酒业,过了这个冬天就是春天

当秦岭、淮河以北的居民家里开始供暖,当漫天的雪从遥远的北疆开始飘飘摇摇次第南下,冬天就真的来了。

今年与往常有些不一样。10 多天前,在浙江同山镇参加酒文化活动,竟有大片大片雪花从天而降,气象台也说四季如春的昆明降下了百年不遇的雪。虽是丰年瑞雪,也让南方的人们一时难以适应。

就像我们的酒业,正在经历一次漫长和严酷的冬天。

有消息说,从整体看,除了啤酒温和增长,白酒和葡萄酒的销售、利税都出现不同程度下滑。在经历近 10 年高速发展之后,中国酒业进入深度调整期。现在看来,调整恐怕还要持续一段时间。

一年来,我们已逐渐从最初的彷徨、慌乱中走出来,稳住了心神。

在历史上,酒业曾经多次陷入低谷,在秦朝、西汉、三国、明朝、清朝等各个历史时期,酒业都曾被严厉管控,甚至明令禁止。进入现代以来,酒业则受到社会和经济发展的制约,而呈现周期性特点。上一次行业冬天发生在上世纪九十年代中期,由于税制改革、宏观经济调控等因素的综合影响,酒业迅速由盛转衰,市场一片萧条。那次冬天持续了数年之久,进入新世纪之后,酒业才逐渐恢复元气,迎来了高速发展的黄金十年。

一次次寒冬考验,并没有"冻僵"我们这个行业,却历练出它更加强健的体魄。

在浩渺的酒业长河中,我们今天经历的痛只是短暂瞬间,繁荣壮大才是酒行业的历史趋势。

酒业屡屡战胜寒冬,这绝非偶然,因为它具有强大的文化之魂。文化赋予酒物质和精神的双重属性,使它与一方水土紧密相连,与人们的感情密切相关,成为社会生活中无可替代的重要角色。随着人们生活的进步,酒文化也在不断进化升级,使酒业始终保持着旺盛的生命活力。

一年来,我们已逐渐从最初的彷徨、慌乱中走出来,开始新的起步。

我们在认真研究,推动酒类产品质量和酒体风格的创新回归,并结合酒类品鉴教育的大力传播,为消费者带来舒适美好的饮酒体验,使人们不再视饮酒为痛苦,因为面子、应酬而勉强吞咽,使饮酒成为一种高品位的身心享受。

我们在积极调整,推出了一批具有极高性价比的中低档产品,以及具有强烈时尚气息的"青春小酒"。酒类产品越来越多地走进人们日常生活,酒类消费从贵族化、特殊化,走向大众化、常态化。"民酒"崛起,使酒业发展与大众普遍需求紧紧联系在一起,使酒业得到更多消费者的情感支持。

我们在不断探索,为酒业发展引入新的商业模式。通过利益捆绑和资本结合,有效改善了酒企和经销商的关系;借助于电商等新兴的渠道平台,拉近了酒类品牌与消费者的距离,提升了酒行业的市场服务效率与水平;通过创新形式的体验式营销,让更多人感受到酒品质、酒文化的精彩内涵,使酒类消费群体不断扩大,重塑了和谐、健康、文明的酒业形象。

我们不惧怕冬天,从来没有过不去的寒冬。没有谁会打倒我们,除了我们自己。如果食品安全出问题,如果文化依旧在权贵上打转转,如果销售仍一味盯着政务,那就只有准备墓志铭了。

想象一下,10 年后,酒业的人们会怎么记录今天的故事?该不是会是写满感谢吧。感谢今天的调整,校正了前进的方向。

我们不惧怕冬天,总有阳光在心里。我们握紧拳头,把信心抓得满满;我们迈开脚步,向着远处那抹新绿;我们绽开笑脸,祝福新的一年。真的,过了这个冬天就是春天。(华夏)

喝茶与吃茶

■ 耿林莽

茶是属于中国的,尤其属于中国的南方。福建、浙江、安徽、江苏都有产茶区,四川似乎并非著名茶乡,那遍及城乡的茶馆却极一地之盛。就连穷乡僻壤的陋屋小亭中,也可以啜饮不已,摆"龙门阵"更是巴蜀民风的一大特色。有趣的是在南方的某些地区,不说"喝茶"却说"吃茶",似有用字欠精确的遗憾。茶怎么可以吃呢?说"喝"也觉粗俗了点,大众化了点,惟"饮茶"、"品茗"方有那种高雅气息,绅士或文人风度的意味。

不过这"吃茶"却又真有其事的。当茶传到西方,英国人不知如何吃法,用水煮沸后,居然倾出茶汁,先吃那茶叶渣子,且咂咂舌头说:"好是好,可惜苦些。"这是从杨绛女士的文章中读到的。外行吃法,令人叫苦。"吃茶吃茶",何尝不算一种外行的叫法呢?

茶有红茶绿茶之分。红茶需拌之以糖,便有点咖啡的色彩了。西藏青海地区的奶茶,也已经距饮茶的本色远了。周作人先生说:"喝茶以绿茶为正宗"是有见地的。照我的看法,茶的绿、清,微苦中的余甘味,和冉冉上升的一缕热气,是她东方文化特色的象征。宁静,清悠,闲适,雅致,一种近于女性之温柔的性格,才是茶的文化精神之要义。周作人还说:"喝茶当于瓦屋纸窗之下,清茶绿茶,用素雅的陶瓷茶具……"这是配套的,是一种氛围,一种气质,一种情趣。若是纸窗有清风飕飕,或细雨霏霏,窗外传来山泉潺潺和几声蝉鸣,轻轻端起杯子吮这么一口,就更有那么点意思了。

白居易有两句诗:"晚来天欲雪,能饮一杯无"。那是咏的酒。在"红泥小火炉"边饮一杯茶固无不可,但品茗的典型环境,仍以夏日的庭院最是理想。我常想,若有一丛翠竹洒下浓荫,或是一池清荷在塘中散发丝丝凉意,小小藤椅之上清茶在手,那时的"能饮一杯无"才够意思。

延伸茶叶产业链 茶农得实惠

"我家种了十七八亩的蒲坑茶,10 年以前每年茶叶的收入如果能全卖完也就三四万元,现在每年的收入翻了倍,有七八万元。"清新县石潭镇蒲坑村的邱老伯告诉记者,他在 2010 年前后加入了专业的茶叶合作社。

据了解,清远 2013 年积极实施茶叶产业带项目建设,在茶叶产业链建设、茶叶生产基地建设,茶叶技术示范推广等方面取得明显成效。实现全市茶园面积 4.8 万亩,其中新增 1 万亩;产值以更大比例增长,达到了 18%。并且无公害、标准化茶叶生产占茶园总面积的 30%以上。

建设育苗基地 优化茶叶品种

"农民传统的方法是拿茶种种植,而茶种是由于茶花授粉结成的,在形状方面有不可控因素。"石潭镇蒲坑茶叶专业合作社的负责人蒋先生告诉记者,他所在的合作社在清新区建设 30 亩育苗基地。通过科学育苗技术,产出的茶叶质量更稳定,更能优化茶叶品种结构。而 2013 年清远全市建设了高标准茶树苗圃基地 200 亩。

种质资源是茶产业的源头,可长期保存一批优良茶树品种,可筛选一批适宜推广的茶树良种,还可以利用该资源培育优质茶苗。而 2013 年清远在此方面也有了比较大的进展,种质资源基地建设面积为 40 亩。已移栽可可茶 1 号、可可茶 2 号品种母茶树 5316 棵,并建立成母本园,繁育了茶苗一批,并采用嫁接的措施,扩大了可可茶种植面积;同时,已引进或收集了茶树种质资源品种 20 个。

延伸茶叶产业链 助力山区经济

清远八山一水一分田,茶叶对山区农民增收的重要性不言而喻。据清远农业部门工作人员介绍,通过产业产业带的建设,既可带动农户发展茶叶生产,解决劳力出路;同时还可以延伸产业链,进行茶叶精深加工项目建设,带动相关行业发展,提高劳动就业率,促进山区经济的发展。同时,茶叶现代化生产发展项目建设还将进一步辐射带动茶叶标准化生产,优化品种结构。

有好的茶叶品种农民不会种也不行,在技术培训方面,据农业部门负责人透露,清远目前已制定了培训计划和制定了培训资料,确定了科技示范户。并与有关科研院校签订技术服务合同,开展全方位技术服务。同时抓好技术服务。组织做好优良种苗示范、推广工作;完善农业技术推广服务体系建设,加大新良种、新技术的推广力度;加大培训力度。强化示范基地建设,提高辐射带动特色茶生产向标准化发展力度。

据了解,2013 年清远新建示范茶园面积达到 4200 亩,同时通过嫁接和基础设施建设,完成 1000 亩老茶园改造。同时,清远目前已经建立健全"样板示范—技术培训—普及推广"相结合推广模式,正在探索"以厂带户"、"公司+农户"等生产—加工—销售模式的茶叶生产加工链;探索完善农民合作组织经营模式和订单农业经营模式,努力提高茶叶产业化经营水平。

(刘阳)

不同茶叶的贮存方式注意

1、绿茶。是所有茶类当中最容易产生变质的。所以绿茶的储藏时间比较短,最好的保存方式便是密封后放于冰箱内。

2、红茶及乌龙茶。两者都是有经过发酵的茶,陈化的比较缓慢,所以贮存时间比绿茶来得更久。在长期贮存过程中需要注意避免阳光及周围异物品。

3、普洱茶。所谓越老就越香。普洱茶在贮存的时候可以将其整个拆散掉,放于陶罐之中。需要注意的是不宜选择金属类容器来贮存茶叶。

中国首个茶叶商学院在峨眉山成立

1 月 5 日,中国首个茶叶商学院以及高山林间茶研究所在四川峨眉山正式成立,来自国内 280 余专家、客商齐聚峨眉共同见证。

峨眉山旅游股份有限公司董事长马元祝称,中国人自古以来就有饮茶的风俗,全世界 60 多个产茶国和地区中,中国的茶叶面积和产量都居世界第一,茶园面积占全球的 55%,产量占全球的三分之一还要多。但我们国家的茶产业发展、茶企业培育、茶人才培养和茶品牌塑造还远远落后。特别是茶企业和茶品牌,数量众多、良莠不齐、弱小散差的现状十分突出。"究其根本原因,就是缺乏对茶叶专门人才的培养培训机制和学习深造的重要平台。"马元祝说,为更好地延续传承中国的茶文化,引导民众消费茶饮这一"健康国饮",整合茶产业各类要素资源,从源头上解决中国茶产业发展面临的瓶颈,所以我们率先创办了"茶叶商学院",长期培训和输送专业的、高层次的茶业人才,

据了解,峨眉山组建茶叶商学院,就是为进一步提升峨眉茶叶的品牌价值,整合传播中国独特的茶文化。"我们将投资 9000 万元在成都打造一家作为以'茶文化'为主题的酒店。"马元祝称,该酒店将作为传播中国茶文化、弘扬茶文化的一个重要窗口。

●马元祝为高山林间茶茶叶研究所授牌

马元祝表示,除组建茶叶商学院外,我们还将组建景区管理商学院、旅游营销商学院、酒店投资管理商学院、索道经营管理商学院等,邀请中国农业科学院专家、中国工程院院士以及北京大学、清华大学等高校教授担纲授课。

据悉,中国茶叶商学院成立后,将通过挖掘品牌价值、整合多方有效资源,承担起传播品牌及企业文化、促进战略合作伙伴关系建设的作用。通过企业员工培训体系的建立,推动企业、集团的人才储备、培训和晋升。

(文/图 刘忠俊)

2013 年最有趣的葡萄酒新闻

1、追踪仿冒葡萄酒

一个混进收藏家和超级酒迷出没的高端葡萄酒世界的家伙,在自己家里存放了一批收藏级别的葡萄酒,将它们以数百万美元的价格卖给了毫无警觉的买家。

有趣之处:这是一个极为无耻和不道德的犯罪行为,也是一个胆识过人的举动。这反映出一些有趣的问题,一个人如何能够仿冒这些老年份的大酒?需要什么工具?这种仿冒困难吗?真正有趣的问题是,有多少假冒的葡萄酒被仿制出来,被卖出来,被收藏起来?

2、Kendall-Jackson 购买俄勒冈州的葡萄园和酒厂

在 2013 年,Kendall-Jackson 迅速成为俄勒冈州最大的葡萄园主。这个巨型的酿酒公司在俄勒冈州的 Willamette 山谷购买了 12,000 英亩已开垦的葡萄园和未开垦的葡萄园,以及之前购买了 Soléna 酒园。

有趣之处:这是一场由 Kendall-Jackson 领头的俄勒冈葡萄园淘金热,这个热潮反映了俄勒冈州葡萄酒业的价值,以及其作为一个世界级葡萄酒产区的地位。

3、波尔多遭灾

波尔多的酒庄遭遇了被人称为 20 年来最为糟糕的年份,产量和质量双双下降,低于正常水平。最为糟糕的是 8 月初的一场冰雹横扫了波尔多的大部分地区。

有趣之处:这个世界上最为知名的葡萄酒产区遇上了糟糕的年份,特别是波尔多最为重要的两海之间产区的糟糕情况,给与之竞争的那些产酒国带来了机会。

4、全球葡萄酒短缺的虚假报告

摩根斯坦利的报告称将会出现全球葡萄酒的短缺,并称这种短缺会推高 TWE 公司高端澳大利亚葡萄酒的销售。这个报告被媒体广泛报道和转载,直到有记者发现摩根斯坦利报告中有数字的错误,以及这个报告和 TWE 公司推广行为之间的关联。

有趣之处:这个事件一方面说明如果有一个抓眼球的标题,葡萄酒的假新闻能传播得很厉害,另一方面也反映了新闻为大公司服务的一面。

5、新设备是如何改变消费者的习惯的

Coravin 的一个新研制的设备可以在不开启瓶塞的情况下倒酒出来,从而防止葡萄酒的氧化。这是在保存葡萄酒方面很大的进步。

有趣之处:在餐厅很少看到昂贵和高端葡萄酒以杯酒的方式售卖,因为这些昂贵的葡萄酒很可能开瓶之后氧化了。有了 Coravin 的设备之后,一瓶酒可以在数月的时间内饮用而不会被氧化。这带动了高端葡萄酒的杯酒售卖市场,这对于酒迷来说是很大的进步,这也是很大的一个市场。

6、Moscato!!

Moscato 这种甜型略带起泡的葡萄酒持续流行,这部分要归功于这种葡萄酒在流行圈子里的推广和接受。2013 年,我们看到 Moscato 葡萄酒的销售急剧增长,超过了长相思葡萄酒的销售量,已经非常接近黑皮诺葡萄酒的销售量。

有趣之处:通常认为在大众时尚流行领域的推广是推高 Moscato 销量的主要原因。Moscato 是两个受益于流行趋势的葡萄酒之一。

(中国葡萄酒资讯网)

2013 年 十大普洱茶品牌 最受媒体关注榜单

三甲不变,只有一家新面孔

2014 年 1 月 8 日,品牌研究机构魔豆品牌实验室正式对外发布了 2013 年最受媒体关注的十大普洱茶品牌名单。排名第一至第十的普洱茶品牌分别是:大益、七彩云南、合和昌、陈升号、龙润、澜沧古茶、中茶、下关、勐库戎氏、老同志。

在魔豆品牌实验室发布的这份品牌榜单中,与 2012 年前十名相比,大益、七彩云南、合和昌分别保持前三甲位置不变;陈升号则从 2012 年的第 9 攀至 2013 年的第 4,上升速度最快。而 2013 年的榜单只增加了"勐库戎氏"一家新面孔,有关专家表示,这一定程度上说明了媒体在新闻报道时会更加倾向于提及知名品牌,同时印证了普洱茶是一个相对需要时间积淀的行业,没有积累也很难短期内从市场中脱颖而出。

媒体关注度猛涨九成。监测数据显示,2013 年普洱茶行业媒体关注度总体比 2012 年增加了 92%,前十名普洱茶品牌的报道量总计较上一年增加了 85%。除了春节期间属于普洱茶市场淡季导致媒体关注度较低以外,全年其他月份均呈现了强势增长的态势。

为何媒体关注度增长如此之快?数据分析显示,2013 年的六七月份开启了一年中媒体关注的高潮,这与普洱茶价格快速上扬从而备受媒体关注有着直接关系。主流媒体纷纷介入,致使关于普洱茶的报道自 2007 年前后普洱茶风暴后,再次达到了新峰值。

分析指出,普洱茶涨价是媒体关注度大幅提升的首要原因;其次,在宏观上普洱茶行业迎来了近年来最火热的发展期,群众知晓率显著提高;第三,普洱茶品牌宣传意识不断增强,以前普洱茶品牌较为保守,营销方式也较为落后,而今越来越多的品牌选择主动出击。普洱茶行业盛会、高峰论坛活动、各大城市的茶展层出不穷,各大知名普洱茶品牌在不同的平台积极亮相,受媒体的关注自然会更多。

品牌研究人士称,媒体的关注度在很大程度上既体现了行业的发展态势,也能反映出品牌在市场上的活跃度与知名度,两者往往成正比关系。

据记者了解,最受媒体关注的十大普洱茶品牌排名是魔豆品牌实验室以客观数据为依据,收录了最有影响力的 50 家普洱茶品牌为监测对象,采用科学的监测技术,在海量的媒体报道中经采集、统计、计算并经人工确认而成。去年同期首次发布的"2012 年最受媒体关注的十大普洱茶品牌"排名,成为当年网络提及度最高的普洱茶品牌排名。

(中金)