

挖掘“王泗白酒”“国家地标”的含金量

蜀之源酒业发挥县域经济引领作用



■ 本报记者 李国政 胥平 通讯员 赵小林

明末，各地农民起义风起云涌，川西天龙烧坊伙计王泗毅然投身义军，因其英勇善战，功勋卓著，擢升将军。清军入川，义军惨败，张献忠杀人如麻，而王泗将军所镇守的川西尚河村一带百姓毫发无损。当地百姓感念其功德，遂将其所镇守之地改称王泗营，将天龙烧坊改称“将军坊”。“王泗营”

如今之成都市大邑县王泗镇；“将军坊”所酿之酒被誉为蜀酒之源而传承至今；蜀之源酒业就建在“将军坊”原址上。

王泗镇气候温和、空气湿润、土壤肥沃，优质地下矿泉水丰富，适宜酿酒的微生物群系在这里生长、聚集；乃天然酿酒生态园；于是它成就了川酒优质原酒之一的原产地。

位于这一原产地的成都蜀之源酒业有限



公司现有国家级专家1名，国家级评委1名，省级评委5名；拥有发酵窖池2800余口，同时具备浓香型、酱香型、清香型和芝麻香型原酒的生产能力，年产各型原酒8000多吨，储存能力达25000多吨。占地灵，得人杰，蜀之源酒业年复一年地酿造着醇净天然的玉液琼浆，源源不断地向全国各地的名酒厂输送优质基础酒。

做名酒的“绿叶”固然崇高，但与价值

和效益相悖。大邑县新一届领导班子坚持科学发展，从本县实际出发，扬长避短，审时度势，调整产业、产品结构，形成了打造白酒支柱产业，走品牌化集群发展之路的共识。

在蜀之源酒业总经理尚红光看来，作为龙头企业，担纲“王泗白酒”申报国家地标品牌是自己义不容辞的责任，为县域经济的发展做贡献是蜀之源酒业应尽的义务。

2012年8月蜀之源酒业投资近500万元在大邑县主要公共场所，高档宾馆，饭店进行了大规模宣传，专门为“王泗白酒”品牌投资400万元购置检测设备，建立了企业技术中心，并申报省级企业技术中心，全面保障“王泗白酒”品质。同年10月20日，“王泗白酒”成功通过国家地理标志保护验收。

“王泗白酒”的成功申报国家地标，标志着大邑白酒产业从原来的卖原酒向卖品牌酒转向，产品由低附加值向高附加值转移，也标志着蜀之源酒业开始发挥县域经济引领作用和挖掘“王泗白酒”国家地标品牌含金量迈出了坚实的一步。

在结束采访时，尚红光谦虚而又自信地表示，“王泗白酒”成功申报国家地标将或许是蜀之源酒业的一小步，县域经济的一大步。

华润雪花大扩张：净利陡降 “质量门”频现

■ 姜方

做大还是做强，这对很多企业来说是个艰难的选择。但对华润雪花来说，也许这个选择并不难。华润“做大”的迹象非常明显，但“做强”却很遥远。

华润雪花、燕京啤酒、青岛啤酒三家企业公布的今年一季度业绩显示，仅有华润雪花的净利润比去年同期下滑，远低于燕京啤酒和青岛啤酒。另外，据不完全统计，2011年至今，华润雪花用于收购的费用已经远超过其近几年的净利润之和。

华润雪花一季度净利润同比下降 燕京、青啤均增加

5月16日，华润创业发布一季报，报告显示，华润雪花一季度营业额为65.48亿港元，净利润2300万港元，而去年同期营业额为57.78亿港元，净利润3300万港元，同期分别增加13.3%及下降30.3%。

对此，华润雪花表示，报告期内整体经营成本包括主要原辅材料成本等普遍上升，且在市场竞争影响下适度增加促销和市场宣传费用的投入，导致经营利润额的增速受压。

据了解，2013年以来，啤酒行业整体运营成本的确不断上升，市场竞争日益激烈，各大厂商不得不加大市场宣传费用的投入，进而使得啤酒市场利润受阻。但是与华润雪花不同的是，在同样的背景下，青岛啤酒及燕京啤酒2013年一季度营收及净利润均实现增长。

数据显示，青岛啤酒一季度实现营业收入631191.21万元，同比增长12.71%；实现归属于上市公司股东的净利润48797.75万

元，同比增长8.3%。而燕京啤酒一季度实现营业收入286867.98万元，同比增长9.8%；实现归属于上市公司股东的净利润4549.23万元，同比增长20.16%。

华润雪花并购费用远超利润 同行望而止步

虽然华润雪花2013年的开局并不尽如人意，但是其在并购投资啤酒厂方面却毫不手软。至今年3月底，该集团在中国内地经营超过80家啤酒厂，年产能约1800万千升。

今年年初，华润雪花更是以出价55亿元人民币，实际出资53.8亿元的高价收购金威旗下的7家啤酒酿造厂。事实上，在华润雪花大手笔收购金威之前，燕京、百威英博等就相继传出竞价金威资产的消息，其中燕京呼声最高，但是最终都没有达成一致。金威啤酒行政总裁叶全旭曾在接受媒体采访时表示，金威啤酒50亿元的“卖身价”确实令燕京啤酒有点吃不消。

不过，在华润创业的强大财力的支持下，这一价格终于为华润雪花接受。据华润雪花官网资料显示，华润雪花啤酒(中国)有限公司成立于1994年，是一家生产、经营啤酒的全国性的专业啤酒公司。其股东是华润创业有限公司和全球第二大啤酒集团SABMiller。目前华润雪花啤酒在中国经营约80家啤酒厂，旗下含雪花啤酒品牌及30多个区域品牌共占有中国啤酒市场的21%份额。

据不完全统计，自2011年至今，华润雪花啤酒并购及直接投资啤酒厂所花费的费用已经远远超过其近几年的净利润。

公开资料显示，2011年6月，华润雪花啤酒投资3亿元收购北方绿色食品股份有限公司清河墨尼啤酒分公司80.1%股权；同样是2011年6月，华润雪花啤酒投资3亿元人民币并购阜新梅雪啤酒有限责任公司85%的股权；2011年7月，华润雪花啤酒以8.70亿元人民币收购杭州西湖啤酒朝日(股份)有限公司55%股权。此外，华润雪花还在各地直接进行投资建厂，2011年6月，华润雪花啤酒娄底生产基地正式开始建设，总投资3.3亿元人民币；2012年3月，华润雪花啤酒投资3.7亿元在宁夏新建工厂。

与上述大手笔的并购投资相比，华润雪花啤酒近年来的净利润却并不丰厚。2009年，华润雪花啤酒实现营业额188.78亿港元，净利润5.4亿港元；2010年其营业额为215.35亿港元，净利润为6.85亿港元；2011年营业额为266.89亿港元，净利润为7.85亿港元；2012年营业额为280.64亿港元，净利润为8.23亿港元。不难看出，自2009年至2012年，华润雪花啤酒的净利润和大约28亿港元左右，但是其收购金威啤酒的费用就已经远远超出这个数字。

酒中飘“异物”酒瓶爆炸伤人 雪花啤酒屡现质量问题

事实上，行业内有关华润雪花追求规模的质疑声一直不断。而随着各大啤酒品牌全国布局日益完善、消费市场日趋饱和、品牌之

间的明争暗斗越来越激烈，华润雪花在追求规模和市场的过程中，问题也随之出现。

虽然华润雪花啤酒在很多场合都宣称自己秉承“用户至上，质量第一”的经营理念。但是近年来与其产品质量有关的投诉却不断增多，仅在搜索引擎就多达155万个投诉关键字的沉淀物。

2012年3月15日，据《齐鲁晚报》报道，市民马先生和朋友喝“雪花冰天雪地”啤酒时发现酒味已发酸，而且瓶中液体中还有一些白色的沉淀物。

2012年6月14日，据《华西都市报》报道，自贡市民李先生喝雪花啤酒时，突然发现酒杯中出现了一片黏糊糊的漂浮物，悬浮物中心呈黑褐色，周围有一层银耳颜色的毛茸茸边缘。

2012年6月21日，据《中新网》河南频道报道，郑州市民袁先生投诉称未开封的雪花啤酒中有一块黑色不明物体。

2012年8月7日，据《鲁中晨报》报道，郑女士称自己购买了几箱雪花啤酒，丈夫喝后有点闹肚子，仔细观察发现未打开的啤酒瓶里竟然有白色絮状物小颗粒的悬浮物。

2012年8月9日，据《青岛新闻网》报道，邵先生称买了3包雪花劲爽啤酒在家招待几名朋友，发现打开的啤酒中有黑色异物，其他啤酒中也有白色漂浮物。

2012年8月11日，据《金陵晚报》报道，雪花啤酒瓶未开盖便爆炸，消费者李先生受伤，10天后，李先生在雪花啤酒内发现一层黑色的絮状物。

酒 百科

威士忌

威士忌(Whisky, Whiskey)，世界八大蒸馏酒之一。是一种以大麦、黑麦、燕麦、小麦、玉米等谷物为原料，经发酵、蒸馏后放入橡木桶中陈酿、勾兑而成的一种酒精饮料。

威士忌(Whisky)这个字来自苏格兰古语，意为生命之水(Water in Life)。威士忌一词，是古代居住在爱尔兰和苏格兰高地 的塞尔特人的语言，古爱尔兰人称此酒为VISAGE-BEATHA，古苏格兰人称为VISAGE BAUGH。经过千年的变迁，才逐渐演变成Whiskey。不同国家对威士忌的写法也有差异，爱尔兰和美国写为Whiskey，而苏格兰和加拿大则写成Whisky，尾音有长短之别。虽然目前对于威士忌的起源已不可考，但是较能确定的是，威士忌在苏格兰地区的生产已经超过了几百年的历史，因此一般也就视苏格兰地区是所有威士忌的发源地。

“威士忌”是所有以谷物为原料所制造出来的蒸馏酒之通称。虽然在传统观念上，许多人都认为威士忌不是以大麦为原料制造，但实际上却并非如此。这样的情况有点类似白兰地，虽然许多人都认为只有以葡萄为原料所制造出来的蒸馏酒才叫白兰地，但事实上，白兰地这名词泛指所有以水果为原料所制造出来的蒸馏酒。但是如果只有Brandy的白兰地就只是用葡萄为原料所制造出来的，其他水果制造的白兰地均要加前缀，比如苹果白兰地则为Apple Brandy。

威士忌这名词本身的定义并不严谨，除了只能使用谷物(Cereals/Grains)作为原料这个较为明确的规则外，有时刚蒸馏完毕还处于新酒状态的威士忌，本身特性其实与其他的中性烈酒(Neutral Spirits，如伏加特、白色兰姆酒)差异并不大。几乎所有种类的威士忌都需要在橡木桶中陈年一定时间之后才能装瓶出售，因此我们可以把陈年这道手续列为制造威士忌酒的必要过程。除此之外，要能在蒸馏的过程之中保留下谷物的原味，以便能和纯谷物制造且经过过滤处理的伏特加酒或西洋谷物酒(例如Everclear)区别，是威士忌另一个较为明确的定义性要求。

除了上面两个重点以外，威士忌这个酒种并没有很明确的分类边界可以明确定义。相比之下，一些比较细目的威士忌分类反而拥有非常严谨的定义甚至分类法规。这样的定义特性类似于中国对白酒的定义方式，同样都是同属一类但主要成份可能差异会很大。

(编者整理)



帝亚吉欧集团亚太中国区总裁陈寿祺(左三)、香港影星温碧霞(左四)、苏格兰酿酒大师道格拉斯·默里(左五)

春意醺人，酒香弥漫。温莎金醇珍藏，于尊贵中品鉴香醇，于经典中尽显高雅！5月22日，温莎珍藏金装上市发布会暨温莎金醇珍藏上市晚宴在成都世纪城天棠洲际酒店5F水晶厅举行。发布会现场，香港著名影星温碧霞亲临品鉴，与在场嘉宾们共同见证温莎金醇珍藏的荣耀上市。

“我一直在寻找一种威士忌，它的酒液如黄金萃炼般倾心打造，自然原料和香氛完美平衡，独家特选的上乘谷物威士忌的高尚品质，运用传统调酒技术并在保留原有味道的情况下创造出更醇香和富有层次的味道。”抱着这个目标，苏格兰传奇酿酒大师道格拉斯·默里如黄金提

取般在橡木桶中精挑细选，璀璨铸就成一款与众不同的珍贵的苏格兰威士忌，这就是温莎金醇珍藏的诞生。

道格拉斯·默里用“淬炼”一词对温莎金醇珍藏做了注释。“我们在多达七十万个橡木桶中萃取，用优秀的酒液来调制独特的混合型威士忌。在调制的基酒液中包含来自苏格兰皇家蓝勋酒庄的一款珍贵的单一麦芽威士忌。”自1848年迎来维多利亚女王的亲临品鉴并获得女王授予的皇家认证后，蓝勋酒庄始终传承着辉煌的皇家特质。

道格拉斯·默里介绍，“每个酿酒厂都有它独特的味道，甚至每个木桶酿制出来的味道也有细微的差别。我希

金致甄选 铸就尊享

——温莎金醇珍藏荣耀发布

望运用调酒技术在保留原味的情况下，创造出更醇香和富有层次感的美食，温莎金醇珍藏威士忌正是这样。”

发布会品鉴环节，在场嘉宾有幸在第一时间通过完美品鉴的方式体验了这款混合型威士忌的丰富和醇厚 的风味。黄金般纯粹的酒液注入晶莹剔透的酒杯中，用铝箔纸包裹的肉桂棒蘸取少许蜂蜜后徐徐搅拌，入口的瞬间，舌尖萦绕的是融合了麦芽、波本橡木桶和香草的芬芳，并隐约透着蜜桃香和烤苹果的气息，若细细品味，又有森林中的蜂蜜香甜与一丝丝的巧克力和焦糖的风味。正是这种黄金般的璀璨色泽与味觉上的奢华享受，令温莎金醇珍藏成为了名副其实液态黄金。

值得一提的是，除了威士忌本身的尊贵奢华，即使酒瓶也演绎着优雅与精致。自然而流畅的黄金曲线，精致的瓶口顶饰和酿酒大师的签名，都毋庸置疑地象征着温莎金醇珍藏的黄金品质。

黄金般璀璨的温莎金醇珍藏威士忌，象征着调酒大师对臻至美的执着追求。道格拉斯·默里用他在调酒领域的专业知识与深厚底蕴打造的这款珍贵威士忌，为经典与奢华进行了完美诠释。

另外值得一提的是，温莎所属的帝亚吉欧集团作为全球最大的洋酒公司在缔造一个又一个品牌传奇的同时，也一直积极践行着企业社会责任，为推动社会发展发挥着积极的作用，近期四川雅安地震发生后的第一时间内公司就做出了向灾区捐赠100万元现金与10万物资

的决定，用于灾民救助和灾后重建。温莎品牌在未来的发展道路中，也会始终将这份社会责任与爱心关怀贯彻到底。

