

广告

浓香型品鉴

泸州老窖
老窖醇香光瓶

酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:76.5
原料:水、高粱、小麦、大米、玉米、食用酒精、食用香料
年份指数:0.5
原浆指数:0
甜爽度:2
生产厂家:中国泸州老窖股份有限公司

G·R 酒评:这是款有待提高的新型白酒,放香虽大,但是香气不正,能够感觉到入口后酒体只浮于舌面,并不扎根,就如同探树外表枝繁叶茂,根基却太浅,摇摇欲坠,有一点值得赞扬的是酒体较为醇和,甜净。

泸州老窖
一品坊时代经典

酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:76
原料:水、高粱、大米、小麦
年份指数:1
原浆指数:1
甜爽度:0.5
生产厂家:中国泸州老窖股份有限公司

G·R 酒评:此款酒属于中低档产品,香气略显浮香,欠纯正,典型的香大于味,滋味感不强烈,酒体相对燥辣,不过后味还是比较干净,有一定爽口度。

金正兴·精品 1983



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:81
原料:水、高粱、大米、糯米、小麦、玉米
年份指数:2
原浆指数:4.5
甜爽度:3.5
生产厂家:四川省绵竹市正兴酒业有限公司

G·R 酒评:名酒之乡绵竹,生产佳酿,作为此次唯一入围产品,正兴一贯坚持“人正品则兴”,视质量为生命。净雅透明,醇香浓郁,酒体中度,结构佳,回味甘甜、爽净,多粮浓香风格典型。

船山老窖·酒庄酒



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:86.5
原料:水、高粱、大米、小麦
年份指数:2
原浆指数:5
甜爽度:3
生产厂家:泸州华明酒业集团有限公司

G·R 酒评:此酒首推中国白酒酒庄概念,全程溯源,品质可鉴,文艺范儿十足,酒体清亮透明,窖香舒适,酒香飘逸,香味协调,酒体中偏高度,滋味丰富,厚重,回味悠长,泸型浓香正宗,一杯小酌尽享五粮之精华。

中国葡萄酒 谁是“引领者”?

张瑜宸

“到 2025 年,烟台市葡萄酒产业综合产值突破 500 亿元,在国产葡萄酒市场的占有率达到 40%。”

“力争用 5~10 年时间,努力实现葡萄酒产业综合产值 1000 亿元、贺兰山东麓葡萄酒品牌价值翻番的目标。”

目前,我国正由高水平全面建成小康社会向基本实现社会主义现代化迈进,有专家表示,随着“十四五”规划工作陆续启幕,利好政策的不断释放,国产葡萄酒发展动能强劲,有望迎来市场红利期。

释放国产葡萄酒发展新动能

记者在浏览各产区的“十四五”规划时发现,地方政府在关注产业发展上愈发“接地气”的同时,也开始积极打造“特色化”的名牌与效益。

其中,通化产区明确指要放大山葡萄酒优势,补贴种植三年。对累计新发展 100 亩及以上的葡萄基地,每年每亩补贴 1000 元;对累计新发展 500 亩及以上的葡萄基地,每年每亩补贴 2000 元。现有种植基地规模达到 100 亩及以上的,按照实际基地规模,同样每年每亩补贴 1000 元。

作为老牌的葡萄酒产区,烟台则指出力争实现“五个一”发展目标。一是培育一个特色优势产业,到 2025 年,全市葡萄酒产业综合产值突破 500 亿元,在国产葡萄酒市场的占有率达到 40%;二是壮大一批龙头企业,培育一批葡萄酒行业领军企业和高端精品酒庄;三是打造一个世界知名产区,把烟台建成独具特色和风土文化的国际著名葡萄酒产区;四是创出一个国际性节会品牌,举办特色鲜明、富有活力的国际性葡萄酒节会;五是建成一座葡萄酒名城,把烟台建设成为享誉中外的葡萄酒文化名城。

而正处于上升期的宁夏葡萄酒也提出宁夏产区将以贺兰山东麓葡萄酒地理标志产品保护区范围为核心,构筑“32521”总体布局,力争用 5~10 年的时间,酿酒葡萄基地规模达到 100 万亩,年产优质葡萄酒 3 亿瓶以上,葡萄酒产业布局区域化、经营规模化、生产标准化、产业数字化、营销市场化水平显著提升;同时基本形成龙头企业顶天立地、中小酒庄集群的发展格局,并初步完善生产、加工、销售

可溯源网络体系,全面构建覆盖国内、畅通国际、线上线下全渠道营销体系。

除了产业的传统布局,被纳入千亿产值“大盘”规划的还有酒庄集群打造、产业链融合工程、文旅跨界融合和康养产业布局等。

对此,北京国际酒类交易所总经理朱力表示,产区相继发布“十四五”规划,为中国整体葡萄酒产业释放了非常积极的信号,但要注意的是,每个产区目标实现路径或有不同。因此,每个产区应该“因地制宜”。

朱力分析指出,烟台在实现“十四五”规划的路径上应继续发挥大厂优势,巧妙利用国际品牌不断提升整体产区形象,在消费领域构建“品牌阶梯”的策略,充分利用距离核心消费市场较近的地缘优势。宁夏则更加需要树立“产区英雄”和“产区明星”,在推广上更贴近沿海核心消费区,为消费者形成鲜明的品牌记忆。

在产业政策的激励下,葡萄酒的龙头企业也纷纷公布各自的“十四五”目标,张裕计划到“十四五”末,公司主营业务销售收入过百亿元;中粮长城葡萄酒提出努力在 2025 年实现营收 50 亿元;而王朝酒业“十四五”销售目标是实现销售收入 20 亿元。

“中国葡萄酒产区都是很有特色的,也各有优势。近几年,中国优秀的葡萄酒企业、品牌、产品逐渐显露出来,产区动作也明显增多,从这里能看出来中国葡萄酒崛起的信心和决心。”北京正一堂战略咨询机构平台总监刘珊珊表示,将“十四五”规划列为重点项目,就是产业调整的初启动作。

政策带动产业发展

在中国各葡萄酒产区中,宁夏的起步较晚,但近年来却成为整个产业中最耀眼的明星。从“十四五”规划来看,其综合产值的目标也是傲立群雄,究其原因,离不开政府的大力支持。

从 2012 年起,宁夏陆续多次出台扶持葡萄酒产业发展的政策文件,所辖银川市、青铜峡市、吴忠市等也相应出台扶持政策,不断招



近日,烟台、宁夏两个葡萄酒产区相继发布《葡萄酒产业高质量发展实施意见》和《葡萄酒产业高质量发展实施方案》,加上此前通化、河北出台的相关葡萄酒扶持规划,越来越多的地方开始为国产葡萄酒的崛起和发展“保驾护航”。

商引资,建设酒庄产业集群。据 2020 年 10 月发布的《宁夏葡萄酒产区发展情况汇报》显示,2020 年,宁夏高效高质酿酒葡萄基地总规模将达到 60 万亩以上,年产优质葡萄酒 15 万吨(2 亿瓶)以上,综合产值将达到 500 亿元以上。

宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业园区管理委员会主任郝林海曾表示:“政府参与到的行业管理,执行力是非常强的。这是中国体制的特色,我们要善于发挥好这种制度优势。”

对此,烟台产区发布的实施意见也指出,近年来,宁夏自治区高度重视葡萄酒产业的发展,河北、新疆、甘肃、吉林通化、内蒙古乌海等产区也相继出台政策扶持产业发展,各地产业发展速度明显加快。而当前烟台产业缺乏实质性的扶持政策,存在酿酒葡萄品种同质化现象、优质老藤葡萄园发展面临困境、基础科研方面不能适应产业发展的需求等问题。如不尽快研究产业短板和不足,制定产业扶持引导政策,将会在新一轮市场竞争中处于劣势。

显然,政府的扶持对于激发企业活力有巨大的推动力,而企业的向上发展又赋能了整个产业,形成了高质量的内循环。

据统计数据显示,2020 年 1~11 月,全国葡萄酒产量为 35.9 万千升,累计增长 3.8%,已连续两个月实现正向增长。按照《中国酒业“十四五”发展指导意见(征求意见稿)》,2025 年,葡萄酒行业产量将达到 70 万千升,比“十三五”末增长 75.0%,年均递增 11.8%;销售收入将达到 200 亿元,比“十三五”末增长

66.7%;实现利润 40 亿元,比“十三五”末增长 300%。

“从国际方面看,葡萄酒发达国家无一不是国家战略层面的推动,所以,有些高级别的品酒推广会经常有国家级领导站台。反观中国葡萄酒产业,这几年地方政府声音很大,尤其是几大葡萄酒产区,都给予真金白银的支持,但市场反应平平,归根结底,放到国家和国际层面,支持的力度还很小。”政府智库专家、中国酒文化历史学专家何冰告诉记者,几大葡萄酒产区政府高度重视是规律使然,但中国葡萄酒产业要迎来大发展,就必须上升到国家战略,并且从葡萄品种选育到葡萄种植和采收都要与世界接轨。同时,葡萄产业的高等级人才培养等方面的软肋和短板也要逐渐克服。

对此,刘珊珊也表达了相同观点,她指出,未来中国葡萄酒应该实现两个结构转型。第一个是质量结构上行。未来的葡萄酒应该恢复最初始的市场地位和印象,这才是消费者充足的购买理由,高端与健康始终是两个不变的命题,所以未来中国葡萄酒产区、品牌、产品也会逐渐向高品质集中,讲好产区文化,讲好品牌故事,讲好产品品质,更符合发展规律。

第二个是价格结构清晰。目前葡萄酒市场上,价位线以及价格段内主力国产葡萄酒品牌并不是很清晰,而同样打健康概念的酱酒价格定位更清晰一些,所以,未来中国葡萄酒也应该有明确的价格线,看哪些品牌和产品来做这个价格段的“引领者”。

“对于天赐的资源条件,随着越来越多的产区重源头、保风土,中国葡萄酒产业未来可期。”刘珊珊如是说。

李红军的“一担粮梦想”

李宇

一月的北京绕不开寒冽的北风,但在一担粮办公室里,与北京一担粮酒庄有限公司董事长李红军长谈三个小时白酒,却时时能感受到他身上迸发出的热量。

当被问到“现在最大的梦想是什么”时,李红军顿了一下,想了一会儿,然后给出“没有其他的了,我只想酿出最好的酒”的答案。

在过去二十年时间里,凭借敏锐的商业嗅觉和对白酒产业发展趋势的精准预判,李红军在白酒行业二度出击,既为处在草莽期的中国酒业奉献出“教科书般”的东北酒崛起案例,也有他历时七年打造出的“更高端的二锅头”——一担粮,这个寄托了他梦想的品牌和产品正在全国各地逐渐扎根、发芽。

“黑色旋风”下的李红军

1997 年是中国白酒史上一个极其重要的年份。秦池酒风波让消费者们对部分白酒产品产生了信任危机,对“勾兑酒”一词避之不及。

但沧海横流方显英雄本色,对一些拥有着绝佳洞察力的人而言,“危”同时也蕴藏着“机”。秦池酒事件之后,部分商业嗅觉敏锐的人已经率先发现了商机,譬如李红军。

1999 年,原本从事食品代理的他在观察从白酒在河北邯郸的发展现状,决心一头扎进白酒这个拥有更为广阔天地的行当。“相比食品,白酒具有无保质期、市场潜力更为巨大两个明显特征,所以我决心从食品领域进入白酒行业。”

“在勾兑酒风波后,消费者开始意识到粮食酒的重要性,而东北是中国最大的粮仓”,李红军迅速意识到,粮食酒这一定位将是东北酒实现全国化过程中“敲门砖”一样的重要工具。

在短暂的调研之后,李红军于 1999 年开始操盘运作东北白酒品牌——黑土地,主打“纯粮东北酒”概念。

作为最早推进全国化的东北酒品牌,黑土地旋即在全国酒业掀起让人叹为观止的旋风。由邯郸至石家庄,从河北到天津、河南、山东,黑土地成为 1990~2005 年行业中最为耀



眼的明星品牌之一。

黑土地之所以能够在短短几年间便风靡北方,首先在于其洞察到消费者心理变化而推出“东北粮食酒”这一产品概念,其次便是李红军由食品行业引入的新型营销手段。

“当时的白酒行业仍然较为传统,很少有酒企注重消费者端的动销。黑土地在终端率先引入外币、打火机等诸多促销手段,有效地拉动销售和带动复购。”

但黑土地成功之后,李红军却于 2005 年转身离开了他一手缔造的黑土地,直到 7 年后方才再次现身白酒行业。而此时再见的李红军又一次敏锐捕捉到白酒行业跳动的脉搏。

李红军的“一担粮梦想”

2013 年,定位于北京二锅头的品牌一担粮首次亮相武汉秋季糖酒会。与黑土地产品主要以东北盒装酒定位不同,一担粮主打京味筒装二锅头,从产品到品牌相比黑土地都呈现出完全不同的风格。

回忆起 2013 年的这一决定,李红军直言主要源于他当时的两大预判。“首先是看到大众盒装酒从筒装酒转移的趋势,从 2013 年我

就感受到未来的这一趋势将会越来越明显,因为这一价格带消费者将越来越理性,不会再将盒子视为产品价值的判断标准;其次是看中了北京白酒的张力,白酒竞争最终是文化属性的竞争,而北京产区所附带的文化属性是其他区域品牌所不具备的,而二锅头正是地道的北京产物。”

七年后的当下,李红军的这两大预判正逐渐应验。

首先,低端盒装酒向筒装酒转移的趋势早已形成不可阻挡之势。同时,北京文化也在全国多个市场体现出其统治力,牛栏山在多个区域对省酒和区域酒企形成挤压,成就了其当前“民酒之王”的地位。而牛栏山快速的崛起正应验了李红军在 2013 年的预判,北京文化的爆发力显露无疑。在李红军看来:“白酒品牌的竞争归根结底还是文化的竞争。而北京文化是帝都文化,同时也是面向全国的普适文化,这是其他任何地方酒企都不拥有的竞争力,所以北京地区的白酒必然会成为全国白酒市场最为重要的力量。”

在 2013~2020 这 7 年间,李红军基本完成了对一担粮未来发展至关重要的“基础设施建设”,包括:品牌形象的差异化塑造,极具竞争力的产品矩阵,打造出大兴、平谷、涿

州三大酿造基地……

其中,产品是李红军自信能够在北京二锅头品类乃至筒装酒品类中脱颖而出最为重要的底气。基于对中国白酒行业多年观察,李红军判断,筒装酒品类已经迈过渠道为王的的第一时期,正在经历品牌为王的第二个阶段,而未来则必然是产品与渠道双驱动的时代。

与传统二锅头酿造工艺不同,一担粮对传统二锅头的酿造技艺进行传承和创新,独创出 5A 精酿工艺(精益配方、双时发酵、两轮醇化、13 道精滤、年份组合),最终酿造出“独一无二”的一担粮二锅头。5A 精酿工艺蕴藏着对品质的追求,而对外观和口感的追求则体现出一担粮区别于市场大部分二锅头的核心所在:以棕色特色包装与京味文化艺术结合,以老酒与独特酒体风格相结合,最终打造在消费者心智中形成价值形象。

李红军表示:“怒放的生命是我们现在的主打产品,精心调制的酒体甚至不逊于部分数百元的筒装酒产品,但我们的零售价才 38 元。”

“更高端的二锅头”既是对当前一担粮产品的定位,亦是对未来筒装酒品类发展趋势的再次推演和预判。

7 年蓄势待发,2021 年成为一担粮发力的重要时间点。为推动全国化,李红军直言一担粮初期将不以盈利为目标,而是希望能够获得经销商和消费者认可,让经销商“有利可图”,让消费者有更优质的二锅头可喝。

“为什么一担粮跟其他品牌不一样?因为我们对产品苛刻,拥有对年轻消费者审美的理解,对人的洞察。我不满足于已有,永远相信光瓶酒可以做得比现在更好。”而对于自己倾力打造的一担粮,李红军也寄予厚望。“短期内,我希望一担粮的产品能够成为消费者所认可的、物超所值的优质二锅头产品,然后逐步在消费者心目中形成国粹京香、更高端的二锅头品牌形象,最终让一担粮成为拥有高端品牌力质感的品牌,带给消费者消费价值的感染力。”

七年沉淀之下,无论是极具看点的渠道合作模式设计,还是“更高端的二锅头”,都暴露出李红军希望带领一担粮迈向下一个“黄金时代”的野心。