

## 风土的独奏 感受葡萄酒的自然魅力

■ 玖君

日前,美贺庄园在君兰和明会举办“风土的独奏·对话大师” 美贺庄园家族典藏 1968 千红大师班,与世界葡萄酒大师刘琳一起对话自然、风土以及艺术与生活的连接,探索大自然的奥秘。

### 揭开自然风土的奥秘

美贺庄园遵从自然规律,在四季往来间探索大自然的奥秘,揭开风土的密码。关于自然和风土的理念,与世界葡萄酒大师刘琳不谋而合,于是共同创作了家族典藏 1968 千红葡萄酒 2021 年份,这股经由时光衍生出的风味,是承载着春夏秋冬的传世佳酿。

刘琳是首位中国籍女性葡萄酒大师,她致力于多方面的葡萄酒研究,包含葡萄酒酿造、贸易、品鉴、评审、写作和教育等等,具备丰富的品鉴、酿造和种植经验。同时,她还有另一层身份“独立酒评家”,她对葡萄酒做出的评分被全世界奢侈品类葡萄酒交易平台收录。

在此次大师班上,世界葡萄酒大师刘琳作为美贺庄园的“品牌推广大师”,带领嘉宾们从风土、种植、酿造到风味全方位地了解该酒款,探寻着与酒有关的种种可能。

刘琳在参与调配的过程中,与美贺庄园一起探索风土的可塑性。臻选 100%赤霞珠,每颗葡萄皆由经验丰富、技术熟练的工人历经采摘初筛、果穗分拣、果粒分选三层筛选,发酵期间采用 24 小时智能控温系统,低温浸渍处理,24-26℃温和发酵,25℃浸渍 8 天后分离自流汁后入桶。时间与自然和谐演变的沉淀,让酒中的故事更具生命力。

刘琳表示,放眼世界范围内的酒庄,美贺庄园的建设水平已经达到了很高的境界,宁夏是个很新的产区,但作为葡萄种植黄金地带,这里的风土可以说是天地人和的杰作,并且今年我特地到宁夏看了看,整个产区无论是耕种基础还是酿造水平,进步都很大,美贺的进步更是让我感到震撼,我坚信中国葡萄酒在不远的将来,一定会飞跃到一个新的阶段。

一方天地孕育一方风土,贺兰风土天成佳酿。活动现场,刘琳向嘉宾分享品鉴了美贺庄园包括家族典藏 1968 千红 2021、珍藏千红 2020、2020 张恩利款限量版千红、维欧尼干白等四款葡萄酒,一起开启微醺之旅。

### 捧在手心的“掌上明珠”

美贺庄园秉承着“做中国最好葡萄酒”的初心,在荒芜的戈壁中孕育出明星级别的庄园绿洲,向国人证明中国好酒,中国酿。如果说葡萄酒是瓶中乐曲,那么,美贺庄园家族典藏 1968 千红葡萄酒 2021 年份,不仅是贺兰山与黄河水共同的作品,更是中国葡萄酒黄钟大吕的风土独奏。

当动人的旋律在大厅内回响,一瓶瓶酒液也随之开启,现场嘉宾沉浸在音乐美酒中,此刻,正如法国文学家塞德松曾说过:“葡萄酒和音乐、艺术一样是可以用来欣赏和品味的。”

有美酒相伴,自然也不少了美食。一席佳肴,五感交融,食物的滋味交织着时间酿出的佳酿,时令风味之中,蕴藏着四季的诗意。耳边是动人的琴音,时而轻柔,时而激昂,慢享的岁月在杯盏中,摇曳出馥郁的芬芳,嘉宾们在微醺中与音乐相依,度过了一段芳香的时光。

关于自然的秘密,与世界葡萄酒大师刘琳 MW 一起探寻着答案。家族典藏 1968 千红葡萄酒 2021 年份在十二方寸间,收藏了时光之美,美贺庄园作为高品质酒庄酒的倡导者,希望通过一杯有温度的酒,让艺术与生活连接,在品鉴间感知生活的美好。

### 走出中国艺术酒庄出圈之路

作为中国为数不多主打艺术主题的葡萄酒庄,美贺庄园秉承着“生活,即艺术”的品牌理念,将原真的艺术状态体现在酒庄的每个地方,同时也把艺术之美融入馥郁的葡萄酒中,唤醒着人们内心对美好生活的热爱。

美贺庄园扎根贺兰山以来,对国产精品葡萄酒的执着探索与匠心浇筑,使产品获得国内外知名大奖 200 多个,2023 年更是深耕品牌营销推广,强化其艺术 IP 形象。邀请世界知名葡萄酒大师刘琳、赵凤仪、朱简等深度合作,为品牌站台发声。联合奥迪、奔驰、建设银行、龙井书院、阿那亚等知名品牌企业、公益组织开展跨界活动。其中中秋期间,美贺庄园打造「月圆集·月出山河」超级月亮艺术 IP,全网传播力达到 3000 万+。

不仅如此,美贺庄园更是每年与知名艺术家深度合作,联合推出艺术酒款,2020 年,美贺庄园与当代知名艺术家丁乙进行合作,联合推出了 2020 年《十示 2018-8》联名款葡萄酒,丁乙是中国首位与爱马仕联名推出奢侈品的艺术家;2021 年,美贺庄园与当代知名艺术家刘野推出了《百老汇往事》联名款葡萄酒;2022 年,酒庄与当代艺术家张恩利携手推出《捆在一起的皮管子》《甜点师》《抽斗柜》艺术限量酒款套装。

美贺庄园为美好时刻喝彩,将贺兰山下凝聚风土和心意的美酒分享给懂它之人。走出了艺术酒庄出圈之路,深度阐释了“生活,即艺术”的理念,以艺术之名,定义中国名庄。未来,美贺庄园还将带给我们怎样的醇香体验,如何带领宁夏的“紫色名片”发光发热,向世界传递中国风土、中国故事,我们拭目以待。

# 酱酒大调整？迷茫中的觉悟

■ 谭儒

2023 年,白酒进入了调整期。市场低迷不振;价格、股价持续下跌;产量下降;库存高企……

酒业协会在《2023 中国白酒市场中期研究报告》中宣告:白酒“新一轮调整期已然到来!”

调整期,酱香酒怎么了?

## 一、产能提高,产量下降

根据国家统计局的数据,2023 年上半年全国白酒产量仅为 209.7 万千升,同比减少 14.8%。相对而言,这两年,酱香型白酒产量下降并不多,但产能增加迅猛,仅 2022 年,酱酒产能约 70 万千升,同比增长 16.7%。

最近,习酒、贵州茅台、国台、金沙等酱酒企业项目现被列入贵州省重大工程,涉及产能或超 59 万吨。

不单单是贵州,广西的酱酒也在扩容。湖北省级重点项目——劲牌神农架酒业技改扩能项目正在加速建设,2027 年将全面建成投产,劲牌神农架酒业也将成为湖北第一大酱酒生产企业。

2023 年是产能大年,投产提速,中小酱酒减产。

**谭儒点评:**产能膨胀是很危险的,酱酒企业须减缓投资,避免落入膨胀陷阱。6 年后,我国酱酒产能或突破 100 万吨,必将迎来残酷竞争,高年份酱酒因产能过剩而成为势力,攻击浓香型、清香型白酒。未来基酒供应将不再成为酱酒攻城略地的拦路石。竞争能力弱的中小酱酒企业,将逐步退出历史舞台。

## 二、规模增加,内卷激烈

2023 年,酱酒产能和规模达到历史高位,市场却猛然“降温”,酱酒品牌竞争激烈,内卷也进一步升级。

一方面,扩容成为酱香型白酒品牌的必经之路。随着消费者对酱酒的品牌关注度聚焦,酱酒的高端竞争也变得激烈。在消费动力不足的当下,酱酒内卷也更加残酷。另一方面,劲牌、国台、钓鱼台、无忧等酱酒扩容和相继投产也有助于提升白酒的品质。

其实,中国酱香型白酒的内卷激烈是大趋势,而有人预测,未来 5 至 10 年,酱酒市场规模将翻一倍,估计会被打脸。

**谭儒点评:**虽然头部酱酒企业目前已打响扩产赛,但是市场规模不可能无限地扩展和延伸。恰恰因为酱酒市场规模有限,酱酒扩产后果就是产能过剩、内卷激烈,市场将拼得血雨腥风。

## 三、五大产区格局形成,湖北融入

- 1、核心产区——茅台镇  
茅台镇,水质富含矿物质,其“世界酱香型白酒核心产区”地位不可能改变。
- 2、黄金产区——赤水河产区  
赤水河产区,郎酒、习酒等无数酱酒企业分布在沿途,酱酒飘香。
- 3、自然产区——贵州其他市县  
金沙产区(金沙酒)和黔东产区(青酒)等地的酱酒逐渐形成规模。
- 4、新派产区——川派产区  
川派产区位于长江上游地区。近年来,以浓香型为主导的川酒不愿被酱酒潮流抛弃,



酱酒热达到了高潮。

5、其他产区——湘、鄂、桂、鲁等地

这些地区追赶酱酒潮流,大有“风萧萧兮易水寒”的豪迈。2022 年 11 月,劲牌吴少勋董事长在广西南丹,与丹泉酒业吴荣全董事长把酒当歌,预定未来鄂、桂酱酒,将豪气冲天。毋庸置疑,在劲牌和稻花香扩能下,湖北酱酒也将一飞冲天。

**谭儒点评:**产区对酱酒的影响很多、很大,但不是一成不变的。这些年,稻花香创新一种“一步法酿三香”的全新酿酒工艺,集清、酱、浓三种香型于一身;同时,劲牌旗下的毛铺草本年份酒实现了酱香、浓香、清香三种香型的融合,加上劲牌神农架酱酒产能扩张,湖北酱酒在市场上掀起了一股旋风,香飘万里,占有了中国酱酒的一席之地。

## 四、外资渗入,竞争加剧

在劲牌于茅台镇收购了两家企业之后,茅台镇也受到了各路资本的热烈追捧。

据不完全统计,融创中国、海南椰岛、巨人集团、北京联美集团、修正药业和山东史丹利等外资企业都已投资酱酒。

劲牌专注于做酒,投资酱酒主要需要稳定的基酒。但一些资本投入酱酒只是为“挣快钱”。2023 年,随着大量资本的涌入,酱香型白酒市场的竞争变得更加激烈。由于酱酒的竞争加剧,近些年蜂拥而入酱酒的资本“进退两难”,开始焦虑,有的甚至抛弃了酱酒。号称国内供应链第一股的怡亚通,“割肉”茅台镇大唐酒业,大唐酒业不再纳入怡亚通报表,怡亚通“造酒”目标转向清香。

**谭儒点评:**资本唯利是图。资本的加入在导致酱香型白酒竞争加剧的同时,也带来了各种资源,如果道、品牌、技术等。在调整期,酱酒企业需要更加努力,调整产品结构,提升品质和文化内涵,以适应市场需求的变化。

## 五、储酒增加,风险叠加

去年 5 月 26 日晚,贵州茅台发布公告,决定投资 15.87 亿元建设中华片区 30 栋酒

库工程项目,设计总储酒能力约 3.68 万吨。2022 年 10 月,在“郎酒重阳下沙大典”上,郎酒宣布酱酒年产能正式提升至 6 万吨,储能达到 18 万吨。2023 年,劲牌茅台镇酒业储藏酱酒向 10 万吨靠近,珍酒储酒达 6.5 万吨,习酒达 5.8 万吨。2030 年,按照“百年郎酒”总纲领,郎酒酱香目标储酒过 50 万吨。

虽然酱香型白酒越陈越香,但因为酱香型白酒产能大幅增加,储量远远超过市场消化量,加上中国生育率下降,饮酒习惯改变,产能过剩风险、储酒风险和市场难以消化的风险将叠加,对酱酒储藏有一定的影响。据知情人士透露,从 2021 年起,仁怀市综合治理白酒生产小、散、弱企业 600 家以上,开始解决产能过剩的问题了。

**谭儒点评:**白酒不是货币,而是产品,产品要转化为商品,要解决卖给谁、怎么卖的问题。物以稀为贵。未来酱酒产能足够大,当市场饱和之后,再以存酒的名义增加储酒量就会有风险了。社会上储酒太多,会供大于求,可能产生酱酒市场价格下跌,还大量占用资金,必须提高警惕,及时作出战略调整。

## 六、强者恒强,新势力酱酒崛起

2023 年,酱酒行业已经形成了以茅台为引领,郎酒、习酒、国台酒业、珍酒,金沙窖酒、钓鱼台国宾酒业、国宝酒业、丹泉酒、劲牌神农架酒业、酣客君丰、贵州金酱酒业、夜郎古酒业等组成的酱酒“军团”。

调整期,提升优质产能符合酱酒理性发展的逻辑,酱酒头部企业的产能还将持续增长,加上酱酒的文化属性、品牌属性不同凡响,酱酒品牌将强者恒强,消费者更愿意接受自己熟悉的品牌。

同时,酱酒新势力品牌也将不断涌现。经过大浪淘沙,一些新的酱酒企业将构筑酱酒新势力。劲牌酱酒、贵州安酒、仁怀酱香酒、金沙古酒、贵州醇、黔酒股份、贵和酒业等将在调整期里熠熠闪烁。

**谭儒点评:**随着“少喝酒”“喝好酒”观念深入人心,酱酒高端化、品牌化、精神化是大势所趋,酱酒头部品牌将会被越来越多的消

费者消费,同时,一些新势力酱酒品牌凭借其差异化的产品、独特的口感、精湛的工艺和精准的市场定位,将成为市场上的新势力,被消费者青睐。

## 采访札记

### 走进茅台镇里的劲牌

2023 年 12 月 11 日夜,我们到达“酱酒圣地”茅台镇时,已是万家灯火,夜风裹挟着馥郁的酒香扑面而来。我们住在杨柳湾宾馆,宾馆下面就是 1915 广场和赤水河,赤水河静静流淌,蜿蜒微漾,我们采访目标劲牌茅台镇业有限公司就闪烁在赤水河东岸的扎营山上。

“距离 2027 年 11 月 8 日 11 时 08 分,(还有)1426 天。”

去年 12 月 12 日,茅台镇扎营山上,劲牌茅台镇酒业厂区门口巨大的“10”字形倒计时雕塑上,一串数字清晰地映入我们的眼帘。

2017 年 11 月 8 日,在劲牌茅台镇酒业的挂牌暨投产仪式上,劲牌董事长吴少勋承诺,劲牌茅台镇酒业所生产的酱酒全部封存,十年不卖酒。

在酱酒热的潮流中,许多商家想购买该酱酒,都被婉言谢绝了。也有预售方案提交,都被劲牌高层否决了。“十年一酱”,劲牌坚守承诺。

随后,我们走进劲牌茅台镇酒业传统酿酒车间,拿起铁锹,高高地扬起红高粱,试图理解“12987”工艺;在储酒车间品味了 7 次取酒不同的酱香;在新工艺酿酒车间,我们欣赏到了酱酒酿造的机械化、以及机械化粮糟混合系统、机械化摊晾加曲系统、机械化起堆系统、机械化润粮系统、自动上甑机器人系统等现代技术在酱酒酿造上的传奇,并为气势磅礴的现代化工厂震撼。

劲牌茅台镇酒业沈永祥总经理告诉我们,劲牌高层在酱酒热之前就有了“选择最好的产区,打造最好的产品”的想法,志在 7.5 平方公里酱酒核心产区设厂。2016 年 1 月,劲牌与仁怀市人民政府签订投资协议,劲牌收购贵州台轩酒业有限公司,后改为“劲牌茅台镇酒业”。2017 年 1 月,劲牌再度出手,收购国宝酒厂。2017 年,劲牌茅台镇酒业二期年产 5000 吨技改项目启动、投产。2018 年 1 月,三期年产 8000 吨技改项目正式启动,目前可用于生产的窖池 1036 口,酒甑 168 套。

在参观劲牌茅台镇酒业之前,我们还参观了劲牌收购的另一酱酒企业——国宝酒业,劲牌旗下毛铺酒“一口喝三香,更有草本浆”的三香,就是融合清、浓、酱三香,其基酒供给,正是来自劲牌三香原酒基地——湖北黄石、四川宜宾、贵州仁怀,而其中的酱香基酒便是来自贵州遵义国宝酒业,而国宝酒业创建于 1957 年,是一家具有 60 余年历史的白酒行业老字号品牌企业,10 年以上的存酒较多。

离别时,已近黄昏。在劲牌茅台镇酒业俯瞰茅台镇:巍巍大娄山层峦叠嶂、连绵起伏、莽莽苍苍;悠悠赤水河弯弯曲曲、静静盘踞在狭长的山谷里,赤水河两岸大大小小的酒厂、错落有致的仿古建筑、灰瓦白墙;对岸的茅台酒厂十里横卧在赤水河西南岸边,呈现出时代的壮观……

我们恍然大悟,劲牌茅台镇酒业、国宝酒业作为劲牌大酱香板块战略的重要组成部分,耸立在茅台镇之“高端”,以贵轩作为高端酱酒品牌开启的新征程,承载了劲牌在新时代新风口下高质量发展的战略使命。

# 金徽酒业 2023 年度十大新闻

■ 金萱

1、甘肃省委书记、省人大常委会主任胡昌升视察金徽酒

1 月 31 日,甘肃省委书记、省人大常委会主任胡昌升一行莅临金徽酒视察,胡书记嘱托金徽酒一定要练好工艺品质内功,提升品牌营销外功,为推动甘肃经济高质量发展做出更大贡献。

2、中酒协白酒分会技术委员会会议在金徽酒召开,行业翘楚共话白酒繁荣

7 月 11 日,2023 年中国酒业协会白酒分会技术委员会会议在金徽酒隆重召开。200 多名白酒行业头部企业技术负责人、科研院所专家学者共聚一堂,交流白酒创新经验,分享白酒贮存工艺,共话中国白酒产业技术创新未来发展。

3、中国著名白酒专家、博士生导师、江南大学原副校长徐岩教授受聘为金徽酒首席科学家

8 月 26 日,金徽酒隆重召开“金徽酒首席科学家”聘任大会,中国著名白酒专家、博士生导师、江南大学原副校长徐岩教授受聘为金徽酒首席科学家。徐岩教授加盟金徽酒,将为领航金徽酒科技创新、原酒质量提升、金徽品牌打造注入强劲能量。

4、携手金徽正能量公益基金会捐资 1200 多万元,金徽酒以公益之心践行企业使命

7 月-8 月,金徽酒在甘肃、陕西、宁夏、青海、内蒙古五省的 179 多个区(县)开展第十五期爱心公益助学活动,发放爱心助学金 1000 多万元,助力 5000 多名优秀学子圆梦大学;12 月,金徽正能量公益基金会捐款 200 万元驰援积石山地震灾区,以实际行动践行企业使命,向社会传递正能量。

5、中国酒业协会理事长宋书玉莅临金徽酒调研

7 月中旬,中国酒业协会理事长宋书玉莅临金徽酒调研指导。宋书玉表示,金徽酒在白酒行业很有特点,拥有独特的自然环境、生态环境、历史渊源、酿造技艺和企业文化,拥有海坛陈酿工艺,产品比较独特,尤其是金徽酒独创的企业文化,对员工的人文关怀,为产业树立了样板。

6、行业大奖纷至沓来,金徽酒卓越品质受到行业认可

3 月,金徽老窖 180 荣获中国酒业协会最高大奖—“青酌奖”;10 月,金徽 28 荣获中国酒业协会“天人合一 世界美酒文化产品大赛”最佳艺术创意奖;11 月,柔和金徽 H9 和能量 3 号荣膺第十届西北五省酒类质量品评



“优秀产品奖”,众多大奖是对金徽酒卓越品质和品牌核心竞争力持续增长的最好证明。

7、金徽酒文化生态旅游景区荣获国家级文明旅游示范单位

5 月 8 日,金徽酒文化生态旅游景区被全国旅游标准化技术委员会认定为第二批国家级文明旅游示范单位,这是对金徽酒践行“绿水青山就是金山银山”发展理念,精心打造“生态金徽”和“文化金徽”的充分肯定。

8、“金徽”品牌复核通过,再次擦亮老字号“金字招牌”

11 月,商务部等 5 部门复核中华老字号,金徽品牌顺利通过。金徽酒品牌历史和文化再次得到肯定,彰显了金徽酒底蕴深厚的文化价

值和蓬勃向上的商业价值,为金徽酒持续提升文化承载力和市场竞争力奠定了坚实基础。

9、中国酒业协会、徽县人民政府和金徽酒股份有限公司签署战略合作协议

11 月 24 日,中国酒业协会、徽县人民政府和金徽酒股份有限公司签订战略合作协议。协会和地企三方携手共建“世界美酒特色产区·中国秦岭南麓白酒之乡”产区品牌,为金徽酒全国化发展注入新动能。

10、金徽酒数字化转型取得重大成果

12 月 14 日,金徽酒数字化项目入选工信部 2023 年新一代信息技术与制造业融合发展示范公示名单,标志着金徽酒数字化转型取得重大成果,必将催生企业发展新优势。