

双沟品牌复兴老名酒 最是经销商的心头爱

■ 刘亚洲

从1952年到1989年,中国举办了五届全国评酒会,评选出影响酒业格局至今的“四大大名酒”、“老八大名酒”、“新八大名酒”、“十三大大名酒”、“十七大名酒”。任凭光阴流转,新鲜事物层出不穷,它们中的绝大多数,仍在市场上光芒四射,仍是经销商和消费者的心中挚爱。

今年6月,湿地上的老名酒“双沟”,以“品质珍宝·美好苏酒”为主题举办了一场品牌发展峰会。老名酒的品牌复兴战略,受到行业广泛关注,也激起了很多酒类经销商的兴趣。

老名酒的时代光芒

这些天,启动品牌复兴战略的老名酒“双沟”,再度成为行业的焦点。名酒光环之下,人们也开始细细了解这个品牌的时代光芒。首先是“品牌之光”。

在1984年举行的第四届全国评酒会上,双沟大曲酒与茅台、汾酒、五粮液、洋河大曲、剑南春、古井贡酒、董酒、西凤酒、泸州老窖特曲酒、全兴大曲酒、黄鹤楼酒、郎酒共同入选国家名酒。这便是人们日后熟知的“十三大名酒”。

时隔五年,在1989年举行的第五届全国评酒会上,双沟再度入选国家名酒。

而今,作为苏酒集团的第二增长极,双沟的战略地位得以凸显。苏酒集团的战略重视,也进一步点燃和激活了双沟的名酒基因。

其次是“生态之光”。双沟酒业坐落于淮河与洪泽湖环保的泗洪县。

“一座建在湿地上的酒厂”,是双沟酒业的独特标签。

“一湖一河一湿地”的独特生态,让双沟酒业与法国白兰地,苏格兰威士忌等世界级产区共同成为湿地名酒产区之一。

宿迁市人民政府副市长曹秀明曾表示,宿迁是驰名中外的湿地、水乡、酒都、花城,绿色是宿迁最大的底色,湿地是宿迁最珍贵的宝藏。

浅说文君酒

■ 刘钢

2013年元旦期间,巴蜀酒友会邀请全国的老酒收藏爱好者一起,搞了一系列活动,地点在成都杜甫草堂旁边。在川剧演员表演过变脸之后的一场小拍卖会将此次活动引向了另一个高潮。

拍得心仪老酒

在这次拍卖中,有几瓶酒比较引人注目,分别是1992年前后的出口银标色商标的剑南春、1990年代初750毫升的出口五粮液以及20世纪80年代中期的一瓶文君酒。

这瓶文君酒系1984年四川省国营邛崃酒厂出品,酒瓶的形状简练传统,民间称之为“炮弹瓶”。酒瓶设计色彩和谐,精美耐看惹人喜爱,品相也非常完好。一出现就引起了多次的争夺,最后我以接近3000元的价格得到了这瓶酒。

“文君牌”的前身是“抚琴牌”,1980年前后才改为“文君牌”。不仅是文君酒,邛崃酒厂的其他酒也用“抚琴牌”“文君牌”商标。

打开心中疑团

大家在议论这瓶酒的时候发现,名气很大的文君酒在国家举办的跨越40年的五届评酒会中竟然没有获得过奖,就连第五届评酒会几乎将全国名酒一网打尽的17大名酒53种优质酒中,也没有文君酒的名字,这太不可思议了。

笔者发现有这么一个现象,在国家名酒(金奖)周围,总会还有同样香型和工艺的国家优质酒(银奖)陪伴,鲜花配绿叶,说明了该地区酿酒业的发达。比如茅台酒,周围地区还有国家优质酒珍酒、习酒,甚至还有同样贵为国家名酒的郎酒陪伴;五粮液酒所在地四川宜宾有国家优质酒叙府大曲;泸州老窖旁边有优质酒三溪大曲酒;陕西西凤酒周边有太白酒;汾酒附近祁县有六曲香;洋河大曲所在地区还有汤沟特曲、高沟大曲都是国家优质酒,即所谓“三沟一河”;河南除了宋河粮液之外,还有历史名酒杜康酒等等。

按照上面的规律,贵为中国老八大名酒的成都全兴大曲附近也应该有至少一款优质酒与之相配才是,属地成都地区的邛崃文君酒最适合这个角色,但是为什么文君酒没有获得这个称号呢?



这些天,《乘风破浪的姐姐》带来一种酣畅淋漓的观感。姐姐们那种“个性由我掌控”感觉,好酷啊。而在酒行业,“乘风破浪”这个词,更适合作为“老名酒”的前缀。前段时间,湿地上的老名酒“双沟”,以“品质珍宝·美好苏酒”为主题举办了一场品牌发展峰会。老名酒的品牌复兴战略,受到行业广泛关注,也激起了很多酒类经销商的兴趣。

湿地

是公认的“地球之肾”、“天然氧吧”,双沟酒业所处的洪泽湖湿地,经科学考证,这片区域是“是中国最具天然酿酒环境和自然酒起源的地方”,其规模庞大、种类繁多的微生物,是酿造名酒的天然之地。

第三是“品质之光”。

双沟酒业传承千年的酿酒工艺,拥有600多年的明代非遗窖池,自1910年南洋劝业会上荣膺金奖,获孙中山题词“双沟醴泉”的褒奖,到抗战期间,陈毅元帅饮罢为双沟题词:“不愧天下第一流”的赞誉,无一不是对双沟传承千年酿造工艺,融合现代创新技术的最有力的背书。著名白酒专家、国务院特殊津贴获得者、教授级高工栗永清,品评双沟酒时特别指出,双沟酒区别于其他名酒,最明显的特点是“曲香秀雅”,粮香、曲香、窖香达到完美结合。

第四是“文化之光”。

双沟所在地区,拥有悠长的酿酒史,并留下许多与酒有关的佳话。

1979年,陈毅元帅的长子陈昊苏来到江苏,特地来到双沟酒厂瞻仰先辈遗迹,参观双

沟大曲的生产情况,品尝了双沟名酒,不禁吟咏父亲写的《大柳巷春游》的诗篇,挥毫写下了《长相思》一首赠双沟酒厂:“古泗州,醉猿州,特液酿成淮水头,浓香品质优。争上游,再上游,不愧中华第一流,举世赞双沟。”

双沟的产品特色和品牌风格,还让人想到“一瓶代表江苏的酒”。

从文化名酒讲,苏酒是“绿色江苏,美好苏酒”的象征,一说到“江苏”,人们往往会将其与“江南”相联系,“水韵江苏,绿色江苏”的江苏印象基本已占据了全国人民的共有心智。身临江苏,又见美好,“生态优先,绿色发展”已成为江苏的特质,江苏也因其江南水韵和江淮水乡的绿色生态,成为长三角经济带上一颗明珠。

三势聚合,开创双沟发展新篇章

双沟品牌发展峰会上,苏酒集团贸易股份有限公司副总经理兼双沟酒业销售公司总经理张学谦发表了《谋势而定,乘势而上,聚势而强——奋力开创双沟品牌发展新篇章》的主题演讲,围绕历史底蕴优势、名酒品质优势、名酒文化优势等维度,概括了双沟酒业“中国名酒·历史珍宝”、“中国酒都·品质典范”、“绿色江苏·美好苏酒”的三大“名酒优势”。

双沟酒业面对高质量发展机遇期,顺应趋势谋势而定,放大优势乘势而上,谋划大势

聚势而强,迎接新机遇,开辟新赛道、拥抱新未来。

首先,全面洞察行业的三大增长趋势,即名酒化大势、全国化大势和结构优化大势,将围绕名酒化复兴战略,开启高增长新赛道

其次,聚焦历史底蕴优势、名酒品质优势、名酒文化优势,持续放大双沟酒业“中国名酒、历史珍宝”、“中国酒都、品质典范”、“绿色江苏,美好苏酒”的三大“名酒优势”。

第三,谋划双沟四大变革大势,即品牌名酒化战略、市场全国化战略变革、模式创新化战略变革、组织专线化战略变革,进而做大品牌、做高结构,进阶中国高端名酒阵营,着力构建快速发展的驱动力,实现跨越式增长。

四大机遇,构建双沟发展新引擎

名酒复兴,是行业发展大势,双沟复兴,是市场发展必然,双沟名酒价值一定会借助战略赋能,焕发新活力,正如双沟战略合作伙伴正一堂堂主杨光所言,双沟战略就是名酒化战略,双沟酒业面对战略突破新机遇、百亿声浪新机遇、高端KOL战略引领新机遇、模式创新战略新机遇的四大增长新机遇。

一是双沟酒业将通过品牌名酒化、布局全国化、模式声浪化的战略突破开启新的增长赛道;

二是双沟酒业自1910年南洋劝业会上荣膺金奖,后获孙中山题词“双沟醴泉”的褒奖,至1955年新中国第一届酿酒工业会议,荣获“甲等佳酒”第一名时,双沟的名酒基因就已根深蒂固,名酒是百亿的通行证,名酒资源不可复制,名酒价值巨大,双沟酒业将充分释放名酒势能,迎接百亿声浪新机遇;

三是紧紧把握政务商务消费人群的文化深度体验,通过口碑的N次方树立双沟高品质,以及从一见钟情到一生一世树立苏酒高颜值,开启高端KOL战略引领增长新机遇;

四是通过简约化思维打造超级产品,复杂化营销做品牌引领,深入挖掘双沟酒业的“厚、长、高、活”,讲好双沟故事、传播双沟品牌、传播双沟文化等模式创新增长新机遇,构建双沟发展新引擎。

名酒促进了中国白酒行业的良性化、规模化、品质化和品牌化发展,成就了中国名酒的品牌地位和中国白酒的行业地位,双沟酒业名酒价值的强势回归,必将成为新一轮的全国白酒经销商的创富机遇。

文君酒的名字来源于汉代赋圣司马相如之妻——才女卓文君。司马相如与卓文君的爱情故事流传已久,而卓文君的故里就在成都邛崃县,古称临邛。

两千多年前,临邛富家女卓文君被辞赋家司马相如一曲《凤求凰》打动,私下约定离开临邛,奔往成都。为生活所迫,两人返回临邛开设“文君酒肆”,取店后之井水酿酒。文君淡妆素裹当垆卖酒,成为当地一大美谈。

现代文君酒据传始于明万历年间临邛的寇氏烧坊,现存有明代窖池。此后当地酿造的白酒都叫文君酒。清代人宁湘写有“买得文君酒,来寻司马琴”的诗句。文君酒用大麦和小麦混合制成的酒曲为糖化发酵剂,再经混蒸、混烧、陈贮等过程酿制而成属于大曲浓香型白酒。

1951年,政府改组了当地的烧坊,成立了后来的四川国营临邛酒厂。1963年,文君酒被评为首届四川名酒,以后历届蝉联。1966年,文君酒被更名为临邛酒,后又改回文君酒。1985年,临邛酒厂正式更名为四川省文君酒厂,2001年,剑南春集团控股经营四川省文君酒厂有限责任公司。2007年,文君酒被世界第一大奢侈品集团LVMH(酩悦·轩尼诗-路易·威登)集团收购。

1991年的“文君牌”文君酒的瓶盖为金色金属盖,后改为白色金属盖。

1995年的文君酒,白色红字金属瓶盖,配有包装盒。

20世纪80年代中期和90年代中期均出产半斤装文君酒。1989年,一斤装的文君酒零售价为10.48元/瓶,半斤装零售价为5.91元/瓶。

20世纪90年代后期,再度更换包装的文君酒,被称为“水晶瓶”。

通过以上收藏的文君酒,笔者发现,文君酒的包装在不断的变化中越来越显得“高大上”,而商标中的卓文君却被画得越来越丑。

文君酒还另有系列酒——文君头曲、文君二曲、低度岷山大曲等。

……

30年前文君酒参评国家名酒如今已经成为往事。现在的文君酒在国际大公司的运作下,已经重回中国高端白酒的行列。文君酒的所在地邛崃市是四川白酒的四大酿造产地之一。文君酒背靠四川走向世界才是王道。(作者系国家高级酿酒师、高级品酒师、著名老酒收藏家,中国酒业协会常务理事、鉴定委员会委员,老酒拍卖第一人。)



葡萄酒的保质期 一个跨世纪的谜团

在主流的葡萄酒生产国,其实没有关于葡萄酒标注保质期的规定。而我们早期的国产葡萄酒工艺水平和葡萄酒文化还较落后,相关标准比较模糊,所以从谨慎角度出发,按照《食品安全法》来标注保质期不会出错。

葡萄酒保质期的由来

1989年我国出台了关于葡萄酒保质期可以不标注的规定。国标GB10344-89中这样描述:保质期(或保存期)超过18个月的饮料酒(全汁葡萄酒、蒸馏酒、或以蒸馏酒为基酒的配制酒)可不标注保质期(或保存期)。

这项标准在2005年时改版了:国标GB10344-2005中正式对葡萄酒保质期进行了更精准明确的说明:葡萄酒和酒精度超过10%的其他饮料酒可以免除标示保质期。

那为什么国内市场上的葡萄酒,都标上了“保质期:10年”呢?

这就要从一个流传很广的故事说起了:话说1988年的时候,王朝葡萄酒公司中资方的上级主管单位——天津市国营农场管理局工业处来人了,传达国家和市里即将推行“全面质量管理”,对于葡萄酒不标注保质期表示很不理解。于是,王朝公司负责人郭松泉取出1980年的白葡萄酒,不仅没坏,对方喝后感觉还不错。之后,郭松泉把此过程和王朝公司意见向有关部门反映,上级部门最终同意王朝葡萄酒标注“保质期:10年”。当时其他国产葡萄酒对保质期的问题也很迷茫,于是纷纷效仿,就这样,始于王朝的“保质期10年”就随处可见了。

尽管从1989年到2005年,以及之后都有相关法规明确指出超过10度的葡萄酒免于标注保质期。但为什么这个保质期一直还存在呢?其实标注保质期保护的并不是消费者,而是生产者和零售商,作为消费者的你是不是惊呆了?

没关系,你肯定不是最后一个知道的。过了保质期之后,生产者就不用承担商品质量责任,特别是夹在消费者和生产者之间的零售商,更是需要这个保质期的保护。所以,这个保质期10年就一直沿用下来了。

现在我们知道了,酒精度超过10度的葡萄酒可以没有保质期,也就是葡萄酒没有过期一说。那么,是不是不管葡萄酒放了多少年都没问题呢?

这就引出了葡萄酒“适饮期”的概念。

所谓适饮期,就是说葡萄酒在这个时间范围内适合饮用。一瓶葡萄酒酿造完成后,随着时间的推移,它会由青涩变得成熟,这是葡萄酒生命的上升期。然后逐渐:其香气、颜色和口感都会退化,最后变得没有愉悦的香气,颜色棕褐色且暗沉无光,并且有大量沉淀物,但只要密封完好保存在合适的条件下,葡萄酒是不会腐败变质的,不会产生对人体有害的物质,只是这样的葡萄酒就没有饮用的价值。

说到这里一定有小伙伴们很抓狂了:那我怎么知道葡萄酒的适饮期有多长?

答案是:没有统一的时间长短标准,不同的葡萄酒有不同的适饮期。适饮期的长短是由葡萄酒的陈年能力决定的。葡萄酒的陈年能力,又是葡萄酒品质的重要体现。也就是,葡萄酒的适饮期与葡萄酒的品质高低相关:品质越高的葡萄酒适饮期越长,品质越低的适饮期越短。

适饮期怎么判断呢

虽然合适不合适是一个比较模糊的概念,但大概有一个范围可以参考。

第一,市面上零售的一瓶两三百以内的葡萄酒适饮期基本在5年以内,特别是很便宜整箱包邮的那种,3年是大限。不要想着花一百元买瓶酒存着让它升值,相信我,它只会越来越差。

第二,适饮期能超过10年的,则是比较少的,零售价格一般在500起,这类葡萄酒一般有名有姓,不是有高的产区等级,就是酒庄出品的高端系列,总之,你能在网上很轻松就找到它的相关资料,而不要只看商家的宣传单。

第三,能达到20年甚至50年以上的葡萄酒,那绝对是全世界知名的葡萄酒,极为稀有。

说了这么多,估计小伙伴们还是不知道你家那瓶82年的拉菲还能不能喝。我现在就告诉你,当然可以喝啊,只要密封好,它就不会坏,但它一定不如2000年份的好喝,毕竟82年的显老了,口感一定过了它的成熟期。