的历史,和中华民族的文化。

毫无疑问,这些来自社会的、广泛的文化认同,会融入到五粮液老酒当中,这不但会推动五粮液老酒的需求,还会带动新酒价格的持续上涨。

## 品质卓越是老酒价值的根本

需要强调的是,并不是所有的老酒都具

有收藏价值和品鉴价值。只有那些在酿造、蒸馏、陈酿等环节具有独特禀赋和极致工艺的极少数优质老酒才能获得时间的加持,形成独特的口感和香气,散发老酒的魅力。

正所谓值得收藏的老酒,首先必须是好酒、名酒。

651年来连续不间断酿造的明清古窖池群和传承千年的独特酿造技艺,是五粮液的命脉所在,更是五粮液老酒极具饮用和品鉴价值、历史和文化价值、时间价值和收藏价值的核心。而源自“陈氏秘方”的五粮酿造工艺,将高粱、大米、小麦、玉米、糯米五种粮食的精华汇集一体,把古窖池的禀赋发挥得淋漓尽致,最终形成了五粮液独具风格的酒体特点。

就是凭着这一点,五粮液得以奠定“中国白酒大王”的地位,进而成为世界级的知名烈酒品牌,而五粮液老酒价格也定然会因为其卓越的品质和品牌价值而水涨船高。

## 老酒热带动新酒热, 五粮液热带动浓香热

多方面因素的共同推动下,“老酒热”已成定论。在可以预见的未来,“老酒热”尤其是知名老酒大热,必然会带动相应品牌的“新酒热”,而新酒热也将反向助推老酒热。可以预见,五粮液老酒在收藏市场的火爆,极有可能引发五粮液新酒在市场上的价格持续攀升。

在这个过程中,不但会导致不同品牌的市场价格发生分化,市场格局也将发生微妙的调整,强者愈强,弱者可能就要彻底被市场淘汰。

另外,由于五粮液在浓香白酒乃至整个白酒市场上的强大影响力,随着五粮液老酒价值的发掘和重估,五粮液重新引发一轮浓香热也未可知。

# 投资黄金的大妈,跑赢了收藏名酒的大爷吗?



■ 杨孟涵

大妈们投资有道,大爷们也不甘落后——与黄金市场类似,名酒市场今年同样处于“疯涨”状态,高端名酒除了在消费市场上受捧以外,其投资属性更是日益凸显。那些年年存酒的大爷们,也终于有了老酒这个“硬通货”,可以与大妈手中的黄金一较高下了。

## 涨势之比,个别名酒涨幅超40%

黄金大涨了20%,名酒表现如何呢?数据显示,今年以来,几大高端名酒普遍实现上涨,但涨幅上则有高有低。

从今年初开始,高端名酒就开启涨价风潮——1月8日,泸州老窖宣布对52度国窖1573经典装产品(规格为500ml)酒行供货价调整为810元/瓶,团购价建议为880元/瓶,零售价建议为1099元/瓶。

陕西乾县一位经销商告诉记者,今年初的时候,大部分高端名酒实际零售价,都达不到厂家指定的水平,譬如国窖1573的实际成交价在800元左右。但是飞天茅台实际成交价,则远超官方指导价。

今年春节期间,上海市场中,飞天茅台的零售价为1850元;到今年5月,山东市场上,

飞天茅台的零售价已经涨到了2300元;8月,陕西市场显示,飞天茅台零售价达到了2600元左右。

## 与春节期间相比,飞天茅台的实际零售价涨幅超过了40%

其他名酒同样大涨,随着第八代经典五粮液的上市,其市场零售价一路上涨,官方指导价已经涨至1399元/瓶。比之年初的1099元/瓶,涨幅超过20%;国窖1573的实际零售价,则从年初的800元,涨到如今的900元以上,涨幅同样接近20%。

相较之下,高端名酒中,茅台涨幅远远超越黄金,而五粮液则略超黄金,其他诸如国窖1573等名酒,其涨幅或持平或接近,显示了名酒市场极强大的上升态势。

投资趋势之比,名酒成为与黄金并肩的少数目标?

相关市场调查显示,以茅台为代表的高端名酒,并非完全“消化”于消费用途。实际上,诸多投资客已经切入名酒市场,高端名酒逐渐成为可比肩黄金的投资品。

“名酒成为投资品,这与其本身的属性有关”北京卓鹏品牌营销咨询有限公司董事长田卓鹏认为,名酒本身就具有三个属性——饮用价值属性、投资价值属性、收藏价值属性。消费升级的趋势下,高端名酒身上具备的这三种属性都被激发出来。

黄金、名酒成为投资热点,还与目前经济大形势下,普通消费者投资渠道趋窄有关。

今年以来,贸易摩擦加剧,不仅影响到传统制造业,还造成股市波动剧烈;与此同时,

今年二手房交易趋冷,部分地区楼市交易数量与交易价格都略有下降。在这种态势下,民间“热钱”无处可去,纷纷涌向具备稀缺、避险属性的黄金与名酒。

有相关分析师指出,当实际利率较低时,人们更愿意持有黄金。目前来看,2019年,受世界经济形势影响,在通胀保持稳定的情况下,实际利率大幅下滑,机会成本大大降低,黄金投资依然在甜蜜区。

数据显示,2018年中国金饰需求增长3%,为672.5吨,2018年全年金条和金币需求稳定在304.2吨。这1000吨的金饰和金条、金币,构成中国大妈们的投资主方向,还不计其他黄金类衍生投资品。“纸黄金”或“账户金”方面,2017年商业银行账户金累计交易2130.8吨,交易金额5835.1亿元。

名酒方面,2018年中国白酒市场的销售规模为5000—6000亿元左右。新酒投资、收藏额难以计算,但依据老酒收藏市场来说,名酒的投资属性正一步步被激发。

中国酒业协会权威数据显示,2013—2018年,以中国名酒为代表的老酒市场,规模持续扩大。2016—2017年老酒市场规模涨幅达85%,2018年市场规模达到了500亿元,预计2020年可达1000亿元。

## 涨势是否持续? 业界仍看好名酒市场

名酒是否能如同黄金一样,被投资者长期看好?今年以来名酒不断上升的态势能否持续?实际上,诸多业界专家,都对名酒市场表达了乐观之情。

产劳动后能喝上一口酒,舒筋而解疲劳,这是酒的饮用功效。

高度白酒朴素本我的味道在70年代末到80年代初到达了巅峰,90年代发扬光大,之后开始走下坡路。(无污染的粮食和泉水,建国后陆续新建老窖窖池已有十年以上,保障了优质的酒的产量,质朴的人文环境等已无法复制)。老酒的饮用价值体现在还能品尝到传统工艺的佳酿,在食品安全问题频发的今天,是何等的珍贵。

## 第二属性:贡品和礼品

好酒由繁复人工所为,流淌出五谷的精华,作为地方特产,供皇家贵胄享用。而在中国计划经济那个时代,名酒和地方名酒产量很低,一直处于供不应求状态,也是少数人才能享受到的。今天包装华丽的酒仍然是作为礼品

送人。

## 第三属性:投资品

奇货可居,古时候商人们主要是囤积粮食和布匹来牟利。老酒的这个属性应该是近年来挖掘出来的,操作上和股票、黄金比较像,低买高卖;归类上比较接近于古董,按年代、工艺、名厂、品相等区分特征,体现不同的价值。而今老酒投资已初步形成了17大名酒、53优质酒和稀缺地方酒,甚至包括黄酒、药酒、葡萄蒸馏酒为门类的,近千款酒的交易,成交量也逐年增大。

随着老酒交易平台的不断完善,交易圈中每年都呈现出不同的热点,吸引了不少投资者的目光。老酒投资又和其他古玩字画不一样,因为老酒每年都在递减,一部分被喝掉,一部分被收藏,而收藏老酒的人越来越多,导致价

值稳步上涨,比任何收藏品都要稳健!另外,老酒和其他冰冷的古玩不一样的地方是,收藏者与老酒之间是可以交流的,你可以收藏一瓶老酒很多年,味道每年都会变化变好,当你多年以后打开它时,其实就是在与它在交流!

第四属性:欣赏 白酒酒色无色透明或是微黄,酒花清亮,泡如走珠。尤其是酒标的设计和印刷极具欣赏悦感,具有浓郁地方色彩,包括有山水地理、名胜古迹、历史人物等等。

还有不同材料和造型酒瓶,有玻璃、瓷器、紫砂、彩陶、银锡等等;造型更是精彩,古代酒器、人物、动物、武器等等,包罗万象。在老酒收藏圈形成之前,国内已经有十几万人的酒器爱好者了。

第五属性:精神和情感的宣泄 白酒酒色无色透明或是微黄,酒花清亮,泡如走珠。尤其是酒标的设计和印刷极具欣赏悦感,具有浓郁地方色彩,包括有山水地理、名胜古迹、历史人物等等。

还有不同材料和造型酒瓶,有玻璃、瓷器、紫砂、彩陶、银锡等等;造型更是精彩,古代酒器、人物、动物、武器等等,包罗万象。在老酒收藏圈形成之前,国内已经有十几万人的酒器爱好者了。

此外,在茅台即将全部实现“千千万”之际,即股价过千元、营收超千亿、市值过万亿,资本市场和普通民众对名酒投资、收藏的热忱也将会被进一步激发,这势必会形成有利于名酒继续维持价格上涨态势的市场氛围。



## 宋书玉就白酒年份酒团体标准进行详细阐述

9月18日,2019中国酒业协会白酒技术创新战略发展委员会年会在太原成功召开。会上,中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉就白酒年份酒团体标准从准入条件、申请认定及监督管理和产品标准三个方面进行了详细的阐述和宣贯。

白酒年份酒团体标准自2006年开始筹备制定,2019年4月份颁布,倾注了行业的多方力量和心血。但是在前期年份酒标准的试运行和正式实施推进过程中,出现了一些对标准文本理解不准确、不到位的现象,导致了多家企业推出年份酒相关产品的进度延后。白酒年份酒标准是一个复杂的体系,不仅是产品标准,同时在管理、准入标识的使用、标签的标注等方面构成了系统的标准体系。因此,有必要对年份酒团体标准进行详细的阐明和宣贯。

## 准入条件

白酒年份酒虽然是一个团体标准,但是白酒生产企业想要采用这个标准,首先需要达到一个资格,这个资格就是准入。白酒年份酒生产企业的准入条件包括5个方面:生产资质、生产能力、检测能力、技术人员、生产管理。这5个方面对年份酒的准入进行了详细的规定,只有达到这些规定的要求,取得年份酒生产的准入资格,企业才可以进行申报。

关于生产资质,其中有一项“加入中国酒业协会大数据诚信体系”尤为重要。因为年份酒最核心的表达是年份的真实性,是企业的诚信。生产能力方面,近十年企业每年原酒产量要大于销量的30%以上(按60%酒精度折算),强调企业自主生产原酒及贮存。生产管理要求是对未来准入管理的相关准备。

## 申请认定及监督管理

年份酒的生产,从准入到管理可以分为以下几个流程:企业申报、中国白酒年份酒认定委员会审核材料、现场审核样品抽取、资格认定、年份酒认定及管理、现场对年份酒基酒审核密封、样品真实性图谱建立备案、建立年份酒基酒管理档案、生产年份酒申请、产品认定、产量认定、抽样和检测图谱备案、核销备案、年份酒商标授权、复核抽检。

年份酒的申请为企业自主申报,年份酒的相关认定由中国白酒年份酒认定委员会组织专家团队进行第三方认定,年份酒的相关管理档案由中国白酒年份酒认定委员会委托第三方和企业共同管理。从企业的申报到最后的复核抽检,不是简单的企业自主去采标的过程,而是他律和自律相结合的表述,对年份酒客观的一种表述。

关于年份酒原酒的查定有一些相关要求,如果一家企业当年获得了申请准入,则企业当年可以提出对所有基酒进行查定和签封,包括当年和当年之前的,哪怕部分酒未来不用于生产年份酒。但是过了取得申请准入的这一年之后,年份酒生产只能申请本年的查定和签封,不能再申请之前年份的。在核定和注销上,企业可以申请所有的酒,这些酒也可以不用于生产年份酒,但是没有签封的酒绝对不允许生产年份酒。

## 产品标准

产品标准的核心是在年的表达上一定是最低酒龄,即产品所有基酒的加权平均酒龄要大于标注酒龄。产品标准中主体基酒占整个酒的至少80%,这80%要在第三方监督核查下进行标签标注。另外20%不予标注,是尊重中国白酒不同香型的酿造基本原理,以及尊重各个企业之间在产品品质表达上的核心技术、自主技术。

年份酒标准从准入、到认证、管理、采标、真实性查定等整个系统的构建和执行,是为了把真实的年份表达好,表达清楚,这将在整个行业的健康发展、产业诚信方面起到积极且突出的作用。(据凤凰网酒业)

# 老酒收藏的文化属性和价值

产劳动后能喝上一口酒,舒筋而解疲劳,这是酒的饮用功效。

高度白酒朴素本我的味道在70年代末到80年代初到达了巅峰,90年代发扬光大,之后开始走下坡路。(无污染的粮食和泉水,建国后陆续新建老窖窖池已有十年以上,保障了优质的酒的产量,质朴的人文环境等已无法复制)。老酒的饮用价值体现在还能品尝到传统工艺的佳酿,在食品安全问题频发的今天,是何等的珍贵。

## 第二属性:贡品和礼品

好酒由繁复人工所为,流淌出五谷的精华,作为地方特产,供皇家贵胄享用。而在中国计划经济那个时代,名酒和地方名酒产量很低,一直处于供不应求状态,也是少数人才能享受到的。今天包装华丽的酒仍然是作为礼品

送人。

## 第三属性:投资品

奇货可居,古时候商人们主要是囤积粮食和布匹来牟利。老酒的这个属性应该是近年来挖掘出来的,操作上和股票、黄金比较像,低买高卖;归类上比较接近于古董,按年代、工艺、名厂、品相等区分特征,体现不同的价值。而今老酒投资已初步形成了17大名酒、53优质酒和稀缺地方酒,甚至包括黄酒、药酒、葡萄蒸馏酒为门类的,近千款酒的交易,成交量也逐年增大。

随着老酒交易平台的不断完善,交易圈中每年都呈现出不同的热点,吸引了不少投资者的目光。老酒投资又和其他古玩字画不一样,因为老酒每年都在递减,一部分被喝掉,一部分被收藏,而收藏老酒的人越来越多,导致价

值稳步上涨,比任何收藏品都要稳健!另外,老酒和其他冰冷的古玩不一样的地方是,收藏者与老酒之间是可以交流的,你可以收藏一瓶老酒很多年,味道每年都会变化变好,当你多年以后打开它时,其实就是在与它在交流!

第四属性:欣赏 白酒酒色无色透明或是微黄,酒花清亮,泡如走珠。尤其是酒标的设计和印刷极具欣赏悦感,具有浓郁地方色彩,包括有山水地理、名胜古迹、历史人物等等。

还有不同材料和造型酒瓶,有玻璃、瓷器、紫砂、彩陶、银锡等等;造型更是精彩,古代酒器、人物、动物、武器等等,包罗万象。在老酒收藏圈形成之前,国内已经有十几万人的酒器爱好者了。

## 第五属性:精神和情感的宣泄

白酒酒色无色透明或是微黄,酒花清亮,泡如走珠。尤其是酒标的设计和印刷极具欣赏悦感,具有浓郁地方色彩,包括有山水地理、名胜古迹、历史人物等等。

千年前,曹孟德感叹到“慨当以慷,忧思难忘,何以解忧,唯有杜康”。饮酒有不同的场合,或雅或俗,饮后又具有不同的效果。兰亭集序,曲水流觞,王右将军为后人留下了天下第一行书。而就是我们三五老友小聚,美酒佳肴,喝到微醺,高谈阔论,自在快活。现在随着人们保健意识的增强,饮用老酒成为一部分高端人群的需求,甚至成为聚餐交流公关的媒介。可见老酒之魅力!

老酒,精神和物质并举,视觉和味觉同享。根据属性的不同,每一个人的选择和投资方向也就不同了。许慎曰:“收者,心欲而纳于己也;藏者,私握而隐于己也。”盖收藏者,私淑独钟,或古或今,或绝或罕,瑰丽俊奇,巧思匠心。巨文鼎以威天下,细米经而罗经纬,集普贤之志,赏玩之前朝工艺之美;传世以承教化之功,赏玩以窥先人之精,时久愈珍,物稀弥贵。古人的提论,倒是千年之后同样受用。