

怀念烈酒的日子

刚到新疆，听说新疆人都是大口吃肉，大碗喝酒，尤其是女孩子更为厉害。我是一个好强的女子，连喝酒也要与人比个高下。虽然酒量不算大，但传承了湖南辣妹子的性格，硬是“巴得蜜”。

第一次喝烈酒是和李工还有几个朋友一起，都是湖南老乡。飞机一着地，李工就嚷着要去喝酒。此人号称酒鬼，之所以谓之酒鬼，是因瘦得跟鬼一样。初到异乡，大家都想借酒来庆祝一下。我们几个全是在葡萄酒庄工作的人，却从不沾干红干白。李工要了一瓶500ml的烈酒，并分配我们一人要喝几杯。我开始还羞答答的，放不下大家闺秀的架子，后来终经不住他们的劝诱，其实我只是想逞强。他们说女人天生半斤酒，自然我也举杯豪饮，摇身一变成了酒肆胡姬。第一次是在大家的重点保护下没被灌倒，酒醉三分，恰到好处。可能这就是他们设下的陷阱，让我先尝尝烈酒的甜头。坐车的路上，感觉飘然欲仙，似梦非梦，从此对烈酒一发不可收拾。

和李工第一次喝酒后，每次出去下馆子他都要叫上我们这帮子老乡食客。李工这人最喜欢一个爽字，从不喜欢扭扭捏捏。我这人也干脆，想喝就喝，而且一发酒令我就喝，从不讲多话。李工自是最喜欢我这种人，并赠以美名于我：“猛女”！我不喜欢一小口一小口地抿，而是一口一杯。愈夸我酒量愈增，名声便在这几人排行榜中日新上涨，居第二，次于李工。李工长我们一辈，理应叫叔叔，因他是酒庄工程师的工程师，所以我们一直称他李工。虽然我们十来岁，在酒桌上却是朋友关系，毫不忌讳他既是领导又是长辈。因为这就是喝烈酒的好处。措辞不当、言语激烈大家都是可以原谅的，最最不能原谅的就是你不会喝酒，不能喝酒或不想喝酒。

新疆的面食我们始终吃不惯，很是怀念家乡的白米饭，香喷喷。于是我们又有理由不在食堂里委屈将就，而是找一家干净实惠好吃的汉餐馆开开荤，当然少不了烈酒。好菜配好酒，好酒下好菜，自是喝得亦不亦乐乎。李工平日沉默少语，往往搞技术的人都是如此，不擅言辞。但一喝酒话就多，象是把下辈子的话都要掏光似的。说到情深处，李工也会沉默起来。他看见一碗猪血汤便感慨万千。这是他的最爱。在我们眼里，这只不过是一道极普通的菜。可它却是李工妻子最拿手的好菜。李工说爱人嫌他抽烟抽得厉害，一定要喝猪血汤清肺。说完我们几个都抢着舀汤，嗯，确实比从前好喝多了，有一股亲情的味道。我倒是想起我老妈来了，养我这么大，却不在她膝下尽孝心。当然我们还会往李工碗里盛满汤再添几片猪血。李工一高兴，一定会把他的计划重复一遍又一遍，乐此不疲。就像小李一喝醉总是找他讨烟抽，这时我们就知道小李真喝醉了。而李工一说到计划时我们就知道他今天真的很开心！而且每次他都说得兴高采烈，神采飞扬，像以前从没有过一样。他一直想到本地的同事家里烧烧湖南菜。他问我们会做什么菜。小李说他会煮蛋，小张说他会捣蛋，我总不能说我会下蛋吧，可又想不出什么上得台面的菜，于是答道：“随便什么菜。”李工笑道：“好，小胡的这个菜就叫‘随便什么菜’。我来做个红烧大肉（新疆人称猪肉为大肉）。然后再来几瓶烈酒，一人一瓶，不醉不归。说定了，下个礼拜！”不知多少个下礼拜了，这个小小的计划在他离开之前，我们却一直沒有帮他实现。

李工决定离开新疆的前一天晚上，我们又在一起喝酒。我想这可能是最后一次和李工在一起喝酒了。我斟满一杯酒敬他道：“李工，我第一次喝酒和您在一起，今天的酒量也是您栽培的结果，敬师傅一杯！”李工笑着说：哈哈，我又挖掘了一喝酒的人才啊。我情不自禁地说了句：李工，这是我最后一次喝酒了。李工问：为什么？我把你介绍给张总，叫他以后带你出去应酬呢！我说：我已经决定戒酒了。那天晚上，我们都特别想喝醉，但头脑却清醒得很，想流泪，却只留在心底。我们知道谁也留不住李工的脚步，只能在卡拉OK的包房里大声叫喊，歇斯底里，以此来宣泄痛快和不愉快的。斯斯文文的李工也变得疯狂起来，让我们更加肆无忌惮了。直到大家齐声唱完最后一首歌：吴奇隆的《一路顺风》。

如今李工已离开半年多，我们的老乡聚会也少了，再也找不到往日的感觉。不知他在家乡过得还好吗？是否正与妻子相饮对酌，吃着红烧肉，喝着猪血汤呢？哎，我们何时才能常回家看看？

（编者整理）

Liquor Triangle



泸州老窖集团总裁张良在动员会上讲话

泸州“中国酒镇·酒庄”建设进展快

杨敏 李晓虎

四川省委、省政府提出“产城一体、两化互动”、打造“中国白酒金三角”，泸州市委、市政府提出“打造千亿白酒产业，建设现代化中国酒城”目标以及泸州老窖集团提出“一园三基地”等一系列发展战略，为该市酒业发展带来了千载难逢的机遇。泸州市纳溪区顺势而为，举全区之力推进“中国酒镇·酒庄”项目建设，打造全区酒业发展新引擎。

三大优势奠定“酒庄”蓝图

纳溪右接泸州城区、左临宜宾，是“中国白酒金三角”的核心腹地。308省道、川黔高速、宜泸渝高速、川黔铁路穿境而过，距泸州机场10公里，距泸州市中心12公里，辖区内28公里长江黄金水道拥有安达等7个港口码头，交通极为便利；享得天独厚的区位优势。

纳溪气候年平均气温在14.8℃-21℃之间，森林覆盖率达到54%；境内交织着长江水系130余条大小溪河，总长度640余公里，水资源十分丰富；“中国酒镇·酒庄”项目核心区——大渡口镇是万里长江泸州段“第一镇”；地势南高北低，浅丘平坝错落有致，适宜酒庄群落建设和有机原粮规模种植；享独一无二的自然优势。

历史悠久的酿酒优势。纳溪白酒酿造始于秦汉，盛于明、清。经过多年的培育、发展，全区现有酿酒企业43家，其中规模以上企业11家，泸州市“小巨人”企业4家。2012年，全区累计完成白酒产量10万千升，同比增长18%；实现销售收入27亿元，同比增长29%；完成入库税金3亿元，同比增长65%。全区建成红高粱基地7.56万亩，新建窖池1200口；全区有国家级白酒尝评员2人，省级5人，中国白酒金三角白酒专家委员会委

员6人；享历史悠久的酿酒优势。

走高中端生态白酒之路

“中国酒镇·酒庄”项目坚持走高端生态白酒发展之路，将酒庄建设与新农村、高粱种植基地、旅游观光等有机结合。通过创建“中国白酒酒庄文化服务综合标准化示范区”，形成“一心、两带、两轴、四区”的发展格局。“一心”指酒镇·酒庄服务中心，“两带”指产业发展带和滨水景观带，“两轴”指两条酒庄大道景观轴，“四区”指酒镇总部体验园区、场镇发展区、酒镇酒庄集中发展区和投资性酒庄群落聚集区。

“中国酒镇·酒庄”项目规划占地1.6万亩，计划投资170亿元，建成白酒酒庄200个，同时建成2.8万吨、长5公里的藏酒洞，

稳定全国的市场价格。此外，五粮液等也纷纷投入人力物力，筹建各种电商平台。然而，酒仙网数据显示，对白酒网购的心里价位在200元以下的消费者占了40%，售价在200元以内的白酒也占到了销售量的30%左右。“超过200元的很难走量”，酒仙网常务副总裁杨国铎说。

此外，电商所依靠的消费群体主要是80后、90后，和白酒在线下拥有的传统消费群体有所差异。业内人士分析指出，酒企提前布局电商是为了培养消费习惯，但至少短期内将面临培养新的消费群体和价格天花板的挑战。

事实上，有白酒企业推出专门为电商渠道定制的新产品，企图绕开价格门槛。宋河酒业股份有限公司电商事业部总经理刘钢威表示，近期将推出一款针对80后的产品。重庆江津酒厂和洋河蓝色经典为攻占年轻消费市场，也纷纷在产品包装等方面动脑筋。

关注：暴力运输成酒类电商瓶颈

尽管不少白酒巨头都对开拓电商渠道趋之若鹜，但目前真正取得进展的却不多，

“中国梦”激励泸州老窖剑指千亿目标

李晓虎

5月14日，泸州老窖召开动员大会，号召全体员工努力实现酒业巨子的“中国梦”，开展践行“实现伟大中国梦、建设美丽繁荣和谐四川”主题教育活动。

泸州老窖集团总裁张良在大会上表示，在实现中华民族伟大复兴的宏观层面下，

“中国梦”于泸州老窖而言，就是实现酒业巨子的梦想；于每位公司员工而言，就是一个个泸州老窖国窖人实现个人价值，实现家庭全面小康的梦想。

泸州老窖的“中国梦”可分为三部曲：一、在2013年白酒行业深度调整之际，强力推进拼抢夺，开创销售蓝海；二、全员拼搏、全员营销，坚持泸州老窖集团2016年千亿



销售目标不动摇，确保千亿目标实现；三、当三五年后行业迎来新的历史发展机遇时，泸州老窖将吹响找回浓香鼻祖荣耀的战斗号角，拥抱白酒行业的又一个金秋。

为此，泸州老窖将打造管理、技术、营销“梦之队”，以“简单、超越、分享、改革、创新、服务”助力梦想实现。

基础设不断完善。全面完成纳江路白加黑路面改造工程；完成凤清路建设；922米酒庄大道正加快建设；城区至大渡口镇项目区年供气3500万方专用天然气管道铺设完毕；110KV变电站及电力主通道全部建成；供水能力达到3000吨/天。污水处理厂勘查设计项目、防洪堤项目已挂网招标。成立了注册资本1000万元的泸州酒镇酒庄文化投资有限公司，旺龙酒庄、致昂酒庄、纳贡酒庄、仪狄酒庄全面推进，华明酒庄已完成规划设计工作。1万亩红高粱种植工作正有序推进。

基础设施不断完善。全面完成纳江路白加黑路面改造工程；完成凤清路建设；922米酒庄大道正加快建设；城区至大渡口镇项目区年供气3500万方专用天然气管道铺设完毕；110KV变电站及电力主通道全部建成；供水能力达到3000吨/天。污水处理厂勘查设计项目、防洪堤项目已挂网招标。成立了注册资本1000万元的泸州酒镇酒庄文化投资有限公司，旺龙酒庄、致昂酒庄、纳贡酒庄、仪狄酒庄全面推进，华明酒庄已完成规划设计工作。1万亩红高粱种植工作正有序推进。

体系建设有序进行。自2012年5月奠

白酒巨头抢占电商高地恐遇价格“天花板”

稳定全国的市场价格。此外，五粮液等也纷纷投入人力物力，筹建各种电商平台。

然而，酒仙网数据显示，对白酒网购的心里价位在200元以下的消费者占了40%，售价在200元以内的白酒也占到了销售量的30%左右。“超过200元的很难走量”，酒仙网常务副总裁杨国铎说。

此外，电商所依靠的消费群体主要是80后、90后，和白酒在线下拥有的传统消费群体有所差异。业内人士分析指出，酒企提前布局电商是为了培养消费习惯，但至少短期内将面临培养新的消费群体和价格天花板的挑战。

事实上，有白酒企业推出专门为电商渠道定制的新产品，企图绕开价格门槛。宋河酒业股份有限公司电商事业部总经理刘钢威表示，近期将推出一款针对80后的产品。重庆江津酒厂和洋河蓝色经典为攻占年轻消费市场，也纷纷在产品包装等方面动脑筋。

关注：暴力运输成酒类电商瓶颈

尽管不少白酒巨头都对开拓电商渠道趋之若鹜，但目前真正取得进展的却不多，

而在近期的市场走访中，我们发现尴尬的一面：很多消费者因为不了解，对名酒价格存在着明显的认知偏差，总觉得名酒就贵，不知道名酒也有价格适合的产品。消费很贵，和厂商之间也存在信息不对称，在购买时他们先就把这些品牌自动屏蔽了。市民张宇的一次买酒经历就是一个典型案例。

张宇上月为爷爷操办寿宴，一些白酒销售人员通过他留在酒楼的电话找到他，他只做了一个简单的比较就选择了某品牌白酒。张宇说，他平时不怎么喝白酒，对白酒价格不了解，了解信息的渠道也有限。他选择那款白酒是觉得价格合适，而且还有一定名气。后来无意中知道一些一线品牌也有类似价格的产品后，他和一位经销商协商进行了换货。“如果早知道就不用这么麻烦了。”他说。

另一位市民宋先生也经历过和张宇差不多的遭遇：“我对白酒也只知道那些有

“中国梦”于泸州老窖而言，就是实现酒业巨子的梦想；于每位公司员工而言，就是一个个泸州老窖国窖人实现个人价值，实现家庭全面小康的梦想。

泸州老窖的“中国梦”可分为三部曲：一、在2013年白酒行业深度调整之际，强力推进拼抢夺，开创销售蓝海；二、全员拼搏、全员营销，坚持泸州老窖集团2016年千亿

销售目标不动摇，确保千亿目标实现；三、当三五年后行业迎来新的历史发展机遇时，泸州老窖将吹响找回浓香鼻祖荣耀的战斗号角，拥抱白酒行业的又一个金秋。

为此，泸州老窖将打造管理、技术、营销“梦之队”，以“简单、超越、分享、改革、创新、服务”助力梦想实现。

基础设不断完善。全面完成纳江路白加黑路面改造工程；完成凤清路建设；922米酒庄大道正加快建设；城区至大渡口镇项目区年供气3500万方专用天然气管道铺设完毕；110KV变电站及电力主通道全部建成；供水能力达到3000吨/天。污水处理厂勘查设计项目、防洪堤项目已挂网招标。成立了注册资本1000万元的泸州酒镇酒庄文化投资有限公司，旺龙酒庄、致昂酒庄、纳贡酒庄、仪狄酒庄全面推进，华明酒庄已完成规划设计工作。1万亩红高粱种植工作正有序推进。

基础设施不断完善。全面完成纳江路白加黑路面改造工程；完成凤清路建设；922米酒庄大道正加快建设；城区至大渡口镇项目区年供气3500万方专用天然气管道铺设完毕；110KV变电站及电力主通道全部建成；供水能力达到3000吨/天。污水处理厂勘查设计项目、防洪堤项目已挂网招标。成立了注册资本1000万元的泸州酒镇酒庄文化投资有限公司，旺龙酒庄、致昂酒庄、纳贡酒庄、仪狄酒庄全面推进，华明酒庄已完成规划设计工作。1万亩红高粱种植工作正有序推进。

基础设施不断完善。全面完成纳江路白加黑路面改造工程；完成凤清路建设；922米酒庄大道正加快建设；城区至大渡口镇项目区年供气3500万方专用天然气管道铺设完毕；110KV变电站及电力主通道全部建成；供水能力达到3000吨/天。污水处理厂勘查设计项目、防洪堤项目已挂网招标。成立了注册资本1000万元的泸州酒镇酒庄文化投资有限公司，旺龙酒庄、致昂酒庄、纳贡酒庄、仪狄酒庄全面推进，华明酒庄已完成规划设计工作。1万亩红高粱种植工作正有序推进。

体系建设有序进行。自2012年5月奠

各项工作快速推进

项目规划初具雏形。中国酒镇·酒庄动力核片区控制性详细规划已经完成；印象酒镇规划即将完成；凤凰湖旅游开发规划正在继续深入。

招商引资效果明显。成功引进泸州老窖公司及中粮集团、渤海基金、中远物流等企业入驻；成功招商组建泸州白酒庄园投资管理有限公司，并与30余家投资业主签订投资意向合同。

体系建设有序进行。自2012年5月奠

主要依靠的还是专业电商平台，与其他行业相比，酒类电商发展也是最慢的。

“最大的瓶颈是物流暴力运输。”杨国铎说，网上销售酒水最重要的要保证不漏，其次是客户体验。在此之前，酒水一直不能走航空运输，只能通过陆路运输。加上酒水较重，价值却小，提成自然不多，很多快递员都不愿意接白酒订单。“在运送酒水时很多人带有情绪，装卸时都很暴力，很多人宁愿送一部手机，也不愿送一箱白酒。”

（中国酒文化网）

名酒“逆袭”亲民路线遇尴尬 消费者恐价高敬而远之，“亲民”风暴下，名酒纷纷降下身段，然而——

名酒“逆袭”路遇尴尬

王焕明

去年底今年初白酒行业刮起一场以价格为核心的轰轰烈烈的“亲民”风暴，各大名酒企业的纷纷加了对中高端产品的投入和开拓力度，各大酒商开始转战中低端产品市场。酒企酒商普遍认为，在高端遇冷后，单价在100元—300元之间的中低端产品将成为未来市场的希望之星。然而众多白酒自降身价之后的逆袭之路，却走得并非意料中般一帆风顺。

发力：名酒力推价格“亲民”

茅台集团日前宣布增资3.73亿元再次扩大主要生产茅台王子酒、迎宾酒等中低端产品的301厂产能；五粮液在原有“1+9+8”的品牌战略基础上采取聚焦的做法，进一步聚焦五粮液、六和液、五粮醇、五粮春、绵柔尖庄五大品牌，通过梳理凸显

尴尬：消费者误会名酒会很贵

尴尬：消费者误会名酒会很贵