

“中国白酒金三角”省级地方标准体系筹划建立 提振白酒行业在调整期科学发展

□ 本报记者 樊 瑛 文 / 摄影

据悉,根据《四川省“十二五”白酒产业发展规划》,四川将实施品牌战略,从国际品牌、中国品牌和区域品牌三个层次同步推进,以品牌提升品质,以品质优化产品,以产品扩大市场,以市场增强效益。从整体上丰富和提升“中国白酒金三角”的内涵,着力将“中国白酒金三角”打造为世界级的国际品牌,并引领国际知名的白酒品牌体系的建设。为此,四川欲按照高于国家标准的要求,分别建立浓香型、酱香型和兼香型“中国白酒金三角”省级地方标准体系,紧紧抓住白酒行业调整期的机遇,提振白酒行业科学发展。

“黄金十年”或将过去 白酒行业进入调整期

软银亚洲投资基金首席合伙人阎炎在近期举行的“2012 亚布力中国企业论坛 CEO 研讨会”上分析:在固定资产投资增速下滑,产能因素导致供求变化、行业发展过度依赖营销、基金持股比例偏高等不利因素下,白酒行业或将结束之前快速发展的“黄金十年”,进入行业调整期。

据了解,中国白酒行业在历史最高峰时产量达到过 900 万千升,之后出现了逐年减产。“十一五”是我国白酒行业发展的黄金期,2011 年全国白酒总产量已经突破 1000 万千升大关。目前,很多与酒无关的企业也开始投身到白酒业。

对此现象,五粮液股份有限公司董事长唐桥认为:一个企业的发展首先是要看这个企业的品牌有无张力,品牌没有张力,只是盲目进行扩张,会导致主观上和市场上有很大差距,企业最后只会吃亏。目前白酒企业数量过多,管理水平、质量水平、市场运营能力参差不齐,不论从行业可持续发展的角度,还是从食品安全管控方面,行业整合发展是必然趋势。

业内人士指出:相较其他产业仍继续看好白酒,白酒未来 10 年仍然会超过经济增长速度,但会保持在比经济增长高 5~10 个百分点的程度,过去几年白酒增速通常是经济增长速度的 2



©第十三届中国西部国际博览会“中国白酒金三角”区域地图展示。

倍~3 倍。尽管“黄金十年”或将成为过去时,但在“保增长”的大背景下,作为经济发展的重要联动性指标,白酒行业仍有望伴随着国内经济的继续发展而迎来“白银十年”。

白酒企业的看法也同样乐观。五粮液相关负责人表示,未来白酒行业的发展动力没有改变,白酒行业最明显受益于消费升级的特性不会改变,城市化进程加快、居民收入提高、商务活动增加,消费升级的大趋势不会改变。

酒仙网董事长郝鸿峰表示,“白酒的发展趋势还会继续,但档次会明显拉开,超高端、高端也会继续发展,3000 元/瓶以上的超高端白酒将会成为一个消费热点,而另外一个热点就是“腰部地带”的中档酒。”

在白酒增长步伐放缓的过程中,白酒行业的分化态势将会更加明显。

各大知名酒企似乎也提前意识到了白酒的分化趋势,纷纷制定出了“宏大”的发展目标以抢占制高点:茅台集团计划 2013 年集团收入提前两年实现 500 亿元,2017 年提前三年实现 1000

亿元;五粮液也计划“十二五”末股份公司实现营业收入 600 亿元,集团公司实现千亿元。该两大龙头都表态将整合行业内优势资源,实施并购扩张。这预示着白酒行业即将迎来洗牌。

业内人士认为,未来几年白酒行业将从整体繁荣过渡到两极分化,行业收入和利润将会向优势企业集中、向区域强势品牌企业集中,品牌企业的市场份额扩张更快,部分企业将超越行业平均发展速度;而一些企业可能低于整体发展水平,一批地方性的小企业将逐步被收购。

树立产业高品质标杆 筹建“中国白酒金三角”省级地方标准体系

在优胜劣汰的白酒行业调整发展大趋势下,“中国白酒金三角”省级地方标准体系的建立,无疑将会对规范行业发展,起到有效的作用。

记者了解到,“中国白酒金三角”省级地方标准体系将在产品标准的基

础上,制定具有工艺技术特征的质量标准,提升“中国白酒金三角”商标及地理标志附加值,树立产业高品质标杆。除此之外,四川还计划加大对原酒质量评定标准的研究,建立原酒质量评定标准体系。同时,加大对年份酒研究的投入力度,出台行业认可的年份酒鉴定标准,规范企业年份酒生产和宣传。

四川省经信委酒业发展处有关负责人表示,四川还将研究我国已有白酒质量标准体系与国际标准和欧盟、美国等标准在法规和技术条例等方面的异同,逐步实现与这些标准的接轨,谋求白酒在海外市场的法律地位和技术理论支撑,推动白酒标准在世界范围内得到认可。

没有标准,行业就良莠不齐。没有统一的生产规范,行业就没有法制和标杆,也就无法为消费者、为行业健康有序良性发展提供有效保证。“中国白酒金三角”省级地方标准体系筹划建立,无疑将提振白酒行业在调整期科学发展。

白酒小百科 | Baijuxiaobaike

教你鉴别 白酒真假

无论是庆享天伦、友伴重聚,或是独抒胸臆、交际应酬,如论最能撩拨中国人细腻情感和激荡出丰富情绪的饮品,舍白酒其谁?

喝酒本是怡情养性之事,但碰上假酒则败兴之至——倘若自享,轻则伤及脾胃,重则夺去性命;倘若馈赠,不仅玷污真情,还要担负责任。假酒伤人性命的事件屡见不鲜,尽管各家新闻媒体年年揭露报道,但制造假酒的巨额利润仍然对不法分子具有不可反抗的吸引力。消费者要主动捍卫健康权益,为自己的身体把关。下面就为消费者们提供一份白酒鉴别真经。

第一式 眼盯包装细触六面

在买酒时一定要认真综合审阅该酒的商标名称、色泽、图案以及标签、瓶盖、酒瓶、合格证、礼品盒等方面的情况。好的白酒其标签的印刷是十分讲究的;纸质精良白净、字体规范清楚,色泽鲜艳均匀,图案套色准确,油墨线条不重叠。真品包装的边缘缝线齐整严密,没有松紧不均、留缝隙的现象。比如五粮液的商标和颈标粘贴采用意大利高温烤标技术,同时采用金膏边线,更加牢固。

由于受到“李鬼”的不断侵扰,不少白酒厂家对防伪是下了很大力度的,投入巨资对防伪进行改进,一方面强调不可仿制的高科技性,另一方面也追求简单明了的可识别性。比如五粮液的盒子口是一个一次性扭断防伪封口盖,酒瓶取出后即破坏了盒盖,无法回收再次使用,组成第一道防伪屏障。

第二式 开盒取物检查瓶盖

日前我国的名白酒的瓶盖大都使用铝质金属防盗盖,其特点是盖体光滑,外形统一,开启方便,盖上图案及文字整洁清楚,对口严密。若是假冒产品,倒过来时往往滴漏而出,盖口不易扭断,而且图案、文字模糊不清。

五粮液的瓶盖受到当今最顶尖的技术保护,贴有“3M 回归反射防伪胶膜”,而且它很方便一般消费者用肉眼识别;在自然光下,消费者可以清楚地看到白底红字的五粮液防伪标记,然后手持五粮液专用防伪小手电筒,就可以看到原有红字五粮液标识隐去标识反射出刺眼夺目的五粮液酒厂厂徽,真伪立即可辨。

第三式 颠倒乾坤玩转酒瓶

若是无色透明玻璃瓶包装,把酒瓶拿在手中,慢慢地倒置过来,对着光观察瓶的底部,假如有下沉的物质或有云雾状现象,说明酒中杂质较多;假如酒液不失光、不浑浊,没有悬浮物,说明酒的质量比较好。从色泽上看,除酱香型酒外,一般白酒都应该是无色透明的。若酒是瓷瓶或带色玻璃瓶包装,稍微摇动后开启,同样观其色泽和沉淀物。

有的假酒虽然外包装能以假乱真,但酒的度数不一定与正品相符,可以通过摇摆的方法进行辨别。摇动酒瓶后,如果出现小米粒到高粱米粒大的酒花,堆花时间在 15 秒钟左右,酒的度数应该是 53 度~55 度;假如酒花有高粱米粒大小,堆花时间在 7 秒钟左右,酒的度数约为 57 度~60 度。

第四式 倒酒入杯闻香辨味

把酒倒入无色透明的玻璃杯中,对着自然光观察,白酒应清亮透明,无悬浮物和沉淀物;然后闻其香气,用鼻子贴近杯口,辨别香气的高低和香气特点;最后品其味,喝少量酒并在舌面上铺开,分辨味感的薄厚、绵柔、醇和、粗糙以及酸、甜、甘、辣是否协调,有无余味。由高粱、糯米、大米、小麦和玉米五种粮食酿制而成的五粮液,香气悠久、味醇厚、入口甘美、入喉净爽、各味谐调、恰到好处,为白酒中上等出类的口感体验。

而低档劣质白酒一般是用质量差或发霉的粮食做原料,工艺粗糙,喝着呛喉、伤头。

第五式 酒暖生气油滴沉底

假如经过上述几式,消费者仍然无法确定杯中的酒是否为真品,那还有两个小招式能很轻易测出结果来。

招式一:取几滴白酒放在手心里,然后合掌使两手心接触用力摩擦几下,如酒生热后发出的气味清香,则为优质酒;如气味发黏,则为中档酒;气味苦臭,则为劣质酒。

招式二:在酒中加一滴食用油,看油在酒中的运动情况。假如油在酒中的扩散比较均匀,并且均匀下沉,则酒的质量较好;假如油在酒中呈不规则扩散状态,且下沉速度变化明显,则可以肯定酒的质量有问题。(来源于满杯网)

酒文化 | JiuWenHua

中国白酒的时尚化趋势

我国是世界上酿酒最早的国家之一,中国白酒有几千年的文化历史,曾有“酒仙”、“酒圣”、“酒鬼”等名人雅号。中国白酒从来不缺乏创新,但是随着时代的发展,尤其是近年来,中国白酒与国外的威士忌、鸡尾酒等相比较,显得稳重有余而缺乏时尚。

所谓时尚,即流行的风尚。它存在于年轻人中间,偶尔也会出现在中年人身上,尽管是“一阵风”,但影响力却不

容小觑;因为它是一种生活方式,一种潮流,一种对于生活的诠释和理解。

80 后、90 后们有着明显不同于父辈们的生活方式以及精神层面的追求,他们有自己的个性,对于生活有着独特的理解,他们个性张扬、强调感受。

中国白酒一直以来研究的消费群体是 50 后、60 后和 70 后,对已经走上工作岗位的 80 后、90 后,缺乏深入的研究。面对不断成长的消费群体和不断

变化的市场,白酒企业该如何应对?

首先,白酒需要一个时尚的名称,以此来获得年轻人的认同。面对 80 后、90 后们,我们总是认为他们“崇洋”,与老一辈格格不入。殊不知,“崇洋”乃是全球年轻人的共同特点,在他们的心里,外来的东西总有着特殊的新鲜感和莫名的吸引力,因此,迎合他们的这个特点就显得格外重要。其次,产品的外观需要满足时尚的需求,要有时尚的元素,

要能吸引年轻人的眼球。第三,要创新白酒销售渠道和饮用方式。在市场推广方面,我们需要了解年轻人的饮酒习惯和兴趣爱好,以更加精准的传播和推广让他选择白酒。白酒时尚化是一项系统工程,从产品设计到市场推广都应 80、90 后作为市场主体,设计研发出适合其欣赏水平的白酒产品,并将他们培养成白酒的忠实消费群体,这是白酒企业正面对并必须完成的课题。(华夏酒报)



©莫言在美酒河

2012 年 10 月 11 日,著名作家莫言获得 2012 年诺贝尔文学奖,成为第一次获此殊荣的中国作家。瑞典文学院宣奖时高度评价了中国作家莫言对于中国历史和文化的深刻理解和解读。去年 12 月,莫言前往郎酒产地四川省古蔺县二郎镇,创作出《水乃酒之魂》。在莫言摘取世界文学桂冠诺贝尔文学奖之际,特刊发此文,以饕读者。

水乃酒之魂

因为上世纪九十年代初期我曾经写过一本名为《酒国》的长篇小说,其中多对酿酒饮酒之描写,很多朋友便以为我是造酒的行家或酒场上的豪杰。其实,我既不懂酿酒亦不善饮酒,书中所涉酒类酿造及鉴赏知识,多半采自道听途说,以及“临时抱佛脚”般的阅读。

尽管我在书中写了许多有关酿酒的知识,但因为不是自己的学问,书写完不久,也就基本上忘光了,但惟有一

句话,却牢牢地记在心头:那就是“水乃酒之魂。”

前不久,应郎酒集团之邀,我与几位朋友,乘车翻越崇山峻岭,到达四川古蔺县二郎镇。一路上时而细雨绵绵,时而雾迷路径,到达时已是夜晚。车过赤水河时,主人提醒这里就是毛泽东指挥红军“四渡赤水”时的渡口,但因

夜暗无法看清河水的颜色。既名“赤水”,想那河水,一定是红色的吧?第二天,依然下雨,泥泞中在赤水河两岸参

观,来来回回,大概不止“四渡”。河不如想象中的宽,河水清彻,无丝毫红色,据云盛夏时节因山洪注入会使河水变赤,河因此得名,但我想也未必是赤,应该是褐或者黄吧。河水的清彻说明这条河尚未污染,这在中国版图上十分难得,为什么?是酒救了河。当然也是河救了酒。中国的大部分名酒均产自赤水河两岸及长江上游流域,所谓白酒金三角地带,茅台、郎酒、五粮液等,概莫例外。

近读《地球起源》一书,书中说,迄今为止科学家们也不知道地球上的水是从哪里来的。这很有意思。我跟郎酒集团负责宣传的朋友说,你们可以做这样一个广告,虽然科学家们不知道地球上的水是从哪里来的,但我们知道郎酒的酿酒用水是从哪里来的。它是山泉水。是从赤水河边一个名叫龙洞的地方流淌出来的。我相信,有了好水,未必能酿出好酒,但没有好水,绝对酿不出好酒,这是颠扑不破的真理。

郎酒的名头一直很响亮,近年来名声更有大幅度上升。名声上升自然依赖酒质的提高,但也因为酒价的水涨船高。青花郎的价格和茅台的价格已在伯仲之间。一个山沟里的企业,10 年时间销售从 3 亿做到 100 亿,其间定有窍门。用经济学家的话来说,就是郎酒在过去的时间,一定是做对了什么,才有今天的辉煌。从郎酒领导人汪俊林所倡导的“神采飞扬中国郎”、“正气、大气、霸气”等企业理念上,我们可见其气度非同一般。

我参观了郎酒的储酒宝洞——天宝洞,这样的天造地设的奇迹在世界上绝无仅有,那千万个盛满美酒的陶瓮排成行列,默默地蹲在那里,等候着开瓮勾兑的美好时刻。洞中洋溢着浓浓的酒香,令人心生生出一种朦胧的幸福感,想李白如能在这洞中生活,美酒任他饮,那诗还写不写了?据云多有名人在此地撰联,当时我也想了一联,补记如下:洞藏美酒千瓮万瓮,心

有灵犀一通百通。

听郎酒集团的朋友说,他们将投资 80 亿元人民币,将二郎镇建设成中国的波尔多。酒厂的生产规模还将扩大,这镇子地盘上海拔 300 米至 500 米高度的地方,已经全部被圈定为未来的厂区,因为在这海拔高度上,酒类生产所需的微生物最为活跃,这说法有点神奇,但我相信是真的。

我好多年没沾一滴白酒,这次的二郎镇之行,终于没能抵挡住诱惑而开戒,我喝了一杯“鸿运当头三十年”,喝了一杯“青云直上五十年”,确实是饮后

齿颊留香的好酒,确实是神秘的液体,这样的好东西,当用一种庄严的心态来细细品尝,狂喝滥饮,无异于暴殄天物。

在那些日子里,我还胡诌了几首打油诗,录一首供方家哂之:居高望必远,傍水人称王。一条赤水河,千里美酒香。俊杰宴上乐,高士林下狂。至今思李白,何不贬二郎。

(2011 年 12 月 30 日夜 莫言)