

白酒入旺季 越来越“接地气”

距离中秋节还有不到半个月的时间，白酒市场进入了消费旺季。记者在采访中了解到，以茅台、五粮液为代表的高端白酒销售持续低迷，而售价在七八十元到一两百元的中档白酒销量一路看涨，旺季白酒市场越来越“接地气”。

地产白酒买赠促销“下血本”

近日，记者探访酒类市场发现，以茅台、五粮液为代表的高端酒水销售持续低迷，而多数中低档酒水开始打响节前促销战，高举“买一送一”、“买二送一”等折扣吸引消费者。
 在行业调整过程中，为了寻找到更好的市场机会，连日来，包括金徽酒、星级红川、武酒坛藏、汉武御等老牌陇酒的旺季攻势一浪高过一浪。
 金徽柔和H3还别出心裁，推出了扫码送话费的活动，既贴心又亲民；而金徽十八年则延续了“开盒送美元”的直接惊喜。崆峒酒在金秋仍沿用了“52度世纪崆峒、52度水晶崆峒”均买二赠一的政策。此外，红川酒业则在本月带领自己的经销商前往酒厂亲历纯良之旅，让好酒者真正零距离感受了地产白酒的魅力。

最贵的茶

■ 马未都

十几年前，我去日本，朋友知道我喜欢收藏，遂安排我去一位日本陶瓷收藏家的府上做客。老人仙风道骨，我作为后辈战战兢兢，多少有些手足无措。
 我们的话题是陶瓷。尽管有语言障碍，但我们还是谈得兴致勃勃。可能老人见我不是滥竽充数之辈，便心血来潮，从内室沏茶一杯，端放在我的桌前。我只瞥了一眼，便惊呆了：黑漆描金托盘上有一只彩瓷小杯，杯小不盈握，薄如蛋壳，上绘数只小鸡，古拙又可爱。老人示意我用茶。
 我知道此杯是明成化斗彩鸡缸杯，旧时曾为彩瓷之冠。有多少英雄豪杰为之折腰，又有多少富商巨贾因之倾家荡产。
 鸡缸杯的来历并不复杂。明成化皇帝贪吃好玩，追求美器。明朝刚刚经过正统、景泰、天顺三朝，百废待兴。成化帝不谙政事，却熟悉各类小技，斗彩鸡缸杯在成化年间诞生并发展不是偶然。青花勾线，填以彩色，柔和淡雅，一出世即受万人追捧。
 这只斗彩鸡缸杯是老人在20世纪80年代以500多万港币在香港拍卖会上竞得，这平时只能在博物馆隔玻璃可见的国宝，此刻却平静地在我的面前，茶汤微黄，茶香袅袅。
 自打我知道成化斗彩鸡缸杯时，就对前人的成就心存敬意，可从未想过拿此杯饮茶，觉得自己若能拿在手上看已是天大的享受。
 屋内静如无人。
 我右手轻轻拈起此杯，左手托稳，一口饮尽清茶，然后向老人行礼道谢。我说：“这是我这一生喝过的最昂贵的茶了。”
 老人说：“茶不以杯贵，却以人贵。你是贵客、知音。”

全国唯一原址型白酒遗址博物馆汾酒老作坊博物馆开馆

9月15日上午，杏花村汾酒老作坊遗址博物馆开馆仪式隆重举行。来自全国新闻媒体与社会各界的朋友150余人参加了开馆揭幕仪式，并一起参观了杏花村汾酒老作坊博物馆。
 杏花村汾酒老作坊遗址博物馆是全国第一家也是唯一的一家原址型白酒遗址博物馆。总占地面积9000平方米，其历史至少可以追溯到宋代，至今约800多年，在全国白酒老作坊中历史最悠久、保存最完整、遗存面积最大、组成要素最全、对白酒贸易影响最大，被誉为中国白酒行业的“日升昌”。2006年，被评为国家级重点文物保护单位，2012年被列入世界文化遗产预备名单。
 全国人大代表、汾酒集团董事长李秋喜为开馆致辞。他说，杏花村汾酒老作坊是中国唯一的一座保存完好的至今还在产酒的老作坊。墙头、门脸上的“宝泉”、“勤俭”、“杏花名迹”、“味重西凉”、“泉甘酒冽”、“名闻海外”、“申明亭酒泉记”等题刻，申明亭、古井亭、老作坊等建筑，虽然经历了浩劫般漫长的文化荒芜岁月，但顽强地保存下来了，可以说是中国酒文化的一个奇迹！这些特色鲜明的汾酒遗存，从尘封中走来，唤起了人们对汾酒往事的追忆。
 100年前的1915年，这里义泉泳酒坊酿出的高粱汾酒在美国旧金山巴拿马万国博览会上获白酒最高奖甲等大奖章；1919年，在中国酒业还的自产自销的年代，杏花村人成立了中国白酒业的第一家股份有限公司。至今，造酒厂门额上的鎏金厂名还风采依旧，光芒四射；1924年，在这里，杏花村汾酒人将中国



高端酒纷纷涨价探市场

近期国内高端白酒频频传出涨价消息，令处于调整期的白酒业颇受关注。
 “8月初，52度五粮液的出厂价由每瓶609元调到659元。”据农民巷一家酒水店的老板介绍，“近期，53度飞天茅台的价格也出现了上调，从1099元调到了1199元。茅

台、五粮液等高端白酒卖得都不好，到现在也没有出现以往中秋节前的那种热销场面。”据称，泸州老窖近期也在全面调整价格体系。
 记者走访各大烟酒行、超市等终端市场发现，目前茅台、五粮液等高档白酒终端零售价确实有所回升，但没有出现太多涨幅。对于逆市涨价是否对市场回暖有效的争议，有业

中报业绩预示下行压力 白酒行业进入转型“阵痛期”

日前，白酒行业各大企业纷纷披露中报数据，据记者统计，从已公布中报数据的23家企业来看，8家企业营业收入同比减少，11家企业净利润同比下滑，有人形容这是白酒行业“饮下一杯的苦酒”。

具体来看，北大荒以营业收入同比下滑40%居下跌之最，但水井坊(*ST水井)仍旧保持了近两倍的营业收入增长，净利润增长近1.5倍；*ST皇台净利润同比下滑达到90%以上，酒鬼酒(*ST酒鬼)以净利润同比172%的增长率领跑行业，总共有*ST皇台和金易久大两家出现净利润亏损。

大跌之下仍有“勇夫”

只等大潮退去，才知道谁在裸泳，中报披露掀开了上市白酒企业的真实状况。在酒业中报公布之后的一片大跌之中，仍然出现了逆势上升的“黑马”。根据披露的数据，茅台以营业收入157.79亿元销售额远超其他几家企业。据中报显示，贵州茅台实现营收157.79亿元，同比增长10.17%；实现净利润78.82亿元，同比增长9.11%。其中，茅台酒实现营收153.35亿元，同比增长11.49%。
 西风酒成为白酒行业一匹让人出其不意的“黑马”。日前企业在微信上称，今年1-6月该公司市场销售逆市上升，销售发货量同比增长40.02%，销售收入实际增长13.14%，利润总额增长接近三倍，净利润增长达到275.27%。
 对此，广州酒类协会副秘书长夏志永分析认为，“西风酒是借助了品牌扩张的东风，从一个品牌扩展到上百个品牌，通过品牌多元化增

加经销商品牌订货单，从而拉动整个业绩迅速上升”。

该公司董事总经理徐可强接受采访时表示，“西风在近年来，特别是在2012年后的行业调整期，通过一系列行之有效的调整改革策略，不仅稳住了市场根基，更是为今年的销量、利润高增长创造了条件”。

高端白酒控价保量

据了解，今年7月底，一直被认为是白酒行业价格风向标的53度飞天茅台，价格从1099元升到1199元。8月3日，五粮液方面公开确认，其52度五粮液(普五)出厂价由每瓶609元调整到659元，价格目前已上涨，实际成交价在680元左右。8月8日，泸州老窖也宣布全面调价。国泰君安方面认为，“高端白酒价格纷纷上调，在股市财富效应及中秋旺季带动下，有望出现量价齐升的良好局面，为酒企业绩迎来更高弹性空间。”

“金九银十”是白酒市场的销售旺季。中秋节即将来临，茅台等高端白酒再次迎来价格上涨期。“对于茅台来说，一直坚持的是饥饿营销策略，等到临界点再出货，给市场造成饥饿状态，从而保持价格不下滑，保障经销商利益。”广州酒类协会副秘书长夏志永解释道。他还补充道，“目前许多厂家为了缩减成本，压缩广告费用，通过开展品鉴会来增加订单，采取厂家直接销售，经销商只负责配送，减少中间环节如省级代理，县级代理，统一扁平化管理，将利润让利给消费者。”

据中报数据显示，五粮液酒类业务营收105.41亿元，同比下滑6.39%；营业成本27.67

内人士发言：“目前整体的白酒需求还是处于滞涨的态势，同时此前几年在白酒行业中堆积的泡沫还没有完全挤掉，经过这几年的调整，目前看来，白酒市场明显回暖的动力仍不足。”

多媒体销售价格诱人

电商平台的低价促销，也为“接地气”的中档白酒以及低价格的普通白酒的热卖起到不小的促进作用。以一家规模较大的酒类电商平台为例，目前针对中秋旺季的促销中，品牌专场、整箱优惠购、超值换购等活动全面推出。

在1919官方旗舰店内，不仅可以全民享受满999元立减20的促销政策，近期还推出凭借ID号可以参加1元抢酒的活动。也买酒官网特别针对红酒推出了各类知名红酒打包促销的活动，可以满足大家低价喝到多品种红酒的愿望。

前些日子在微信朋友圈发展得如火如荼的武酒微店在节日前夕更是铆足了劲吸粉，不仅拿出原价168的陈酿52度坛藏酒以99元出售，还特别推出了999元的1500毫升装的三阳开泰酒献礼中秋，非常应景。

(刘佳)

葡萄酒的道德问题

美国加州的纳帕谷是新世界葡萄酒的地标，距其100多公里的洛迪产区却相对寂寂无名。消费者通常愿意多花点钱购买前一个产地的葡萄酒。然而，以美国农业部为首的研究小组日前发现，选择后一个产区的葡萄酒不仅可以省钱，也对环境更加友好。发表于《国际生命周期评价学报》上的文章指出，生产等量纳帕谷葡萄酒消耗的水、能源和由此产生的碳排放均是生产洛迪葡萄酒的两倍。纳帕谷手工采摘的传统使得收获期各种设备的运转时间显著延长，此外，为了控制果实糖分和提升风味，在纳帕谷也有更多的葡萄在疏果的过程中被弃置。有机葡萄酒是能源消耗和碳足迹最大的一种葡萄酒。
 (佚名)



■ 刘世松

过去在国际舞台上，我们经常能够看到中国葡萄酒企业的产品参赛并获奖，而很少看到中国白酒的身影。这次在贵阳举行的比利时布鲁塞尔烈性酒国际大奖赛有500多种中国白酒参赛，作为曾经多次以国际评委身份参加国际酒类大奖赛的参与者，我看到中国酒类产品越来越多地参与国际竞争，感到非常高兴。结合本次布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛，我认为，中国白酒行业应该从以下四个方面尽快转变观念，调整策略，积极应对全球经济一体化下的挑战与竞争。

第一，白酒行业要树立白酒产业自信，积极参与国际竞争。虽然本次参赛白酒产品达500多个，创历史上白酒参赛之最，但是我们还是很遗憾地发现，相对于规模以上企业有1500多家的白酒行业来说，这个数量还是很少，不能完全代表中国白酒。中国白酒文化源远流长，底蕴深厚，品牌众多，风格各异。更何况，我们拥有全球最大的消费市场。国际比赛是展示中国酒类产品的重要平台，参与国际性的大奖赛，与国外同类产品同台竞技，目的是促进产品质量的提高和创造高知名度的品牌。在全球经济一体化的今天，白酒企业应该积极参与，我们要对中国白酒有坚定的自信心，积极参与国际竞争。

第二，白酒行业要严把质量关，围绕消费市场推动科技创新。在全球化竞争的态势下，谁率先制定了标准，谁就掌握了市场竞争的主动权。中国白酒为什么走不出国门，不能获得世界的认可，主要原因是我们的产品标准没有获得国际认可。本次大赛使我再一次感觉到，中国白酒当前亟需解决的问题是，如何在保持自身个性风格的基础上借鉴学习国外烈性酒的生产管理规范与标准，通过科技创新，制订出符合国际规则的标准，生产出国内外消费者喜欢的酒类产品，这也是白酒企业国际化道路的重要保证。

第三，白酒行业要有国际化视野，注重年轻人市场的消费引导。在国内年轻消费者对白酒选择越来越少而对洋酒越来越青睐的情况下，白酒企业及企业家更需要与国外同行进行深入的沟通交流，借鉴国外企业在原料、技术、人才、工艺以及市场开拓等方面的经验，积极参与像布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛这样的国际化竞技，并通过国际评委，让国外消费者认识白酒、了解白酒，更重要的是学习国外烈性酒开拓年轻人市场的经验与做法，培育品牌知名度和企业核心竞争力。

第四，白酒行业需要加强宣传，完善白酒评价体系。从本次大赛中可以看出，国外评委对中国白酒缺乏认知，既对白酒文化缺乏认知，又对白酒生产工艺缺乏认知，这对于白酒国际化发展是极为不利的，这也是我们企业在对外宣传上的缺失。

另外，在产品评价体系上，国内外存在一定的差异，国外的酒类产品评价更侧重于消费者的感受，更多考虑的是消费者的愉悦，这是非常值得中国白酒学习的地方。

总之，在贵阳的布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛上，中国白酒迈出了走向国际舞台、参与国际竞争的坚实一步，今后只要我们高度重视白酒文化传播与产品创新，高度重视消费者特别是年轻消费者，中国白酒一定会不断提升国际竞争力，立足国际舞台。
 (作者系滨州医学院葡萄酒学院副院长、中国酒业知名观察家、酒文化研究学者)



白酒业的第一枚商标高粱穗酒标在民国政府商标局注册；1930年，这里成为了当时中国规模最大的白酒企业集团公司；1933年，我国著名科学家方心芳来到这里，开展了中国白酒业的第一次系统的实用性科学研究；1936年，东征红军周士第来到这里，成立了汾阳最早的党组织。从1875年，也就是清代光绪元年开始，至汾阳解放前，从这个汾酒老作坊生产的白酒获得了九次国内国际金奖。

这里，与现在的汾酒集团近在咫尺，互为呼应。
 随后，汾酒集团秘书长介绍了汾酒老作坊历史及修复情况。他说，这座汾酒老作坊已经有近千年的历史了，前店后坊，集生产、销

售、产品展示、荣誉陈列、行政办公于一体。现在是国家级重点文物保护单位，已被列入世界文化遗产的预备名单。是全国白酒老作坊中历史最悠久、保存最完整、遗存面积最大、组成要素最全、对白酒发展影响最大的一个名酒遗址，是中国白酒作坊的“活化石”。

汾酒老作坊于1993年被汾阳市列县级文物保护单位，2004年列入省级重点文物保护单位，2006年被国务院颁布为国家级重点文物保护单位，文物修缮工作于2008年开始，包括酿造厂房、整体维护及消防等工程于2012年全部完工。
 老作坊博物馆复原布展陈列从今年6月初开始。在原来的基础上，进行了一系列的保

护性复原布展。汾酒老作坊完好保存了门市、账房、掌柜室、展览室、厨房、作坊、酒库等文化遗产，更难的是至今仍在生产，是活着的文化遗产。汾酒老作坊是研究古代酿制技艺传承发展，全面展现生产、储藏、销售、管理等各个运营环节的教科书。

汾酒老作坊中的古井亭始建于宋朝，是省级重点文物保护单位。另一口宋井中更是发掘出汉魏时期常用的子母砖，还在东院墙基地下两米多的地方出土过宋代的窖藏。在汾酒老作坊里，文化和历史的积淀常常与我们不期而遇。

汾酒老作坊里处处体现着晋商的精明与睿智。比如，认定“最危险的地方就是最安全的地方”，大胆将银窖设置在人来人往的业务洽谈室；通过细铁丝传递账单，当作古代的“电子点单器”；通过轿子的反射原理，设计用于监督伙计的“摄像头”……来此参观，既能触摸历史沧桑，又能感受古人的智慧，妙趣无穷。

汾酒老作坊折射着杏花村汾酒6000年的酿造史，1500年的成名史。巴拿马万国博览会夺魁以来100年的现代发展史，更是见证着汾酒的一个又一个辉煌。以李秋喜董事长为核心的新一任领导班子上任后，汾酒成功实施了汾酒战略新思维。2012年，汾酒的销量总额突破百亿，受到了山西省委省政府的高度赞誉。此后，尽管市场形势严峻，汾酒的市场占有份额及销量依然节节攀升，屡创佳绩。

最后，汾酒集团董事长李秋喜、总经理谭忠豹为开馆揭幕。倚杏花醇厚积淀，行汾酒万里长路。中国酒魂中国梦，引领着汾酒无限美好的未来。
 (王子瑞 王再文)