

赋能未来 舍得老酒论坛重塑老酒市场新生态



王赛时、1919 董事长杨陵江、歌德盈香董事长刘晓伟、北京海纳机构总经理吕咸逊等领导嘉宾,畅谈浓香老酒价值,共话行业发展大势。

行业权威背书 助力舍得高质量发展

除了关于老酒发展的思想碰撞,本次论坛还正式成立了舍得老酒战略智库。据悉,成立老酒战略智库旨在从战略规划、产品研发、品牌打造、技术支持等方面,以行业顶级资源为舍得老酒战略的快速实施和提升,提供强有力的指导、谋划和协助。

老窖池是历史的财富,是岁月的见证。日前,舍得酒业在中国酒业协会的指导下,做了一次全面的古窖池和库存老酒普查,认定舍得酒业具备白酒年份酒的生产能力。在本次论坛现场,刘振国副秘书长为舍得酒业颁发了白酒年份酒生产资质认定证书,标志着舍得酒业具备发力老酒市场的资质与实力,也为舍得品牌升级重塑增强信心和决心。

十年品牌靠营销,百年品牌靠质量,千年品牌靠文化。著名白酒专家胡永松教授表示:“未来的中国白酒就是卖一个‘陈’字”。对此,舍得无疑是具优势的名酒品牌之一。相信依托雄厚的优质陈年基酒资源及与时俱进的品牌营销策略,舍得酒业必将引领白酒行业高质量发展。

据悉,与会嘉宾还深度体验了舍得生态酿酒园。在泰安作坊探寻舍得古老窖池,在吞之乎老酒车间感悟舍得酿酒之道,到生态酿酒车间品味舍得新酿原浆酒,去陶坛酒库领略饱岁岁月精华的陈年基酒,去舍得艺术中心感受“在酒而不言酒”的文化内涵……充分感知舍得酒业的生态酿酒之美、老酒之美、文化之美。

察势者智,驭势者赢。在产业升级的时代风口下,唯有同时具备品牌优势和产品优势的酒企才能把握住时代机遇。作为中国名酒企业之一,舍得酒业以文化诠释品牌,以品质塑造标杆,以全新的思维方式和发展模式必将引领白酒产业高质量发展。

10月3日,由中国酒业协会名酒收藏委员会主办、舍得酒业承办的“发现中国浓香老酒价值论坛”暨老酒珍藏展在四川射洪——舍得酒业生态酿酒园隆重举行。作为2019年首届舍得玩酒节的核心活动之一,本次论坛旨在挖掘浓香老酒价值,探讨老酒发展新机遇,共同为老酒市场实现长期稳健、高效增长指明航向。

■ 企轩

10月3日,中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉、中国酒业协会副秘书长刘振国、遂宁市政协副主席周通、射洪县委副书记何小江、江南大学副校长徐岩、著名白酒专家胡永松、中国酒史专家王赛时、天津控股集团总裁周政、舍得酒业总裁李强等领导嘉宾以及与会同行经销商伙伴们齐聚一堂,共绘老酒发展新蓝图。

“发现中国浓香老酒价值论坛”活动现场,遂宁市政协副主席周通对本次论坛的召开表示祝贺并寄予期许:“我们相信,各位嘉宾的真知灼见,将进一步增强舍得酒业实施‘舍得老酒战略’的信心和决心,进一步彰显舍得老酒价值,助推舍得酒业高质量发展”。

作为2019年首届舍得玩酒节的核心活动之一,本次论坛旨在挖掘浓香老酒价值、探讨老酒发展新机遇,共同为老酒市场实现长期稳健、高效增长指明航向。

老酒成产业新风口 舍得时代将至

伴随白酒市场的回暖,陈年老酒越来越

受到消费者、收藏者追捧,尤其名老酒的稀缺性价值不断得以凸显和提升。对此,宋书玉副理事长表示:“美好新生活,需要老酒锦上添花。在不缺酒、缺好酒的新时代,品味老酒、收藏名酒已经成为酒类消费新的趋势”。

在“老酒”这一产业新风口下,舍得酒业具备不可比拟的领先优势。舍得酒业立足正宗浓香白酒的核心产区,历经近40年时光积累了12万吨的优质陈年老酒。这些陈年基酒是时间凝聚的精华,亦是舍得酒业无比珍贵的宝藏和品牌优势,势必在未来的市场竞争中大放异彩。据悉,舍得酒业正在加速对老酒市场的布局,前不久在全国范围内启动了声势浩大的沱牌、舍得老酒“回购”活动,此外,舍得酒业将以老酒作为未来发展的重要战略。

舍得酒业总裁李强在主题演讲中进一步表示:“舍得酒具备生态环境、黄金酒曲、老窖池、老基酒等先天优势。其一,舍得酒厂地处世界最佳酿酒黄金地带,是国家“生态酿酒”标准缔造者;其二,舍得酒业独创“211”制曲工艺,酒曲通过多年的酿酒生产应用,对提高酒体品质具有不可替代的作用,出品的酒曲堪比黄金;其三,舍得酒业拥有32栋标准化生态酿酒厂房、12000余口老窖池,整体窖龄平均达到30年以上;最后,舍得酒业自上世纪90

年代以来积累了12万吨10年以上高端陈年老基酒,这里是高端陈年老窖的摇篮。

舍得以“每一瓶都是老酒” 树名酒品质标杆

徐岩副校长在论坛中指出,生态酿造是造就陈年美酒的基础,大环境生态好、微生物多决定了酿酒微生态的结构和功能。可见,生态环境对白酒的品质尤为重要。

作为生态酿酒的代表,舍得酒业打造了中国首家生态酿酒园,园内植物种类达300余种,植株数量360多万,绿化率高达98%以上,适宜的环境为酿造高品质舍得酒创造了良好的外部条件。另外,舍得以“舍百斤好酒,得二斤精华”为酿酒原则,每批次舍得酒的设计和加工都坚持从12万吨优质陈年基酒中层层遴选,以确保酿造出中选优的好酒。换言之,舍得酒,每一瓶都是老酒。

本次活动还开展了以“浓香老酒新商机”为主题的对话论坛,中国酒业协会副秘书长刘振国、天津控股集团总裁周政、中国酒史专家

走,一起探秘阿塞拜疆葡萄酒

■ 刘震东

提起葡萄酒国家,说到旧世界,大家往往会想到法国、意大利、西班牙,新世界则会想到美国、澳大利亚、南非、智利,而对于阿塞拜疆,即使是资深葡萄酒爱好者也了解甚少。

其实,阿塞拜疆种植葡萄酒的历史可追溯到公元前2000年前,属于葡萄种植和酿酒产业的古老国家。近年来,以出口为主的阿塞拜疆葡萄酒开始尝试进入中国市场,一些中国葡萄酒消费者也开始慢慢关注起这个位于高加索地区的神秘的葡萄酒国度。

9月10日~18日,由中国食品发酵工业研究院阿塞拜疆葡萄酒(中国)推广中心牵头组织的阿塞拜疆葡萄酒考察调研团一行深入阿塞拜疆7大产区,行程2000多公里,走访了14家有代表性的葡萄酒厂和葡萄酒酒庄,品尝了上百款半成品葡萄酒、成品葡萄酒、白兰地、石榴酒、伏特加。

总统领衔,誓将重拾昔日辉煌

葡萄酒的起源地,不是法国,也不是意大利,它起源于高加索山脉,位于高加索山脚下的阿塞拜疆是世界葡萄栽培和葡萄酒酿造的发源地之一,早在公元前2000年,这里的葡萄酒产业就已经很繁荣了,这是有据可查的历史。9月12日,在阿塞拜疆舍尔万产区ASPI葡萄酒有限公司的酒文化博物馆,《华夏酒报》记者有幸看到了相关的历史记载。

阿塞拜疆葡萄酒产业协会副主席 Timur Mamedov 先生对《华夏酒报》记者介绍说,前苏联解体后,阿塞拜疆葡萄酒产业实现高度工业化、产量最大化的模式运作,葡萄酒产量占前苏联总产量的近1/3,阿塞拜疆每年向俄罗斯、白俄罗斯和波罗的海沿岸国家出口2000多万升葡萄酒,达到历史鼎盛时期。然而好景不长,到戈尔巴乔夫时代,由于实行禁酒政策,阿塞拜疆不得不大规模铲除葡萄园,据不完全统计,当时有38.5万公顷的葡萄园被毁掉,许多葡萄酒厂被迫破产,有的甚至倒闭,大量葡萄酒人才流失国外,阿塞拜疆葡萄酒产业受到重创,从此在国际市场上销声匿迹了很久。

位于阿塞拜疆西部产区的 Goy Gol 酒厂始建于1860年,是阿塞拜疆最古老的葡萄酒生产企业。9月14日,在该酒厂,记者看到,1880年建成的地下大酒窖,长800米,深15米,总面积6000平米,分成13个小酒窖。据介绍,这里历史上最多储存过67万桶葡萄酒,从这里我们可以一窥当年阿塞拜疆葡萄



酒鼎盛时期的风采。

阿塞拜疆出口与投资促进基金会主席 Yusuf Abdullayev 先生在与阿塞拜疆葡萄酒考察团成员座谈时表示,近几年,阿塞拜疆政府重视非石油行业的发展,重振葡萄酒行业呼声新高。2013年,阿塞拜疆加入国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)之后,阿塞拜疆葡萄酒行业更是迎来崭新的一篇,明确了未来的发展目标:重新恢复其在全球葡萄酒市场的声誉。

据了解,2018年,阿塞拜疆现任总统伊利哈姆·阿利耶夫签署了《阿塞拜疆共和国2018~2025年期间葡萄酒酿造业国家发展计划》,旨在发展本国葡萄酒制造业,提高盈利能力和出口潜力。其中一项任务就是到2026年,阿葡萄酒量出口将增加5倍。2017年,阿塞拜疆葡萄酒产量为1000万升,出口375万升(价格1200美元/千升),主要出口俄罗斯338万升,出口中国27万升。按照计划,其到2025年底葡萄酒出口量将达1875万升。

在考察期间,《华夏酒报》记者切身感受到阿塞拜疆政府尤其是老总统盖达尔·阿利耶夫和现任总统伊利哈姆·阿利耶夫父子两任总统对葡萄酒产业的关注,许多酒厂都在显著位置悬挂有阿塞拜疆两代领导人到该厂视察的大幅照片,可见阿塞拜疆最高首脑对葡萄酒行业发展的重视程度。

阿塞拜疆西部产区的 Tovuz Baltiya 酒厂是苏联解体后阿塞拜疆第一家生产葡萄酒和白兰地的生产商,9月14日,在该厂的大酒窖里,70多岁的老酿酒师指着一个特殊的橡木桶对考察团成员回忆说:“1997年,阿塞拜疆老总统曾专程视察该厂,并亲自封酒一桶,留下日后由其孙子开启该桶酒的遗嘱。”

风土独特,凭借品质重塑形象

阿塞拜疆出口与投资促进基金会主席

Yusif Abdullayev 先生表示,1991年,阿塞拜疆恢复独立后,葡萄酒行业从前苏联的单纯注重产量向注重品质转变,越来越重视产品质量和独特风味。

“对于葡萄酒企业来说,最重要的是风土,佳酿成功的80%来自土地,我们始终按照酒庄酒的标准生产葡萄酒,凭借高品质重现阿塞拜疆昔日辉煌。”9月12日,阿塞拜疆葡萄酒产业协会副主席 Timur Mamedov 先生如此对考察代表团成员强调。 Timur Mamedov 先生向考察代表团成员介绍说,从葡萄园的选址和管理到葡萄酒的酿造和包装,每一处细节都严格把控。近年来,政府大力支持多家酒庄采用欧盟顶级设备,聘用富有经验的外籍酿酒师,像 Calilabad Sarab-2 ASC 酒厂就是聘用来自格鲁吉亚的著名飞行酿酒师 David Maisuradze, Chabiant 酒厂聘用意大利酿酒师 Andrea Uliva,一切有利的条件让现在阿塞拜疆的葡萄酒质量不亚于其他产区国家,其葡萄酒品质正逐渐得到国际市场的认可,不同酒庄的产品已出口到俄罗斯、德国、波兰等地,多家酒庄已经陆续进入中国市场。

据阿塞拜疆西部产区 ShargUlduzu 有限公司出口经理 Sinan Alirzayev 先生介绍,阿塞拜疆是许多葡萄品种的原产地,拥有200多个酿酒白葡萄酒品种和鲜食葡萄品种,品种的多样性带来了葡萄酒风格的多样性。越来越多的阿塞拜疆葡萄酒厂推出了他们的原生葡萄品种,如白羽、拜恩西拉等白葡萄酒品种和马拉萨、萨别拉维等红葡萄酒品种。

在阿塞拜疆伊斯梅尔雷地区地区的 Chabiant 酒厂,意大利酿酒师 Andrea Uliva 将马特拉萨和拜恩西拉等当地葡萄品种嫁接到该酒厂257公顷的葡萄藤上,他欲重塑 Chabiant 酒庄的新形象和新品牌,助其在国际葡萄酒

市场上赢得良好声誉。他说:“在苏联时期,葡萄园中的葡萄品种是混杂的,因为当时的重点放在了产量上,而忽视了品种,但今天我们反其道行之,对葡萄园严格管理。”

在品鉴了上百款阿塞拜疆葡萄酒后,考察团成员一致认为,阿塞拜疆葡萄酒中含有丰富的单宁酸和维生素,在传统的酿造工艺下,葡萄酒中多酚含量和胡萝卜素含量很高,口感清香醇厚。

一带一路,搭建中阿交流平台

阿塞拜疆出口与投资促进基金会主席 Yusuf Abdullayev 先生对考察团一行表示,中国拥有巨大的消费市场,中国消费者对阿塞拜疆葡萄酒的了解和消费对阿塞拜疆葡萄酒产业起着很大的推动作用,发展与中国的经贸关系,对阿塞拜疆扩大葡萄酒出口具有重要意义,也期望能有更多的进口商将阿塞拜疆的葡萄酒文化和葡萄酒带到中国,并希望通过葡萄酒这一载体,能更好地向中国消费者传播阿塞拜疆文化。

此外,他还透露,今年阿塞拜疆葡萄酒将参加11月5日2019第二届中国国际进口博览会和2020年的成都全国春季糖酒会,方便消费者的品尝。

中国食品发酵工业研究院国际合作与贸易发展部副主任于彬博士告诉《华夏酒报》记者:“阿塞拜疆是‘一带一路’沿线国家,近年来,在‘一带一路’倡议下,中阿政治、经济、文化艺术等各方面交流日益密切,我们此次考察的 Calilabad Sarab-2 ASC 酒厂和 Sharg Ulduzu 有限公司就位于古丝绸之路旁,见证着‘一带一路’的奇迹。阿塞拜疆葡萄酒(中国)推广中心落户中国食品发酵工业研究院就是响应‘一带一路’倡议,促进双边葡萄酒产业发展的一个重要成果,也是双方探索阿塞拜疆葡萄酒文化在华教育、文化推广的全新尝试,它将进一步促进阿塞拜疆葡萄酒进入中国市场。这次阿塞拜疆葡萄酒考察活动,就是受阿塞拜疆驻华大使馆商务代表处与阿塞拜疆出口与投资促进基金会的邀请,推广中心携国内主流媒体及进口商代表对阿塞拜疆主要葡萄酒产区酒庄进行调研考察。”

阿塞拜疆有超过120家酿酒企业,本次活动调研考察了14家代表性酒庄,品鉴了企业上百种酒款,并与企业负责人就葡萄种植、葡萄酒酿造、市场开拓等方面进行深入交流。通过实地考察,代表团对阿塞拜疆葡萄酒产业的历史和现状有了深入的了解,也为进口商提供了更多的选择机会。



高端白酒纷纷启动“老酒回购” 背后藏着什么“门道”?

■ 杨占权

近年来,高端白酒的年份化价值日夜凸显,瓶贮年份酒市场成为高端白酒的必争之地。泸州老窖、洋河、酒鬼、李渡、金沙等酒企纷纷入驻这一市场,频频举办“老酒回购”活动,有针对性的布局年份老酒的发展。

“回购”彰显收藏价值

随着中国白酒市场回暖,白酒收藏尤其是老酒的收藏,逐渐受到收藏者和资本市场的青睐。中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉曾表示,目前老酒的民间收藏市场的交易总额约50亿元,未来3~5年,白酒收藏的市场规模可达200亿~300亿元。

这不难理解,白酒除消费属性外,还具有独有的投资收藏价值。酒是陈的香,随着储存时间的推移,白酒味道越醇香,升值潜力也越来越大。基于此,各种老酒争相抢占市场,成为价值投资新风口。2018年6月,泸州老窖溢价回收国窖1573、特曲、头曲三类产品;2018年11月,洋河股份面向社会,定向回购52°梦之蓝·手工班(2017版);2019年5月,内参酒征集2004年以来内参瓶贮产品;2019年9月,李渡酒五倍回收2014年李渡特级封坛酒。以上案例,无不证明了白酒随时间推移不断升值的巨大潜力。而消费者、经销商之所以会如此热衷瓶贮年份酒,正是因其突出的升值空间。

“回购”提升品牌影响力 强化渠道信心

酒企之所以如此热衷“老酒回购”,目的在于唤起消费者对于品牌的记忆,提升品牌影响力,拉升品牌价值。一瓶瓶年份老酒一头链接粉丝,另一头链接了品牌,成了品牌复兴的重要驱动器。老酒回购是一种全民参与的品牌营销活动,一定程度上将会提升品牌的市场销售氛围。酒企通过老酒回购,让许多产品重新走入消费者信息“头条”,成为一个有市场热度的品牌,不失为“弯道超车”高端产品的一步好棋。

“回购”在提高了名酒品牌市场占有率,提升品牌集中度的同时,也对核心消费群体形成了价值引导,激发市场需求,提振渠道信心。以现金回购的行动是官方对品牌瓶贮老酒的价值认可和市场价格权威的认证。回购价一般比最初的发行价高,确保收藏者入手产品保值增值,由此可以看出酒企对自身产品的信心和未来增长潜力的看好,有效提振了渠道信心。同时,瓶贮年份酒的定义比陈年老酒更加客观,科学地解释了年份酒,以产品出厂时间为依据推算白酒的年份,由此既可在市场层面树立价格标杆,激发更多老酒爱好者的参与;同时也能提升品牌价值,提振渠道信心,反哺市场销售。

“回购”推动老酒价格透明化、标准化

老酒的储藏、变现风险较大,就目前的变现渠道,除品牌回购、拍卖会等正规渠道外,存在诸多不确定,一瓶老酒的价值起伏很大,这对老酒市场是极大的伤害。此时,白酒企业不断竞逐老酒市场,把老酒“明码标价”,提振了信心,排除了一些“流氓”风险。酒企回购措施的出现拿准了消费者的心理,规范了价格体系、保持了渠道透明和满足了消费者对产品的价格预期,唤起市场对中国白酒瓶贮年份的认知,助力中国白酒迎来价值回归与中国白酒投资和收藏标准的树立。

此外,以茅台、泸州老窖为代表的白酒品牌,提出“瓶贮年份”定价体系,频频举办“老酒回购”活动,基本储存时间越长价格越高的溢价原则,对旗下主力产品进行年份划分,制定并执行按年份定价的价格指导体系,使老酒价格朝着透明化、标准化发展。

老酒回购好处多多,既可以让瓶贮年份酒的价值愈发凸显,又能让经销商不再担心库存,收藏家不再担心升值空间,消费者不再担心回报。