齐鲁酒水

主办:山东省轻工业协会 齐鲁晚报

协办:天地缘 百脉泉酒业 古贝春 洋河 兰陵酒业 趵突泉酿酒有限公司 扳倒井 花冠酒业 泰山酒业 景芝酒业 景阳冈酒业 孔府家

新酒收藏暗流涌动

新手、老手各有所好

记者 李克新 王丛

山东是白酒生产消费大省,现在也成为收藏大省。记者调查发现,随着茅台价格“飞天”,越来越多的爱好者,将目光投向地产品牌酒收藏。藏家中既有名酒收藏老手,也不乏“80后”猛将。不过,专家提醒,尽管新酒收藏能带来丰厚回报,但收藏新酒也必须多学点专业知识,品牌和酒度数成为最重要的标志。

老手刁钻,新手胆大

“这几年来,我在继续收藏真茅台、五粮液之外,把更多的精力放在新酒收藏上来,特别是鲁酒的高端品牌。”山东德诚物资集团总经理高祺告诉记者。作为酒界收藏老手,高祺收藏白酒,从老酒开始,逐渐扩展到新酒上来。刚刚上市的景芝酒业的“国标芝香90”,就成为他最近收藏的品种,纳入收藏库中。

同样对新酒收藏下手的不仅仅这些老手,郭彪标准的“80后”,这位新手却对新酒投资情有独钟。“我们这样的新手不能学那些款爷,一瓶陈年茅台30万,这个咱也玩不起。我收藏酒,就选大众产品,像鲁酒八大家中的主流品种,价格在200元-500元之间,每次收藏起点都是按箱算,好的品种有时一次入库10箱。这些酒还有个共性。就是酒度数要高,越高越好。”

“新酒收藏确实在暗流涌动,已经开始出现了明显的市场氛围。”省白酒品牌推进委员会一位专家告诉记者。在这个新兴市场中,明显分出两个派别,一个是收藏界老手,他们以在其他行业收藏经验,专门找高端品牌收藏,像中国国井国香2008款,虽然首家每瓶高达2888元,但还是成为这些老手收藏的“座上客”。一些新手则在大众化产品中掘金,像52°趵突泉特酿等。

除了酒品种的选择差异外,老手收藏按瓶收,新手收藏按箱收。这也是这两类人的最大区别。老手刁钻,新手胆大。

收啥的,为啥收?

“早就听说社会上开始收藏新酒,我也想收藏一些,可怎么收藏?收藏啥酒好?”

“我现在想收点酒,等儿子考上大学、结婚时拿出来,让亲朋好友共同享受一下这种幸福。我的要求不高:一是真酒,假酒收藏起来令人不爽;二是不跑味,别等到一二十年后,打开一尝没有味道了。”

不断有读者给齐鲁酒水工作室打来咨询电话。

老酒收藏热带动了新酒收藏时代的到来,省糖酒副食品商业协会秘书长薛剑锐认为,新酒收藏受人欢迎,一方面是其性价比高。“新酒上市时间不长,还未被市场热炒,因此价格较实在。”此外,新酒上市量较大,容易收藏。同时,近年来随着科技进步,新酒在防伪方面做得更好,这都让收藏者感到“放心”。

收啥的?薛剑锐秘书长认为,应因人而异。经济基础殷实一些的,可以收藏一些鲁酒里的高档酒;普通消费者可以收藏一些大众化的高度酒。

按照专家的思路,本报记者兵分五路,对鲁酒市场进行了深入调查。调查结果发现,鲁酒里的高档酒已经比较丰满了:山东扳倒井旗下的中国国井系列,从2888元的国香到288元的尊品,共有五款高档产品可供收藏;景芝酒业刚刚发布的“国标芝香”系列,价格从1860元到860元不等,共有三款高档产品可供收藏;济南趵突泉酒业旗下趵突泉芝麻香系列,从1880元到408元不等,也有三款可供收藏;泰山酒业旗下推出的泰山五岳独尊系列,也是该企业的高端酒;兰陵集团的九朝陈香系列,是兰陵集团推出兰陵王之后的一款高端酒;古贝春集团集多年酱香和浓香之大成,新近推出了国蕴系列,成为收藏界新宠;花冠集团酝酿已久的馥韵芝麻香K8系列,也是值得期待的收藏品;景阳冈酒业三十年赖茆酒,不仅是收藏界的良品,也是品酒界的极品。

大众收藏系列则更丰富了,像百脉泉旗下就有生态原浆9年、12年,天地缘旗下的洞藏系列酒,孔府家旗下的府藏系列,扳倒井旗下有百年井窖、兰尊系列等,景芝酒业有一品景芝、景阳春等,以及古贝春系列、泰山系列、兰陵王系列、趵突泉系列等。这些品牌厂家的主力品种,在大型商超均有销售,收藏方便。

关注新酒收藏热(一)

“我与芝麻香的故事”征文(三)

“芝麻香”里有家乡的味道

□马永涛

过去家贫,大爷、四叔、五叔先后背井离乡去闯关东,因为经济和身体的原因,他们很少回家,但每次回老家,无论行李有多重,他们都会不远千里地带几瓶家乡的酒回去。自从有了“芝麻香”,更成了老哥仨的最爱,用他们的话说,“这酒里有家乡的味道”。

逢年过节,老哥仨聚在一块儿,每人品上一杯老家的“芝麻香”,说说当年的事,就好像又回到了从前,回到了家。那一时刻,浓浓的乡愁便氤氲在酒香里,眼泪会不由自主地滴落在酒杯中。五叔常说:“人啊,就是没出息,越老就越想家。”而这时,七十多岁的大爷就会忍不住给我们打一个电话:“又好几年没回家了,看来今年又不能回去了,可是我们真是想家啊……”

是啊,月是故乡明,酒是思乡泉。随着《闯关东》、《南下》、《沂蒙》、《水浒传》等电视连续剧的热播,越来越多在外地的山东人寻根意识更强,家乡的美酒更是这种乡情的寄托。我大爷他们说,希望在东北能够买到更多家乡品牌的酒,特别是“芝麻香”,因为那不仅是酒,更是解乡愁的良药啊。

有道是:天南地北山东人,豪爽性情天生来。纵然相隔千万里,一杯鲁酒解乡愁。

野游偶记

□肖枚

灵芝山间绽新芽,
蕨麻盛开遍野花。
把酒坐看夕阳晚,
清香袭人忘归家。

(嵌字诗,第二字自上至下嵌有“芝麻酒香”四字)

茅台汉酱酒推介会举行

11月12日,贵州茅台酒股份有限公司在济南南郊宾馆蓝色大厅举行“千载经典 盛世汉酱”——贵州茅台汉酱酒品评暨推介会,这也预示着茅台汉酱酒济南、德州、聊城市场的正式启动。

来自贵州茅台酒销售有限公司的山东办事处省区经理刘富源先生对茅台汉酱酒进行了隆重推介,茅台汉酱酒承袭贵州茅台一贯的严谨质量观,秉承了茅台酒的核心酿造工艺,采用当地产优质高粱和小麦作为原料,同样采用两次投料、九次蒸烤、八次发酵、七次取酒、一年一个生产周期的传统酿制生产模式,坚持高温制曲、高温堆积、高温馏酒等工艺。茅台汉酱酒秉承两千多年的酿酒传统,源远流长,酱门典范,内怀悠久,外显尊崇,具有酱香突出、典雅细腻、醇厚绵软、回味悠长和空杯留香持久的特点。

作为山东省规模最大的酒水运营商之一,宝真酒业此次携手贵州茅台共同运作汉酱酒济南、德州、聊城市场,意味着继茅台、五粮液、水井坊等知名酒水品牌之后,再添一员冲击酒水市场的“猛将”。作为贵州茅台酒股份有限公司的战略合作伙伴,宝真酒业以“美酒创造美好生活”为企业使命,携手贵州茅台,传播国酒文化,引领国酒潮流,共创汉酱盛事。

“江苏精神”激励传统产业雄起

11月8日,央视2012年广告招标会备受瞩目,招标总额超142.57亿元,创18年新高,以“茅五洋”为代表的白酒品牌的大手笔投入尤其令人震撼。其中,体现品牌地位的《新闻联播》准点播报时段,分别由今年第三季度销售收入达到38.39亿元、35.26亿元的茅台和洋河等品牌揽入怀中,狭路相逢更成为一种新增的看点。值得关注的是,白酒作为传统产业,在央视如此活跃,成为其中表现最为亮眼的产业代表,在某种程度上,也反衬出其他传统产业相对弱势和“同志仍需努力”的一面。

在江苏,以“创业创新创优、争先领先率先”为内涵的“江苏精神”正在成为社会经济生活的指引,“加快改造提升传统产业”也成为迫切需要与政府愿景。此际,有着悠久传统的江苏白酒尽显魅力、渐成崛起之势,以引领“茅五洋”新格局的形象在行业插上了自己的旗帜;而其他传统产业欲谋雄起,或许从中可得借鉴。

“我们江苏在全国是白酒销售和生产的大省之一,‘三沟一河’非常有代表性”,江苏省酒类行业协会副会长兼秘书长王建英表示,“在省政府振兴苏酒战略的指引下,苏酒产销两旺的成绩是惊人的”。特别是洋河快速发展,已经进入了白酒行业前三,形成了“茅五洋”三足鼎立的大格局,而且到今年第三季度时已经和茅台的销售收入非常接近。

事实上,江苏白酒也曾和其他区域的白酒企业一样陷入过低谷,面临着不进则退的发展挑战。那时整个行业都在思考:中国白酒需要创新,但走什么样的创新之路呢?

在行业沉思和困顿之际,江苏白酒先声夺人,完美演绎了“创业创新创优、争先领先率先”的“江苏精神”,一些新的商业模式、创新思维不断涌现。后发现“我们以洋河和茅台为例,进行对比”,中金公司研究部孙轶佳分析说,茅台走奢侈品路线,核心竞争力是对品牌的维持;而洋河走白酒创新化的发展模式,做渠道的深度分销,赋予品牌现代感,其核心竞争力是持续的创新能力。

对此,白酒营销专家智邦达营销咨询公司董事长张健也评价说,洋河的超高速增长颠覆了白酒行业的传统发展模式,洋河因此被业界称为“现代白酒的开拓者”,成为引领整个行业创新发展的新标杆。

中国传统白酒产业从本质上讲应属于地域资源型产业,中国食协白酒协会理事及技术顾问胡永松认为。因其所具有的天赋资源不可替代的独特性,决定了中国传统白酒的不同风格;也因为一方水土一方人,决定了传统白酒企业不同的发展路径。

对于江苏这“一方水土一方人”,见证江苏白酒崛起的专业人士也给出了自己的注解,并在回顾苏酒振兴历程时分析说,“在政府主导下,有关厂、商、专家共商江苏酒业发展大计,成就了江苏白酒的辉煌”,如今,以“创业创新创优、争先领先率先”为内涵的“江苏精神”正式发布,也许江苏白酒人可以自豪地说,江苏白酒的创新发展也是“江苏精神”的成功践行。