

双 11 老酒“秒空” 收藏酒热潮难掩旧疾



■ 薛晨

“双 11”余温犹在，一系列关于“双 11”酒水板块的数据分析在互联网上层出不穷。近日，记者从天猫、1919 等酒水销售平台得到了一系列“双 11”期间的酒水销售数据，其中引起记者关注的，便是一度被认为在线下较为火热的收藏级酒产品交易，在这个“双 11”成为了线上明星。售价高达百万元的收藏级茅台酒，仅仅花费一个小时便销售一空，与之相类似的茅台老酒，甚至是中国名酒的老酒产品，都在这个“双 11”成为了消费者的宠儿。事实上，这个“双 11”，包括老酒在内的收藏级酒类产品正在电商平台开辟出新的“战场”。

业内人士表示，以老酒为代表的产品，具有品鉴和收藏两大属性，在当前消费升级的情形下，以茅台为代表的收藏级产品备受商业资本、投资者、收藏者的青睐，逐渐成为收藏及投资行业的主角。老酒中稀缺的名酒产品更是引领着酒类消费的趋势。但有观点担忧，市场对包括老酒在内的收藏级产品的炒作，是否会进一步影响酒水终端市场的普遍价格。在“双 11”火热的“战场”之中，白酒收藏市场背后的标准问题、价格问题是否被掩盖，仍需要市场持续关注。

茅台热度依旧

在记者从天猫相关负责人处得到的消息中不难看到，在本次“双 11”期间，当 1499 元的 53 度飞天茅台引发抢购“狂潮”的同时，价

茅台之上，唯有老酒

■ 曾宇

你是否知道，百年前茅台载誉黔贵的秘密？你是否了解，是什么造就了当下的茅台？你是否也有困惑：在中国，茅台是否无可超越？今天，让我以实物史证，“正对历史，预见未来”。

“老酒”概念溯源

民国三年，重庆五福荣糟房发行“凭票照发”的酒票，应为中国酒票较早的雏形。在这枚工艺精美、设计考究的酒票上赫然写着几个大字“老酒一大坛”。多年前，我辗转求得该酒票、如获至宝，加之近年来收藏所获颇丰，逐渐对“老酒”的概念有了新的了解。

五福荣发行的老酒，为“白老酒”。很多人以为，这一定意指陈年白酒。事实并非如此。千年前，“白酒”便现于古籍，梁武帝“金杯盛白酒”，白居易“黄鸡与白酒，欢会不隔旬”。苏轼“白酒真到齐，红裙已放郑”。这些白酒，与我们现在概念的蒸馏酒没有太大的关系。

考证五荣福酒票，其背面写道：“近来十年大加改良，新发明一种白老酒，其味清香仿绍，价廉物美……”仿绍之酒，应为黄酒。而這些古籍诗词中的白酒，说的不过是一种呈白色的黄酒。这一说法，在周恒刚先生的文章中得到了证实。

周老在《知味斋记》中曾写道：“称烧酒为白酒，是解放以后的事。”既然如此，老酒最早的概念归属，应指涉的是黄酒。1928 年，鲁迅在书信里写道：“游杭之举，恐怕渺茫；虽谗五年陈之老酒，其如懒而忙何……”绍兴老酒的酒香风情是鲁迅把酒论世的依托。不仅如此，山东的黍米黄酒以即墨老酒为知名。数千百年来，人们曾根深蒂固地以“老酒”为“黄酒”。

“陈年”概念的演变

相比较曾经根深蒂固的黄酒老酒概念，“酒是陈的香”则可溯至三千年前。在中国最古老的甲骨文卜辞中，出现“旧醴”二字，应是最早有据可依的“老酒”概念。

经济繁荣的两宋时期，诗人范成大写道：“扞腹蜜茶快，扶头老酒中。”诗人酒趣不减，在文末自注：“老酒，数年酒，南人珍之。”

乾隆亦深知酒陈年醇厚之妙，1752 年得松苓酒秘方，“于山中觅古松，伐其本根，将酒瓮开坛埋其下，使松之精液吸入酒中，逾年后掘之，其色如琥珀，名曰松苓酒。”

陈酒的概念，在民国时期亦极为普遍，除

格远超 1499 元的收藏级年份酒同样实现了“秒空”。以歌德老酒行天猫旗舰店为例，该店内所推出的 2019 年横跨世纪的茅台年份套装，售价高达 111 万元，但该书所推出的三套产品，不到一个小时便被消费者抢光。而在以收藏级茅台酒这样的热门产品的拉动之下，歌德老酒行旗舰店的店铺热度更是占据了店铺热度排行榜的第五位，甚至高于汾酒、洋河、轩尼诗这样的名酒品牌旗舰店。

包括老酒在内的收藏级茅台酒不仅仅成为了歌德老酒行旗舰店的重要组成部分，在另一酒水销售平台 1919 中，茅台酒依然延续了其白酒行业“顶级流量”的身份。“双 11”期间，记者登录 1919 自有的 1919 吃喝 App，在首页的显眼处便能看到“名优老酒”这一端口。点击进入后，茅台酒位列该店爆款产品阵营中绝对的核心位置。从 1919 相关负责人提供的产品信息来看，本次“双 11”期间能够看到多款在 2000 年以前甚至是上世纪 90 年代以前的珍稀茅台酒产品。例如 1983-1986 年期间的地方国营茅台、1987-1994 年期间的铁盖茅台以及 1996-2008 年期间的白皮茅台与 1990-2017 年间的飞天茅台。

值得一提的是，茅台老酒在阿里拍卖上也有所体现。在阿里拍卖的中外名酒板块，有 1919 以及一众老酒经销商送拍的茅台老酒产品，这些拍品也获得了不少消费者的关注。以一款 2017 年 53 度鸡年茅台精品酒为例，其起拍价为 2959 元，在“双 11”当日记者查询时，有 241 人报名，并获得了 2876 次围观。这

样的关注度在当日阿里拍卖的一众老酒产品中，居于较为靠前的位置。

收藏市场“猛扩”

茅台老酒备受追捧的同时，这个“双 11”各大中国名酒品牌的老酒产品也纷纷从线下走到线上，加入到线上老酒销售的“争夺战”当中，并同样取得了不俗的成绩。天猫相关负责人告诉记者，除了百万级别茅台“秒空”外，五粮液九龙潭 5L 大坛收藏酒尽管达到了 31999 元的高价，但已售罄；单价 10 万元的“千金酒窖”上好女儿红，开场 5 分钟便销售完毕。

在记者随后的调查中也发现，各大名酒品牌的老酒关注度，在“双 11”前后几日内迎来了一轮高潮，这一点在阿里拍卖平台上有着比较直观的数据体现。以一款备注为品质瓶普五的 500ml 五粮液产品为例，该款产品于 11 月 11 日当天开始进行拍卖，尽管显示产品生产时间为 2013-2019 年，年份较短甚至是有新酒在其中，但因为较高的优惠力度，该款产品依然获得了高关注度。“双 11”当天拍卖结束时，共有 309 人报名参加拍卖，获得了 12305 次围观。

事实上，以白酒老酒为代表的酒水收藏市场在“双 11”期间成为消费者关注的焦点，只是酒水收藏市场迅速扩张的最直观体现。记者从中国酒业协会发布的《中国老酒市场指数》报告中了解到，2013-2018 年，老酒市场规模持续扩大，特别在 2016-2017 年老酒的市场规模涨幅高达 85%，2017 年的市场规模达到 370 亿元，2018 年达到 500 亿元。而在接下来的三年



得到了生动的再现。

茅台之盛，成于老酒。近百年前，阴差阳错贮存的老酒让茅台声名远播，如今的茅台更是不缺乏关注：茅台的涨价、茅台控量、茅台投资……每一个有关茅台的话题总会成为人们茶余饭后热议的焦点。不仅如此，茅台的投资潜力已经得到市场普遍认同。这种投资潜力，更来自于整个市场对于陈年茅台价格的认同：不同年份的茅台，价格随着年份不同而有所不同——年限越长，价值越高。

人们开始有了普遍认知：茅台酒只要多囤一年，价格就会有更大的提高。于是，经销商囤积居奇，老酒商待价而沽；茅台的新酒永远供不应求，而茅台的老酒更是众星捧月。茅台老酒的价值对标，让茅台具备了投资属性、金融属性，这是其它品牌难以超越之处。

近年来，茅台酒被行业视为无法逾越的巅峰，“只有酱香型才是好酒”、“好酒只在茅台”的观点甚至被高端消费人群奉为圭臬。事实是否如此？

1976 年，《泸州大曲的陈贮与勾兑》写道：“酒在储存期中，酒中所含酯、酸、醛、醇等物质受到外界影响而有所增减，使酒质、香型发生变化，绝大多数是向好的方向变化。存上三年的陈年老酒，独具陈味甚佳、回味悠长、醇和可口的特殊风格，为勾兑必不可少。”

上一段话向我们表明了两个要点，其一，随着时间的贮存，老酒会发生变化。值得一提的是，几乎各类香型的优质白酒，都会随着时间的储存而陈香优雅，越发醇厚。同样，本人多年的老酒品鉴，印证了这一说法——老酒的贮存，会带来正态的改变，酒口感的改变、

内，老酒价格还将不断攀升，消费人群也将持续增加，老酒市场规模也会随之不断扩大。预计到 2021 年，老酒市场的规模将达到千亿级别。在中国酒业协会副理事长、秘书长宋书玉看来，老酒市场之所以大幅扩容，与老酒的稀缺价值有关，尤其是中国名酒更为突出。收藏名酒正成为酒类消费的一大趋势。

行业问题待解

但也有行业人士面对以老酒为代表的收藏市场在规模与价格上不断扩张这一现实状况，显现出更为谨慎的态度，甚至直言当前酒水收藏市场不乏乱象，尤其是在价格层面。而“双 11”这样集中进行酒水消费的时间节点，也成为了品牌应对恶意炒作的“主战场”。酒类营销专家蔡学飞在与记者交流时便指出，本身酒水收藏价格的高涨，也会影响到相对应品牌的产品价格，茅台就是其中最为典型的代表。究其原因在于老酒收藏与拍卖是品牌营销的一种方式，既可以提升品牌话题，也能够增加产品的溢价。但目前很多酒水收藏市场的交易很大程度上来自于民间收藏协会以及一些老酒贩子借机炒作，甚至不排除有很多老酒拍卖活动背后实际上是厂家自己在进行运作。但这一系列操作背后所显示出来的核心问题，还是老酒的标准与概念上存在缺陷。因此老酒必须是由企业来引导并规范年份这一概念之后，才能为老酒市场的鉴定以及交易提供依据。蔡学飞进一步指出，目前中国年份酒的规范依然阻力重重，而且老酒炒作之风盛行，企业虚假宣传颇多，这些都给老酒市场的规范运营造成巨大障碍。

不过，记者在进行查询时也了解到，目前行业内针对老酒市场存在的问题也在探索制定与之对应的标准。年初，中国酒业协会发布了《白酒年份酒团体标准》，形成了年份酒的定义、准入、管理、标识以及测定标准。在业界看来，这一团体标准的出台，不失为解决老酒市场乱象的一次重要探索。

而老酒市场待解的问题一旦得以缓解甚至解决，将对产品端以及消费端均产生积极影响，更有助于进一步连接消费者与品牌。融泽咨询酒类营销专家刘晓成便指出，本身收藏酒的核心消费群体，就是深度认同品牌价值、非常喜好品牌产品的核心消费者；这类消费者通过产品收藏的方式，持有产品并跟随品牌共同成长，其实是消费者通过产品收藏的方式，认同企业的品牌价值、产品的收藏价值、企业的成长价值。这些核心消费群体，不仅仅是品牌的忠实拥趸，还将构成企业与品牌持续成长的坚定基石。

甚至带来香型的转化。

其二，早期老酒为稀缺资源，很多酒厂往往以陈年老酒作为勾调（即老酒新酒之调和）之必备。

由此可见，“陈”，并非酱香型酒的专属。但是为何消费者往往更认同酱香型白酒的品质？这其中除了对口感嗜好的认同之外，有一要点，在于酱香型白酒因其工艺、原料影响，容易随着时间贮存，不仅口感香气有所变化，其颜色也会发生变化。相较于酱香型白酒，其他香型的白酒尽管口感上也有变化，但色泽变化没那么明显，消费者缺少重要的视觉衡量标准，因此容易在主观上将酱香型白酒视作高于其它香型。

未来，能超越茅台者，可见于老酒。2017 年，我首次提出老酒的概念：老酒是带有愉悦的陈味、附着历史记忆、有真实年份记录、具备投资属性的一种不可再生的文化资源。这其中的老酒，意指瓶装陈年白酒、近年来，瓶装老酒由于有真实年份记录，喝一瓶少一瓶，加之媒体的报道推广，已经得到广泛认知。

从 2017 年提出老酒定义至今，两年时间，我见证了中国老酒市场从两百亿向千百亿迈进。很多人看到茅台价格的飞涨，见证了老酒市场的蓬勃兴旺，更有感于白酒市场发生的悄然变化：一些酒厂开始重视老基酒资源，借力“老酒”概念推陈出新。

诚然，在有真实年份记录的前提之下，老基酒同样是不可复制的稀缺资源。董酒、泸州老窖等酒厂的真实年份老基酒都曾在拍卖会上拍出天价；而一些名酒厂的老基酒库更是让人叹为观止，其酒芳香四溢、口感丰醇，不可多得。不过，“新瓶装老酒”的概念，相比较有着真实年份记录的瓶装老酒仍然缺乏公众的广泛认可，但“老酒”理念的普及，如今已成不争事实。

从前，茅台之脱颖而出，得益于老酒贮存；

而今，茅台之投资属性，得益于老酒的价值定位。

未来，茅台之笑傲江湖、无数酒类品牌无法望其项背，唯老酒可与之抗衡。无论是从黄酒过渡而来的老酒概念，亦或是茅台成功的老酒秘诀，无论是老酒赋予茅台的投资属性，亦或是其它酒业品牌未来之可期——幽思古往今来，历史往往能为当下找到预见未来的脉络。

中国传统酒的复兴，终有一天将顺着老酒概念而回归，让我们拭目以待。



收藏老酒 要注意什么？

比较起年轻的葡萄酒，我更喜欢喝老年份的，家里也收藏了不少。

可并不是每瓶老酒都值得喝，有一些由于年代太久远保存状态不佳，收藏的价值远远大于喝的意义。

一瓶老年份葡萄酒现在的状态怎么样，主要看它过去这几十年里是在什么样的情况下保存的。比如我们说婚姻幸福的女性会显得更年轻，那么在低温低光高湿度的地窖里保存的老酒状态肯定会更好。如果仅从标签和瓶身是否完整干净上来判断，是无法得知它这几十年过的究竟是颠沛流离水深火热的日子，还是岁月静好？

在决定是否收藏一瓶老酒之前，我们还可以从以下四个方面来考虑：

有陈年能力的高端葡萄酒一般都是用的软木塞，如果您要收藏的十年以上老年份葡萄酒是用螺旋金属盖，那就算了吧！虽然现在有很多的大酒庄和品酒达人认为螺旋盖正名，但是抗不住它就是不透气啊。不透气，酒就无法和氧气进行微交流，还谈什么陈年？

如果存放的时候，瓶子是立着放而没有平放，酒就无法与软木塞接触保持木塞的湿润。长此以往，木塞就会变得越来越干燥，造成酒液轻微外泄现象。一瓶酒有没有外泄还是比较好看察的，由于瓶口都会有一层包装，这个时候我们需要细心查看包装纸上是不是有红色污渍。如果有的话，就不要买了。

如果您是在酒庄直接购买的老年份葡萄酒，除了保存状况可以肯定以外。负责任的庄主还会给老酒两个福利，一来给 15 年到 20 岁之间的老酒给换个瓶塞。二来给 30 岁以上的老酒进行添酒。享受过这两个福利待遇的老酒无一例外就像打了鸡血一样容光焕发。

瓶颈处酒液的高度是最能判断葡萄酒是否保存良好的标准。今天在一些比较知名的拍卖会上，都会把酒液高度详细写在拍卖实物描述手册上。

如果是一瓶三十岁以下的老酒，它瓶颈处酒液的高度越高，那么酒的保存状态就越好。

超过三十岁，葡萄酒会随着时间的流逝自然挥发掉一些，瓶颈处酒液的高度肯定会降低。所以如果您遇到酒液高度仍然与新酒无异的三十岁老酒，那么就需要询问下庄主是否重新添过瓶，否则很有可能是假酒。

不论任何年龄，如果一瓶老酒中酒液高度已经下降到瓶肩以下，那么这瓶酒有很大可能没有保存好，已经漏气和氧化了。这样的酒，象征意义远远大于喝的意义。

肉眼观察一下酒液是否变得混浊或者有类似棉絮状的异物出现，这类葡萄酒通常受到细菌感染而变质。

我们这里讨论的异物，当然不包括白葡萄酒中形成的结晶沉淀以及红葡萄酒中形成的红棕色沉淀。这些通常是酒石酸盐沉淀，完全不影响葡萄酒的品质和口感。在侍酒的时候进行窖酒就好了，完全不需要大惊小怪。老红葡萄酒中若是没有“酒渣”，那才更可疑呢！

世界上的佳酿何其多，我们这里仅以波尔多为例。

首先，可以从葡萄品种调配比例里小窥一二。众所周知，赤霞珠不论是单宁还是酸度，都比波尔多其它红葡萄品种要强劲，所以陈年能力会更强。而右岸用得更多的是美乐葡萄，美乐比赤霞珠更容易达到成熟，而且成熟的时间会比较快一点。

这样一分析，会得到这么一个答案，那就是左岸的葡萄酒比右岸的陈年能力要更强。并且同是左岸，赤霞珠调配比例较高的葡萄酒比赤霞珠比例低的葡萄酒陈年能力要更强。

当然，这只是一种很简单的归纳，事实上还要根据酿造方法和每个酒庄的实际情况才能知道。

其次，可以从年份上来判断一二。上世纪波尔多出了几个“世纪好年份”，其中最让人念念不忘的应该有 1929 年，1945 年，1970 年和 1982 年等。波尔多的老对头勃艮第酒商曾经这么调侃过，“在波尔多，只有赤霞珠完全成熟了才算好年份，可惜的是赤霞珠每十年才熟一次。”可见真正值得收藏的年份少之又少。年份不好的酒，早就走了下坡路，就不要开来喝了，堵心。

最后，从产区来看陈年能力其实一目了然。村庄的自然比小区的强，小区的又比大省的更强。也就是说，波拉克村庄肯定强过梅多克葡萄酒，而梅多克葡萄酒肯定会强过波尔多高级葡萄酒。

如果您是买来自己喝的话，有必要按照以上的几点建议细心考察后再购买，不然很有可能喝到类似于酸梅汤，臭鸡蛋水和蘑菇味道的奇葩饮料。

当然，如果是买来送人的，那么礼“重”情义也重。只是送的时候强调一下，最好不要喝，放家里供着！

(据葡萄酒智库)