

# 景芝国标芝香登陆酒交所

成为中国首款香型代表酒上市 开创鲁酒证券化先河

随着七位国家评审委员的集体签字,“景芝·国标芝香中国芝麻香发现55周年纪念收藏酒”成功登陆上海国际酒业交易中心,景芝酒业也因此开创了鲁酒证券化和金融化先河,成为鲁酒走向全国的典型案例。

## 上市审核一次全票通过

9日上午,“景芝·国标芝香中国芝麻香发现55周年纪念收藏酒”上市发行审核会在济南举行。包括中国酒业协会理事长王延才、茅台集团名誉董事长季克良等在内的来自国内酿酒、证券、主管部门的九位国家评审委员,对景芝酒业呈送的景芝·国标芝香纪念收藏酒进行了现场品鉴和酒样封存。

景芝·国标芝香纪念收藏酒由景芝酒业韩晓明、赵德义、来安贵三位国家级酿酒大师精心打造。该品种全球限量发行99999瓶,酒品度数为55度、容量550毫升,选用的基酒为窖藏陈放多年的景芝芝麻香原酒。据悉,市场上畅销的53%vol一品景芝尚品500毫升的价格是1188元,然而,该款收藏产品的发行价格才仅仅550元,品质相比尚品更加高贵,具有很大的升值空间和投资价值。

经过现场品鉴,评审委员

会主任王延才代表发行评审委员会宣读评审决议:“景芝·国标芝香纪念收藏酒”外观包装考究、设计创意独特,具有酒体微黄透明、醇厚丰满、绵柔爽净、诸味协调、余味悠长、芝麻香突出的典型风格,不论从酿造工艺、香型、口感,还是基酒陈放年份等方面,都具有不可复制性,同意该款酒在上海国际酒业交易中心发行。七位评酒专家委员共同签名盖章并封藏8份酒样。

## 定向回购保障收益

作为上海国际酒业交易中心修改交易规则后推出的首款白酒投资收藏品种,景芝·国标芝香纪念收藏酒未来升值前景如何?

“该纪念收藏酒发行价每瓶550元,我给予的增值空间是:五年后每瓶价值2000元。”大乾同(上海)投资有限公司项目总监陈玲清公开宣布。该品种仅发行5500万元,扣除有锁定期的40%,首批上市量仅有3300万的流通盘。投资市场素



来有炒新、炒小盘品种的习惯,作为中国首款香型代表酒品种,该品种未来的升值空间值得期待。

据景芝酒业副总经理来安贵介绍,为了保护投资者利益,景芝酒业承诺对景芝·国标芝香纪念收藏酒的成交价格予以“保护”,如果上市一年内,交易价格低于发行价格的115%,一年后,景芝酒业将按照115%的价格进行回购,投资者从理论上拥有了15%的年收益。

## 开创鲁酒证券化先河

作为中国第一款芝麻香型代表酒,景芝·国标芝香纪念收藏酒率先登陆上海国际酒业交易中心,开启了鲁酒证券化、进军资本市场的先河,也将奏响引领鲁酒进一步全国化进程的集结号。

山东景芝酒业股份有限公司董事长刘全平告诉记者,

景芝·国标芝香纪念收藏酒采用了兼具酱香、浓香、清香三大香型工艺精华的独特的芝麻香生产工艺,精选贮存多年的芝麻香陈年原酒,其稀缺性全国独一无二。鲁酒独特之处就是芝麻香,芝麻香不仅改写了鲁酒没有自己香型代表的历史,也使“振兴鲁酒”找到了新的突破点和方向。景芝·国标芝香纪念收藏酒的上市,旨在创新营销渠道,实现酒类产品的证券化和金融化,为景芝酒业更好地走向世界,让全国消费者充分认识鲁酒,认识芝麻香起到重要作用。

山东省轻工业协会会长李伟鸣认为,景芝·国标芝香纪念收藏酒的上市,成为继国窖、舍得、西风、古井贡四大名酒之后的第五个交易品种,成为鲁酒“走出去”的最好例证。

记者 李克新 陈卓然  
通讯员 李建荣

白酒专家泉城鉴定芝麻香研究成果

## “芝麻香”研究达国际先进水平

记者 李克新 王丛

芝麻香型白酒标准化研究工作达国际先进水平!10日,中国轻工业联合会在山东济南华兴大厦组织并主持召开了由中国食品发酵工业研究院、济南趵突泉酿酒有限责任公司共同完成的“芝麻香型白酒生产工艺规范化关键技术研发”项目技术鉴定会。

中国酿酒工业协会理事长王延才、茅台酒厂名誉董事长季克良、山东省白酒协会会长李伟鸣、山东省白酒协会秘书长姜祖模等全国知名白酒专家对芝麻香型白酒工艺规范化研究工作给予充分肯定。

会议由中国轻工业联合会朱业标处长主持,鉴定委员会专家及项目完成单位相关人员参加了会议。鉴定委员会专家听取了完成单位的工作报告、研究报告、应用和查新等报告,并审阅了相关资料,现场品尝样品,与会专家一致认为:一方面,项目采用PCR-DGGE和PLFA等免培养分子生态学技术手段,围绕芝麻香型白酒生产工艺技术开展规范化和标准化研究,建立了白酒微生物检测技术方法体系,对行业生产具有指导意义,为制定白酒标准化提供了技术保障。同时该项目通过建立白酒食品安全指标系列检测技术方法、内控限量值和标准操

作规程,形成质量安全保障技术标准体系,符合行业发展方向,社会效益和经济效益明显。

“芝麻香型白酒生产公益规范化工作是一个系统而又复杂的工程。这次鉴定会主要是从技术层面对芝麻香生产工艺进行规范。”趵突泉酿酒有限公司董事长、中国芝麻香型白酒标准化委员会秘书长邢介平向记者介绍了项目研究的意义。

据了解,随着工艺规范化研究的不断深入,将形成一套标准的工艺模板。这有利于芝麻香风格的统一,有利于芝麻香型白酒生产的推广。“没有规矩不成方圆,标准就像一把尺子。随着技术的规范和推广将对芝麻香白酒的生产工作起到巨大的推动作用。”山东省白酒协会会长李伟鸣说。

芝麻香型白酒已经成为鲁酒的代表香型。芝麻香标准化研究工作一直在有条不紊的进行。2010年12月,全国白酒标准化技术委员会芝麻香型白酒分技术委员会成立大会在济南召开,确定芝麻香标委会秘书处落户在济南趵突泉酿酒责任有限公司,全面负责芝麻香型白酒标准化的起草工作,此次“芝麻香型白酒生产工艺规范化关键技术研发”项目技术鉴定会就是标准化研究的关键点。



# 雪线巅峰时刻 勇闯精神不息

——2012年“雪花勇闯天涯-冲破雪线”活动挑战成功

贡嘎雪山,5300米的雪线,雪花勇闯队伍将冲破雪线的成绩完美定格在这里。9月24日,凯旋而归的勇士们在康定举行了庆功晚宴,标志着2012年“雪花勇闯天涯-冲破雪线”活动的圆满成功。

选择贡嘎山西北线路中难度极大,尚无人攀登的专业登山路线,本届“雪花勇闯天涯-冲破雪线”活动极具挑战。当42名勇士冲破重重险阻抵达5000多米雪线的这一刻,每个人都实现了自我挑战的升华蜕变,完美诠释了雪花啤酒勇闯天涯八年来传承不息的“进取、挑战、创新”的勇闯精神。

冲破雪线 超越自我

素有“蜀山之王”之称的贡嘎山,海拔7556米,是四川省最高的山峰。山区高峰林立,冰坚雪深,险阻重重。它的雪线海拔平均高度在5000米左右,山下青稞茁壮,山腰绿草如茵,而雪线之上是一片银白世界,冰与雪的生命极限。

从9月15日开始,经过全国层层严酷选拔脱颖而出的勇士们组成雪花勇闯队伍,从康定出发,经上木居、贡嘎寺、ABC、C1,沿贡嘎山的西北线路进行攀登。队员们每天负重15公斤,最多时一天徒步攀登12公里,期间还要涉水、攀爬斜度约60度的乱石坡,途中饱受高原缺氧、体能透支等多方面的登山

考验。可以说,迈向雪线的每一步,都是对每一位勇士的体能、技巧和意志力的全方位考验。

除了队员们自身的顽强努力外,高原医疗队的后勤保障让每一位队员在第一时间克服身体对高海拔登山的不适应;而资深高山教练及其团队的培训指导,则为队员们在最后冲刺5000多米雪线的高难度攀冰过程中,提供了最有力的专业支持,从而最终实现了冲破雪线活动的挑战成功。

## 勇闯精神 不断传承

从2005年探索雅鲁藏布大峡谷,2006年探秘长江源、2007年远征国境线,2008年极地探索、2009年挑战乔戈里、

2010年共攀长征之巅、2011年穿越可可西里,到2012年的冲破雪线,“雪花勇闯天涯”活动已连续举办8届,不同路线诠释着人生不同的挑战意境和内涵,又共同演绎着勇闯者积极、进取、勇于挑战的精神。

雪花啤酒勇闯天涯的每一步,都深深印刻着其一脉相承的勇闯精神和关爱自然的公益理念。勇闯征程实现了真正意义的遍及天涯,这些不仅留下了永恒记忆的时代印记,也是一种精神的共鸣与责任的践行。八年勇闯天涯路,“雪花勇闯天涯”已经成为了一个极具精神感召力的活动品牌也用自身的专注实现了自身品牌巅峰的不断超越。

储酒为媒 飞跃发展

# 花冠:绽放在鲁酒振兴的春天里

2012花冠储酒文化节将于本月23日在巨野花冠集团酿酒有限公司厂区举行。这也是花冠集团的第十一届储酒文化节。“踏踏实实做人、认认真真酿酒”的花冠人十一年如一日取得了令行业瞩目的成绩,花冠集团也成为鲁酒振兴道路上的一朵奇葩绽放在齐鲁大地上。

## “笨”办法 大发展

储酒能力与生产能力是衡量白酒企业实力的重要指标。为了提升企业这两个能力,花冠集团采取了最“笨”的办法,一方面慢慢提升自己的产能,同时将优质的白酒储存起来。

2002年阴历九月九,第一届花冠储酒文化节在自家厂区前小广场内举行。没有舞台,没有隆重的仪式的首届储酒节却成为花冠人至今不能

抹去的记忆。“民间有九月九储酒的习俗,一次例会上大伙提出能不能在九月九这天举办一场储酒活动。活动邀请一些消费者和经销商参加,共同见证企业的发展。这个想法提出便得到了大家的一致认可,第一届花冠储酒文化节就这样诞生了。当时条件差,四五十个人在我们的会议室内,但气氛很好,大家对这种新颖的活动也很感兴趣。”回忆起第一届储酒节,花冠集团总经理刘念波十分感慨。

2002年正是鲁酒发展的低谷。卖酒变现是很多白酒企业的当务之急。同样处于低谷的花冠却用这种“笨”办法实现了自身储酒能力的提升,进而保证了自身的产品质量。十一年来,花冠集团的储酒文化节从四五十人的规模发展成为近三千人参加的盛会。

2011年在第十届储酒文化节上,白酒专家高景炎这样评价,“花冠储酒节我几乎每年都参加,每年都能看到花冠的新发展、新变化。花冠的发展速度让我惊叹,有这样扎实做事态度,定会有大发展。”

## 十一年 做一件事

十一年花冠集团做了一件事,一件大事——扩产、储酒。花冠人始终如一地坚信“酒品看人品”,把“人品与酒品”融合在一起,以诚信的人品酿酒,以消费者的认可度检验酿酒者的人品,把做人与做酒贯穿于企业的始终。“花冠集团这多年的发展,归结起来我们就做了一件事,提升产能和储酒能力。”花冠集团董事长刘法来告诉记者。

为做好这件事花冠集团下了大功夫。据介绍,在其各个生产环节上有218名专业技术人员各司其职,其中省级白酒评委9人,国家级白酒评委5人,同时,集团每年都邀请沈怡方、高

月明、高景炎、黄业立、周复茂等国内白酒专家来厂进行评价,诚心征求专家们的建议。酿造优质白酒可以说是一个系统工程,在每一个环节上,“花冠人”都抱着一个高度负责的态度。花冠集团成立了质量监督委员会,公开聘请了58位社会各界人士对企业产品质量、生产经营进行严格的跟踪监督。

目前,花冠集团酿酒有限公司拥有员工2600人,其中专业技术人员218人,国家级白酒评委5人,省级白酒评委9人。酿酒发酵池6000个,可年产优质粮酒2万多吨,储酒能力4.8万吨,是山东最大的粮食生产基地之一。公司先后荣获“中国低度浓香型白酒著名生产企业”、“全国白酒工业百强企业”、国家级“守合同重信用单位”、“山东省消费者满意单位”等一系列荣誉称号。

新起点 从质量开始  
和高景炎一样,参加过花

冠储酒文化节的每一人都能亲身感受到花冠的发展。而对花冠人来说,每一次储酒节是一次检验也是一次开始。而提升产品质量,保证产品口感稳定则是每一次起点中不变的话题。质量是企业的生命,也是商标品牌的生命,企业要做大做强,品牌要恒久鲜亮,产品质量这一根基必须牢固。

据悉,目前花冠集团严格按照现代企业管理模式进行运作,在通过ISO9002国际质量管理体系认证的基础上,适时进行了换版认证,使质量管理更加规范化、制度化、科学化,在生产、供应、酿造、销售等各个部门,从原料购进、产品生产,到成品出厂,都建立了一套相互制约的监督体系,层层严把质量关口,上一道质量不过关,绝不准进入下一道工序。

为提高原酒产量,确保酿造的质量与特色,公司长期聘请业内知名和大中学校

以及科研院所的专家,教授到企业进行技术指导和技术培训,并先后投资近千万元,购置了电子天平、分光光度仪、气相色谱分析仪和微机勾调系统等国内先进设备,增强了对白酒中各种微量元素量比关系的分析能力,依托科技保质量、促质量,使花冠白酒的各项理化指标均达到或超过国家标准。

储酒节已经成为花冠集团每年的传统剧目,也成为花冠集团展示自我的名片。看似每年周而复始的事情,在花冠人的手中却将其打造成最亮的一抹红。扎实做事,坚定走自己的路,也成为了花冠飞速发展的企业哲学。鲁酒振兴已经走在了春天里,作为山东知名白酒企业的花冠集团正是凭借着过硬的实力,成为鲁酒企业的一朵奇葩在春天里绽放。

记者 王丛  
通讯员 李怀瑞