

茶酒文化

“茶消浊食，酒达仙乡”

先说一段酒和茶的故事。

俩秀才，一好酒，一好茶。酒馆和茶馆门对门。一天，好喝茶的秀才品过茶之后，高声吟对：“香藏枝上芽，水吸石中泉。”四周茶客齐声喝彩。爱喝酒的秀才听到对门有人赞茶，心想若不响应而冷落，就不好玩了，于是随口吟道：“开坛千爵冷，上桌不好玩。”对门的酒友掌声热烈。喝茶的秀才想不到对门有人显山露水，自己要是不接招儿，就只好认栽；于是指尖对麦芒：“茶可清心，酒能乱性。”文采差了一点，但有了几分火药味。喝酒的秀才想，来而不往非礼也，立马回敬一联：“有志者喝酒，无聊人饮茶。”喝茶的秀才按捺不住，起身直奔酒馆准备与喝酒的秀才理论。这时掌柜解劝：“酒也好，茶也罢，各有千秋，人各有爱，都是生活不可缺少的东西，何必动气。”一段故事引出了酒和茶各自的秉性。

在制造热烈气氛上，茶不如酒。筵席上，推杯换盏，有清有浊，酒终占据着主角地位。开席前茶壶茶，润润嗓子；酒席后来壶茶，解解酒气。茶水远甘当配角。

让人保持清醒，维持淡雅气氛，则酒不如茶。好友相聚，谈笑风生，而桌上只有茶，没有酒，一方举起茶杯说：“权以茶代酒敬您，请赐教。”这以茶代酒的礼仪，自古有之。《三国志·吴志·韦曜传》就记载过这样的场景，吴主孙皓宴客，韦曜不善饮酒，孙皓于是赐茶以当酒。酒醉人，茶不醉人。酒误事，茶不误事。酒熏人，茶不熏人。

酒客豪言：清晨饮酒，以启思维；中午饮酒，以开脾胃；晚间饮酒，以藉欣慰。

文人善喻：酒是初出茅庐的小伙子，茶是饱经风霜的老翁；酒是抒情诗、狂想曲，茶是小品文、小夜曲；酒如烈日当空，茶如初升旭日；酒是狂飙，茶是微风；酒是海浪，茶是溪流……

酒与茶的出现比文字的出现要早得多，酒文化与茶文化是和人类文化同步的。盛宴上多听祝酒词，难闻祝茶歌；这似乎显得有些不公。其实酒与茶如影随形，难分伯仲。她们是孪生兄弟、姊妹同胞。唐朝诗人白居易笔下现存诗 2800 多首，涉及酒的 900 首，而以茶为主题的有 8 首，叙及茶事、茶趣的有 50 多首。在白氏诗中，茶酒并不争高下，而常像姐妹一般出现在一首诗中：“看风小榼三升酒，寒食深炉一碗茶”、“举头中酒后，引手索茶时”。酒和茶之妙用，如民间所言：“无茶情不浓，无酒话不真”。

茶在云蒸霞蔚间孕育天地精华，溶于地窖烧锅内酝酿自然甘露。它们以其不同的秉性发挥着不同的功效。对此，古人流沙河有一佳对，说得明白又深邃：“诗入浮名，钟醒大梦；茶消浊气，酒达仙乡。”

周代，茶叶不仅做药用、食用、饮品，而且还被上流社会奉为珍贵的贡品、礼品和祭品。三国，崇茶之风更甚，出现以茶代酒的风气，讲究煮茶之法。两晋、南北朝、唐朝，饮茶蔚为风尚。文成公主嫁藏，带去茶叶和饮茶的生活方式，之后形成藏人饮茶习俗，西藏喇嘛寺中有饮茶盛会。

至于酒，“无酒不待客”，“无酒不成席”已成民俗。饭桌上常有“酒是粮食精，越喝越年轻”，“能喝三两喝半斤，这样的朋友最贴心”的劝酒词。然而，酒和茶毕竟秉性不同，在饮酒与品茶之间要因时空条件而权衡利弊，做出正确选择。您若是位司机，自己和乘客的安全是第一位的；因此，行车前，您无论在什么场合用餐，都应直气壮地说出自己的“拒酒词”：“我是司机茶是酒，平安是福人长久”，“只要感情深，茶水表真心”。

(李国政 整理)

高档白酒“只涨不跌”的神话被打破 说明了什么

近来，中央等有关部门要求严查公款吃喝。“新华视点”记者采访发现，名酒价格应声下跌，跌幅普遍达 20% 至 30%。专家指出，以往某些名酒价格“只涨不跌”并非“市场原因”，而是公款吃喝在为其“撑腰”，这不仅导致了国内酒业的畸形发展，而且还助长了奢侈浪费之风的蔓延。高档白酒“只涨不跌”的神话被打破说明了什么？

“收酒就是收钱”—— 高档酒是官员收礼的重要方式

这几年来，某些单位公款吃喝愈演愈烈，公务活动中“酒桌议事”“酒桌拍板”等现象，甚至成了一种“潜规则”。与此同时，公款喝酒容易滋生腐败，譬如经办人员收取回扣等。另外，高档酒也是官员受贿的重要方式，因为变现比较容易，实际上“收酒就是收钱”。

在北京回收烟酒的钱先生说，白酒中“茅台、五粮液、国窖 1573、剑南春”等酒回收量大，“其实都是别人送的礼品，收礼人一转手就可变现。”从事商业地产的李先生专门建了一个酒窖，从事以购买收藏高档白酒，他坦言：“最便宜的小拉菲、小拉图至少几千元一瓶，大拉菲、大拉图、武当王皆上万元一瓶，而且市场上有回收变现的渠道。”

官员所好，一瓶难求—— 官场酒风是酒业的“风向标”

一位酒业销售人员表示，领导干部喜好喝啥酒，啥酒就可以卖得火。而且在酒水市场上，促销人员喜欢施展“饥饿营销”的伎俩，促人为地制造短缺，以此推高价格。实际上，“公款喝酒”一旦被遏制，所谓的“一瓶难求”，很快变成了“吃喝促销”。

这些年来，一瓶 600 元的茅台酒最高被炒到 2400 多元；原先不到 1000 元的小拉菲，也被炒到 8000 元以上；1982 年的大拉菲，则从一万元飙升到六七万元。一位业内人士坦言，“上有所好，下必甚焉。”官场

酒风可以说是酒业“风向标”，官场上流行喝什么酒，市场上随之效仿这一风气，将其价格推高，甚至有人投入巨资炒作这一品牌。

除了茅台、五粮液、国窖 1573、剑南春、水井坊等备受“喜爱”之外，更有一些“天价”酒也上了餐桌。爱用中药材酿制的东君酒，售价两三千元一瓶，号称 81 度，实际上医用酒精才 75 度，酒业发展非理性程度可见一斑。

禁酒令“一剑封喉”—— 虚高酒价被“打回原形”

中央八项规定出台以来，全国不少地方下发了“禁酒令”，刚结束的各地方“两会”上，“公款禁酒”也成为代表委员的一致呼声……随着“严查公款吃喝”的风声越来越紧，失去公款“撑腰”的某些名酒终于“扛不住”，纷纷降价促销。

在上海一家茅台酒专卖店，指导价 1519 元的茅台最低打出 1360 元的“促销价”。而去年同期，同样一瓶酒，竟被炒到 2200 多元，还一瓶难求。记者在上海五角场一家百货店看到，指导价 1109 元的五粮液以不到 900 元的价格出售。名酒“只涨不跌”的泡沫似乎已被“挤爆”。

“以往这段时间主要做单位生意，现在有关禁令一出，生意明显下滑。”一位高档白酒代理商告诉记者，“高档酒零售价跌破指导价的比比皆是。”白酒专家铁犁认为，在严查公款吃喝的情况下，酒价无法再靠公务消费支撑，高档白酒价格普遍降了两三成。“公款吃喝助推了酒价虚高。”卡斯特酒业总经理潘汝说，抑制公款消费，虚高的酒价马上被“打回原形”。

卡住酒类市场“命门”—— 须管住公款吃喝

一位长期从事高档酒营销的人员说，公款采购是国内酒业蓬勃发展的重要因素，酒类销售占比显示：公款采购红酒占



●资料图片

30% 至 40%，公款采购高档白酒超过 50%，可以说中国酒类市场的一大“引擎”就是公款消费。《酒海导航》总编张勇认为，“管住公款喝酒，卡住了国内酒类市场的‘命门’”。

记者采访发现，近期公务接待中，公款吃喝确实收敛不少，有的将喝白酒改为喝红酒，即便是喝白酒，上千元的高档白酒消费也大幅度减少。专家建议，针对公款吃喝问题，应该尽快推出成文规定，明确公务接

待中能不能喝酒、喝什么档次酒、喝多少酒等，要有具体可操作的规范；还要制定相应的惩戒办法，完善公务采购制度，细化财务审计。另外，还要加强与舆论监督。

记者通过采访、观察感悟：高档白酒“只涨不跌”的神话被打破说明了党中央、国务院反腐倡廉，反对公款吃喝、铺张浪费的决心是坚定不移的，“处方”是对症有效的。

(编者据新华网整理)

拿老酒勾兑 年份酒“年龄”竟长于建厂时间

酒水市场，鱼目混珠。多种“年份酒”的“年龄”竟然比建厂时间还长。四川泸州老窖酒业有限公司成立 16 年，出 30 年窖藏酒；贵州省仁怀市茅台镇国五剑酒业酒业有限公司成立 22 年，出 30 年典藏酒；贵州省仁怀市茅台镇茅台酒业有限公司成立 30 年，出百年珍藏品；宿迁市洋河镇御缘酿酒厂成立 11 年，出 20 年陈酿……

连日来记者走访店酒水批发市场发现，一些年份酒标注的年份比建厂时间还要长。

市场调查 多家酒厂年份酒有问题

1 月 26 日，记者来到店酒水批发市场，在最外边的多家门头店就发现了 10 多种年份酒。值得注意的是，越是知名的大品牌，年份酒反倒越少。比如，名为百年老窖（30 年窖龄），原浆 30 年窖藏的酒，是由四川泸州老窖酒业有限公司生产，另一款原浆 20 年陈窖是由中国泸州窖坊醇酒业有限公司生产，这些年份酒都跟我们所熟悉的

泸州老窖股份有限公司无关。“有很多公司就是借助大厂家的影响力，效仿泸州老窖股份有限公司和贵州茅台酒股份有限公司的最多。”一卖酒人说。

随后，记者查询这些生产年份酒的公司，有的没有官方网站，有的未标注公司成立时间，其中，查询出来的几家明确标注建厂时间的公司，其所生产的年份酒的时间远远长于其建厂时间。

比如，泸州市陈坛香酒业有限公司生产了多款窖藏酒，记者 27 日登录该公司网站时发现，该公司的简介中包括产区面积、生产能力、员工数量等内容，唯一缺少的是建厂时间。

酒商自曝 窖藏几十年，酒厂喝西北风？

走访中，在一家门头店，老板得知记者想批发年份酒，立即说“你不要相信那个，那就是个名字、叫法，不可能真有那么多年。”他指着几款赖茅说，比如这款酒不管 20 年还是 15 年就是个名字而已，外包装都差不多，标注年份是用来区分酒的种类。

看记者坚持要买年份酒，这名老板坦言，有些酒厂建厂才 5 年、10 年，他们就出 30 年陈酿、50 年陈酿，谁会信？并一再告诉记者“你不要相信那个，挥发的酒放 10 年也就剩下半瓶，酒精都挥发没了。”记者走访多家了解到，年份酒的价格并不高，像泸州市陈坛香酒业有限公司生产的几款酒，有封坛 50 年、封坛 30 年、30 年窖藏、20 年陈酿的内招酒以及 30 年的原浆酒；一箱的价格都在 150 元左右，有的甚至还不到 100 元，而一箱有 6 瓶。“窖藏二三十年，一瓶才十几二十几块钱，工厂都喝西北风去啊。”另一家店的一名老板说，“有真正的窖藏，但像这样随处可见的肯定不是真的。”

记者随机采访了十几名市民，他们普遍认为，包装上写的年份越久证明酒越好。然而，面对同样的问题酒商们给出了不同答案，他们并不认可包装上所标注的年份。在一家专卖礼盒酒的店铺，老板告诉记者，标注年份就是为了“撑面子”，在她的店里，一款包装精美的 30 年窖藏酒 100 元左右。“在商场这种包装的年份酒都得三四百元。”

业内人士介绍，按照消费者的理解，年份酒必然就是放了多少年的老酒。但是实际上市面上的年份酒基本都是用少量的原浆进行勾兑的。

据了解，上世纪 90 年代中后期，酒类行业经历过“大洗牌”，当时由于盲目扩大生产，恶性竞争，导致全国酿酒业市场出现疲软，70% 左右的酒厂处于停产和半停产状态。如昔日闻名全国的“孔府”系列、习水大曲等就在这次洗牌中消失。有多少中小酒厂倒闭或关门，经统计。而十几年后市场却出现 20 年、30 年陈酿，虽不排除有真的，但大规模大批量的生产值得怀疑。

值得注意的是，洋酒的年份有严格工艺规范，在橡木桶中储存 2 年半以上的可以叫 VO、VS，储存 4 年半以上的叫 VSOP，储存 6 年半以上的叫 XO。比如人头马公司的路易十三，酒龄都在 40 年以上。同时，国外也允许不同储存年份的酒可相互混合，但混合之后只能按照最低酒龄来分级。但具有中国特色的白酒目前尚未出台相关的界定和管理规范。

(中国食品科技网)

王朝酒业扭亏为盈，葡萄酒企业遭遇双重挤压

近日，在港交所上市的王朝酒业发出盈利预警，预期集团截至 2012 年 12 月 31 日的年度业绩将转盈为亏，这将是王朝酒业自 2005 年登陆港交所 8 年以来首次年度亏损。

王朝酒业指出，销量的下跌及分销成本的上升是亏损的主要原因，但有观点指出，亏损的根本原因在于王朝内部的变动。实际上，在进口葡萄酒的冲击下，包括张裕、长城等在内的企业业绩表现均不理想。不过，自去年以来，我国进口葡萄酒数量及金额增速与 2011 年相比明显放缓。业内人士表示，进口酒对国产葡萄酒的冲击正在逐步减弱。

葡萄酒遭遇双重挤压

实际上王朝酒业的亏损只是国产葡萄酒的一个缩影。

2012 年，需求下滑和进口酒去库存双重挤压导致国产葡萄酒均面临困境。张保平表示，“不仅王朝的业绩不好，长城、张裕等也是。”

不过，进口酒对国内葡萄酒的冲击已有所减弱。

根据中国银河证券研究报告数据，2012

年以来，我国进口葡萄酒数量及金额同比增速明显减缓。2012 年 1-12 月，我国进口葡萄酒数量达到 42.57 万千升，同比增长 8.90%，比上年同期减少 19.30 个百分点。而同期，我国葡萄酒行业累计产量 138.16 万千升，同比增长 16.90%，增速比上年同期增长 3.87 个百分点。

以欧盟为例，方正证券分析师张保平表示，“欧盟生产的葡萄酒量在减少，不过在逐步回落。”因此对中国市场的冲击在逐步回落。“同时高端葡萄酒的价格在国内也经历了去泡沫化的过程，暴利小了，经销商进口的意愿也会下降。”

上述券商食品饮料分析师告诉记者，目前国产葡萄酒仍面临国外品牌的竞争压力，另外在国产葡萄酒市场，企业无限量扩产及大量低端劣质酒充斥市场，也搅乱了整个国产葡萄酒的市场秩序。

该分析师表示，在高端品牌方面，国产葡萄酒缺乏品牌定位，且渠道营销缺乏高水平的专业运营机构，总体上优势不大，类似王朝等国产葡萄酒下游需求下滑是不争的事实。此外，限“三公”消费不仅对白酒行业形成了打压，也对高端葡萄酒的需求形成了抑制，

这将影响毛利率较高的高端国产葡萄酒，进而拉低企业的盈利。

“在与洋品牌的竞争中，国产葡萄酒除提高品质外，还需加强渠道拓展，营销、品牌要有清晰的定位，这样才能谋取一席之地。”上述分析师表示。

业绩在走下坡路

对于 2012 年业绩转盈为亏，王朝酒业在公告中表示，销量的下跌及分销成本对收入的百分比上升是主要原因。而销量下跌一是由于受集团的销售及营销模式改革所影响，二则归因于国内葡萄酒产品的需求在表现欠佳的中国经济环境及受进口葡萄酒影响的情况下减弱。

资料显示，王朝酒业 2005 年 1 月 26 日在香港联合交易所有限公司主板上市，公司大股东为天津发展控股有限公司。

2005 年-2011 年 7 年时间，王朝酒业均实现了正盈利。但值得注意的是，自 2007 年开始，王朝酒业的净利润增长就一直走在下坡路。2011 年，王朝酒业虽然仍盈利 426.7 万

港元，但净利润同比大幅下滑了 97%。当年，公司实现收入 14.45 亿港元，同比下降 10%；毛利 6.04 亿港元，同比下降 26%。

进入 2012 年，上半年公司收入、毛利和溢利再次同比下滑，其中所有者应占溢利 469.7 万港元，同比下滑 109%。2012 年全年业绩亏损，将是王朝酒业上市 8 年来首次亏损。

实际上，在浙南和上海地区，王朝曾经历过辉煌期，但由于价格倒挂致市场不稳，在进口酒大潮袭来之前就把“江山”让给了长城、张裕等品牌。

某券商行业食品饮料分析师表示，在当前的国产葡萄酒领域，王朝酒业已完全被张裕、长城等挤出一线品牌行列，资本市场上，王朝的投资价值已大幅缩水。

内部变革效果不佳

有业内人士指出，王朝酒业的下滑，进口酒冲击只是外因，根本原因在于王朝内部。

中投顾问食品行业研究员向健军告诉记者，王朝酒业作为行业内三大巨头之一，其快速发展过程中出现了渠道混乱、利润率低等

问题。公司为了解决难题，启动了营销模式改革，但是改革会损害经销商利益，进而加剧销售困境。

去年，王朝经历了多次高层变更。12 月 7 日王朝酒业发布了总经理及执行董事的变更公告。此前，其独立非执行董事周家骅、非执行董事先后离职。

向健军表示，公司高层影响着公司的发展方向，进而对企业经营业绩产生影响。王朝酒业高层更换频繁，反映出公司近来业绩不佳、问题较多，而且高层异动还会动摇员工的信心，造成公司人员的流失，也不利于经营决策的持续性，对公司长期发展不利。

在方正证券分析师张保平看来，从制度到渠道建设策略，王朝一直在变革。相对于长城、张裕等企业，王朝虽然动手较早，但效果并不好。“变革需要销售人员、经销商能够接受，在这个过程中，利益方能互利共赢，企业才能走下去。”

向健军最后指出，随着 2013 年经济形势偏好等因素影响，葡萄酒的需求将呈增长之势，但是国产葡萄酒需要一系列转变，才能抓住市场机会。

(中国酒文化网)