

新贵“国甄”强势入场 酱酒井喷时代迎来千亿市场契机



面对酱酒市场的近年来出现井喷，贵州又一新贵携新品入场。

近日，由贵州国甄酒业精心研发，匠心推出的酒业首款酱香基龄酒“国甄”闪亮登场。曾祖训、赖登燡、彭佑信、张跃廷、刘琼、林东六位白酒大师，中国白酒金三角酒业协会副会长陈吉福，以及众多经销商见证了这一时刻。会上，诸位专家对国甄酱酒进行品鉴、点评，对其国甄酱酒的品质及口感做出了一致好评。

自2016年以来，酱香白酒以行业4%的产量，20%的营收，贡献了35%的利润，成为酒业风口。在此大背景下，国甄酱酒·基龄系列横空出世，跻身行业“新物种”。什么是基龄？国甄酱酒为何被誉为酱酒“新物种”？

一个品牌 两个注册商标打造超级IP

国甄酱酒，定位为“中国高端酱酒品牌”，一个国字号品牌，“国甄”“基龄”两个都带R商标，同时是国家外观专利保护产品，资源稀

缺不可复制……

酱酒行业的竞争，既是渠道竞争，又是品牌竞争，更是品牌竞争。打造大IP概念，一定是可以单独注册的、企业特有的、符合消费者共识的行业公共资产。比如酒是陈的香、千年老窖万年糟、茅台镇出好酒这些都是消费者共识。国甄酱酒基龄系列，行业首创基龄概念；所谓“基龄”即基酒年龄，传递给消费者“真实酒龄”的理念和品牌联想，消费者拥有很清晰的记忆点，加上独具特色的外包装，产品具有很高辨识度。

跻身HOT100年度新品评选 获“大国酱香坐标品牌”

2019年6月，HOT100年度新品评选活动从2018—2019年度上市的3000余款产品中，海选出经销商赚钱首选100款新品。“国甄基龄10”成功跻身2019年国甄基龄跻身2019年HOT100年度新品评选名单！

2019年10月，“国甄基龄20”在“大国酱香·多元机遇——2019中国酱酒产业大会暨

大国酱香荣耀盛典”中，荣获“大国酱香坐标品牌”光荣称号。国甄酱酒频频获奖，殊荣不断，绝非偶然，其卓越的品质，正是源自其严苛的四大甄选原则！

第一：甄选基地。中国酒都茅台镇，造就了国酒茅台，赤水河畔，茅台河谷得天独厚的气候地理环境也为酱酒的诞生创造了条件。国甄酱酒，甄选茅台镇优质酿酒基地。

第二：甄选基酒。基酒的好坏是一瓶酒的灵魂所在。严苛甄选最高规格，足够年份的基酒进行调制：不够年份的基酒不选、不是手工酿造的基酒不选、不是遵循古法酿造的基酒不选……所以说“层层甄选，优中选优”并不只是一句口号，每100吨稀缺老基酒中，只选10吨陈香老熟最好、酒体最纯正的，十选其一，选酒率低。

第三：甄选国粹。瓷器乃中国国粹之一。国甄酒瓶甄选景德镇官窑，著名陶瓷大师，手工拉坯烧制名瓷，透气性好，有利于酒的老陈，对酒的口感和品质都有极好的提升。

在中国文化中，狮子是吉祥神兽，是智慧和力量的化身，同时也是权威的象征。国甄甄

选极具代表性的狮子融入包装，名瓷瑞兽，以彰显国甄“国字号”品牌高度，传承国粹。

第四：甄选技艺。调酒大师，是一瓶好酒的点睛之笔。国甄酱酒，由数十位国家级酿酒大师团队共同打造：上千次样酒调试，百余次口感盲测，勾调出万人称赞的国际化口感，用匠心打造出万众瞩目的中国高端酱酒品牌——国甄酱酒。

稀缺资源

卓越创新酱酒行业的“破局者”

自2016年以来酱酒风口劲吹，但行业整体较为传统，创新力不足。国甄酱酒·基龄的出现，在品牌理念、酒体设计、产品包装、营销思路等方面都体现出了若干创新基因，种种信号标志着酱酒行业“新物种”的诞生。

伴随品牌宣传、营销推广的力度加大，国甄酱酒很快将被行业、被经销商及消费者认可，这一新物种或将成为一段酱酒传奇，成为传统酱酒行业的“破局者”。

(据中国酒业新闻网)

天津秋季全国糖酒会提振葡萄酒行业信心

■ 张瑜宸

在空气中弥漫着各类葡萄酒芳香的展区，人潮涌动，商机滚滚。天津秋季全国糖酒会三天累计入场人数突破30万人次，创造了近年来秋季糖酒会的新纪录。人头攒动、摩肩擦踵的客流也给仍处在下滑状态的葡萄酒行业提振了信心。

参展客商看涨中国葡萄酒市场

据统计，本届糖酒会使用了天津梅江会展中心一期和二期全部十个室内展馆及部分室外展场，总展览面积119233平方米，参展商超2600家。其中，葡萄酒及国家烈酒展区有540家。在这之中，超过70%的展商为进口葡萄酒企业及经销商，来自法国、澳大利亚、意大利、西班牙、葡萄牙、美国、格鲁吉亚等新旧世界产酒国的葡萄酒企业悉数亮相。同时，还出现了俄罗斯、罗马尼亚等小众葡萄酒生产国的身影。

就在几天前，中国海关总署发布的最新进出口数据显示，2019年9月，我国葡萄酒进口量为51229千升，同比下降16.4%，进口金额为182080万元，同比下降16.8%；1~9月进口量为501360千升，累计下降11.5%，进口金额为1789546万元，累计下降7.6%。虽然葡萄酒进口量及进口额已连续多月下降，但在本届糖酒会上，进口葡萄酒参展比例仍然很高。

从事葡萄酒教育与推广的王和煦告诉记者，国产葡萄酒与进口葡萄酒出现双下滑的趋势已经持续了一段时间，但葡萄酒市场的体量还在不断扩容中。一方面，国产酒依托长久的市场发展和文化根基，有稳定的销售渠道。另一方面，随着进一步的落地推广和教育引领，进口葡萄酒仍然备受消费者追捧。总体



来看，面对下滑的态势，进口葡萄酒受到的影响相对较大，更急于寻找新的客户渠道。因此，本次展会进口葡萄酒展商的比例依然很高。此外，本届糖酒会是时隔八年后再次回到北方市场举办，也引起了北方地区经销商的极大关注，有超过60%的专业观众来自长江以北地区。不少葡萄酒庄及参展商也希望进一步拓宽其在中国市场的渠道，扣响北方大区的市场大门。

有意思的是，在本届秋季糖酒会上，越来越多的国外参展商面孔出现在进口葡萄酒的展位上。他们不仅深谙葡萄酒的历史文化，还会说非常流利且标准的普通话，吸引了很多参展客商前去洽谈，减少了语言不通带来的交流障碍。

来自俄罗斯的参展商 Amosov Gennady告诉记者，他是先学好中文，才从事葡萄酒相关事业的。他说：“目前，中国葡萄酒市场已成为我们酒企在海外投入最多的市场。尽管我们也在德国、西班牙、日本、哈萨克斯坦、巴西等国家建立了销售渠道，但依然认为中国市场是发展速度最快的。”

不少外国经销商表示出相同的看法，他

们纷纷看涨中国葡萄酒消费市场的潜力，并透露出愿意投入更多的物力、财力、人力来深耕中国巨大的葡萄酒市场。

在糖酒会上，当然也少不了张裕、长城、王朝、茅台葡萄酒等国产葡萄酒的身影。借助糖酒会的契机，王朝葡萄酒举办的“如何借力葡萄酒传统强势品牌——王朝战略发布会暨2019秋糖葡萄酒大单品论坛”，茅台葡萄酒率先推出的集葡萄酒年份文化、生肖文化等元素于一身生肖纪念酒等吸引了众多参会人员的关注。

此外，还有不少葡萄酒企业搭乘产区列车“出席”糖酒会，如天明民权葡萄酒随同河南展团亮相糖酒会，烟台、宁夏等产区也组织区域内的葡萄酒企业进军糖酒会，无论是单独参展还是抱团出行，都可谓收获满满。

小瓶装葡萄酒逐渐流行

在川流不息的展馆中，记者还发现不少展位上都陈列着小瓶装的葡萄酒。它们不仅包装小巧、酒标颜色更加明朗活泼，连标语的文字部分也相当“走心”。不少酒商还采用了

类似可口可乐玻璃瓶包装的瓶型来吸引消费者。

“这些小瓶装的葡萄酒主要是针对年轻的消费群体和偏爱睡前一杯的女性消费者。”来自烟台的参展商牟先生告诉记者，随着葡萄酒消费的升级和市场的更加细化，小瓶装葡萄酒已越来越受消费者青睐。对那些喜欢多品类品尝酒量又一般的消费群体来说，小瓶装葡萄酒既携带方便又避免了剩酒储存不当易变质的问题。

来自澳大利亚一家酒庄的赵耀表示：“目前，年轻消费群体正在强势崛起，并且增长潜力极大，为了培育年轻消费市场，我们酒庄也推出了一款小瓶装的葡萄酒，但并不会作为主打产品来推介，而且数量有限。因为小瓶装的酒瓶更贵，葡萄酒的制作成本也相对较高。当前，推出小瓶酒也是由于消费需求的不断升级，能让消费体验更加周到和体贴的服务。”

采访中，不少参展商表示，随着葡萄酒市场的碎片化发展，大众消费心理早已全面升级，年轻一代的消费理念也在逐渐向品质消费靠拢。如何赢得未来，布局当下显得尤为重要的。

酒品如人品

我公司是一家专业以五种粮食酿造的优质浓香型原酒、多种风格调味酒、陈年老酒以及酱香型大曲酒的生产企业，拥有合义坊、川辉两类商标品牌，欢迎贴牌加工，愿与全国各大厂家共谋发展。

公司名称:四川省邛崃市方正酒业有限公司

公司地址:四川省邛崃市卧龙镇中国名酒工业园

董事长:宋一明

电话:028-8878439(传真)

手机:13908225762

13548108555

邮编:6111530

网址:<http://www.sczfjy.cn/>

<http://www.cdhf.cn/>

加州精品葡萄酒走势稳健

■ 徐菲远

伦敦国际葡萄酒交易所(Liv-ex)9近期的《酒窖观察(Cellar Watch)》报告表明，在一系列好年份的推动下，“加州50(California 50)”指数在5年内已上涨了76%。

近年来，加州精品葡萄酒走势强劲，在国际市场的份额不断上升，已经成为许多藏家的选择。收藏家对加州精品葡萄酒市场的需求有多稳定？这个问题越来越引起业界的关注。

市场需求扩大

加州50指数专门追踪加州五大最为声名卓著、且在二级市场交易最为活跃的葡萄酒品牌的最近10个年份葡萄酒的市场表现。这五大品牌分别为多明纳斯(Dominus)、作品一号(Opus One)、啸鹰(Screaming Eagle)、哈兰酒庄(Harlan Estate)和山脊蒙特·贝罗(Ridge Monte Bello)。

在加州50指数涉及的酒庄中，山脊蒙特·贝罗的升幅最低，5年来该指数上涨了38%。按价值计算，哈兰酒庄的Promontory 2013是2019年截至目前交易最大的葡萄酒之一。

从这些葡萄酒品牌自2003年12月到2018年底的市场表现来看，它们越来越为消费者所熟知和喜爱，不仅收益高达207%，销量也极为稳定。

在过去的14年间，这五大葡萄酒品牌负收益的情况仅出现过3次，相比之下，波尔多500指数所评估的葡萄酒品牌同期出现过6次负收益。

英国精品葡萄酒商BI Fine Wine & Spirits的Giles Cooper表示，在美国以外的广泛分销有助于推动对加州各价位区间葡萄酒的需求。“世界上越来越多的饮酒者和收藏家正在发现加州的某些酒款有多么迷人。”

“像哈兰和思福(Shafer)这样的老品牌肯定不愁卖，但像百亩田(Hundred Acre)和卡布桑迪(Kapsandy)这些比较新的名字也越来越受欢迎。玛雅卡玛斯(Mayacamas)也是一个在英国和欧洲市场受到青睐的很好的例子。”Cooper表示。

从2012到2015年，加州连续迎来了好年份，特别是2013年，品质卓越，极富收藏价值。与此同时，顶级加州酒价格上升提速，与波尔多和勃艮第的一些顶级酒庄价格拉近。

“长期以来，加州葡萄酒产区一直被美国以外的收藏者忽视，我估计最稀有、最老的纳帕谷葡萄酒目前仍在美国藏家手中。”Liv-ex分析师Edward Jackson说，“但毫无疑问，美国葡萄酒在二级市场的重要性越来越强，在短短的5年时间里，份额从零增长到3.5%，欧洲和亚洲的藏家都不再局限于波尔多，而是探索其他新产区。”

老年份名庄酒受宠

从拍卖市场来看，需求主要集中在较老的酒庄，从今年年初到目前为止，较老年份且珍罕的葡萄酒价格更高。

2019年5月，Acker拍卖行在其纽约慈善拍卖报告中称，买家对近160件塞奎农酒庄(Sine Qua Non)葡萄酒表现出强烈兴趣。这批酒中表现最抢眼的是6瓶原版盒装1994年份黑桃皇后(Syrah Queen of Spades)，拍出了22,320美元的高价。

10月份，苏富比在香港拍卖会上以117,800港元(合15,000美元)的价格售出了两瓶1992年份啸鹰葡萄酒，尽管这一价格略低于拍卖前的最高估价。

来自顶级酒庄的年轻赤霞珠也在拍卖市场大受欢迎。在10月11日的纽约佳士得(Christie's)拍卖会上，三瓶原版木箱中的2010年份啸鹰葡萄酒拍出了10,625美元，而拍卖前的最高估价为8,000美元。

不过，一些美国酒商则对短期内的国内需求持谨慎态度。加州JJ Buckley公司首席执行官Shaun Bishop表示：“我们认为对加州顶级葡萄酒的需求已经达到平稳甚至下降的状态。”

Cooper警告说，稀缺性是关键，但一些行量大的大型酒庄“有可能价格上升过快而面临危险”。

苏富比计划于12月在纽约拍卖“将近20个年份”的啸鹰葡萄酒，其结果令人期待。

四川百年苏公老酒坊 全国招商

提供：

原生态清香、浓香、酱香
白酒和养生酒、
水果酒及
贴牌代加
工业务。



财富热线:4008842899

加盟专线:15881033359

广告

彭州市华蓉陶瓷有限公司

专业设计生产：
陶瓷酒瓶、酒具及各种工艺品等，公司倾力于中国陶瓷酒瓶及摆件的设计与制造。

公司生产的会呼吸的陶瓷酒瓶、会交流传神的陶瓷摆件，使华蓉更有魅力。

厂长:刘德银

手机:13088090770

13281090770

电话:

028-83833818

83833828

QQ 号码:

814439265

1512026857

地址:

四川省彭州市桂花镇



济南瑞丰生物工程有限公司

本公司与齐鲁工业大学等高校密切合作，研究开发了增强固态白酒发酵的系列高效微生物产品，提高白酒质量，降低生产成本，减少劳动强度。

主要产品如下：

- 白酒发酵微生态制剂
- 脱水活性窖泥功能菌
- 根霉曲
- 优质成品窖泥
- 浓缩液体己酸菌
- 浓缩液体产酒产香酵母菌
- 芝麻香型白酒高效微生物菌剂
- 酿化红曲

企业宗旨：优质产品 优质服务 合作共赢

总经理:陆奉勇

联系电话:13905416779

0531-87483989

邮编:250