

【特种】750ML张裕金奖白兰地

产品名称	【特种】750ML张裕金奖白兰地
公司名称	卞跃青（个人）
价格	145.00/箱
规格参数	品牌:张裕 酒精度:38（%） 商品条形码:6901584030008
公司地址	中国 北京市丰台区 丰台区新发地中央批发市场A厅3037室
联系电话	86 010 83724388 15117958578

产品详情

品牌	张裕	酒精度	38（%）
商品条形码	6901584030008	卫生许可证	QS3706 1505 0009
产品标准号	GB/T11856	等级	二级
容量	750（ml）	酒龄	-（年）
原产地	山东	原料与配料	软化水、葡萄蒸馏酒、糖蜜酒精、食品添加剂（焦糖色、食用香料）
储藏方法	避免阳光直射，于5 -25 干燥通风处卧放或倒放	生产日期	见瓶盖
特产	是		

1892年，著名的爱国侨领张弼士先生为了实现“实业兴邦”的梦想，先后投资300万两白银在烟台创办了“张裕酿酒公司”，中国葡萄酒工业化的序幕由此拉开。

经过一百多年的发展，张裕已经发展成为中国乃至亚洲最大的葡萄酒生产经营企业。1997年和2000年张裕b股和a股先后成功发行并上市，2002年7月，张裕被中国工业经济联合会评为“最具国际竞争力向世界名牌进军的16家民族品牌之一”。在中国社会科学院等权威机构联合进行的2004年度企业竞争力监测中，张裕综合竞争力指数居位列中国上市公司食品酿酒行业的第八名，成为进入前十强的唯一一家葡萄酒企业。

面对市场机遇和葡萄酒行业的激烈挑战，张裕确定了未来三年的发展战略目标：到2008年，实现销售收入50亿元，利税15亿元，进入世界葡萄酒酒业前20强，成为国际著名的葡萄酒企业集团。

全球饮料权威调研机构——英国佳纳地亚（canadean）日前公布的《2008年饮料市场研究报告》显示，张裕集团继2007年首次跻身全球葡萄酒企业十强之后，2008年又以8.9亿美元的销售额上升至第七位，并以持续的高成长业绩为全球十强榜单增添了唯一一抹亮色。

【品牌由来】

烟台张裕集团有限公司其前身为烟台张裕酿酒公司，她是由我国近代爱国侨领张弼士先生创办的中国第一个工业化生产葡萄酒的厂家。

1892年，张弼士投资300万两白银在烟台创办张裕酿酒公司。大清国直隶总督、北洋大臣李鸿章和清廷要员王文韶亲自签批了该公司营业准照，光绪皇帝的老师、时任户部尚书、军机大臣翁同和亲笔为公司题写了厂名。

“张裕”二字，冠以张姓，取昌裕兴隆之意。张裕公司的创建，被北京中华世纪坛记载为中国1892年所发生的四件大事之一。至今，她已发展成为多元化并举的集团化企业，是目前中国乃至亚洲最大的葡萄酒生产经营厂家。《张裕公司志》里有一句话：“尽管我国葡萄种植、酿酒的历史可以上溯到汉朝，但葡萄酒工业化生产实以张裕公司为开端。”在张裕之前，中国人餐桌上只有舶来的葡萄酒。恐怕谁也想不到，当年张弼士创办张裕的起因，源自法国领事的一段闲话。

【百年大酒窖】

张裕公司的百年大酒窖素有亚洲奇观之美称。沿螺旋式的石级下行数米，便来到了地下大酒窖。该酒窖始建于1894年，沉入地下7米，低于海拔1米，整体方位北距海边不到100米，占地2666平方米。酒窖虽傍海所建，又低于海平面，但不渗漏，四季常温14摄氏度左右。酒窖用中国传统烧制的大青石砌成，纵横交错，共有8个幽深的拱洞。拱洞交错连环，有如迷宫，无人指点难以找到出口。据说夜深人静时，置身某一条甬道的尽头，往往会听到时隐时现的回声，有人听到当年施工时的嘈杂声响，有人分辨出当年首任总经理张成卿（张弼士的侄子）时断时续的广东口音……

大酒窖前后建了3次，历时11年才告完成。当年破土动工，因土层为沙质，开工不久即因渗水而坍塌。后来张成卿以洋法再建，全部采用钢铁构件以期长久，岂知地下潮湿使构件锈蚀严重，连降几天暴雨后就有洪水涌入，终于不保。面对接连失败，张成卿集思广益，商定顶部运用石头发硃结构，墙壁用石块加水泥砌成，墙体内再以乱石填充，使窖体异常坚固，并科学设计了排水系统，保证了酒窖不再渗漏。

酒初酿成，口味生涩，也不协调，须经过一段时间的贮藏陈酿，使其自然老熟，才能芬芳浓郁，口味醇厚。这就必须说说橡木桶。在大酒窖两旁，安放着一排排橡木桶，橡木桶有大有小，共有148种型号，其中有3只大桶，是用法国林茂山所产橡木制成，橡树树龄都在百年以上，锯开的桶材且都置放三载，经日晒雨淋，直到寄生出野生山蘑菇，并呈黑色，才被优选制桶。用橡木制成的桶，酒液不外渗，透气性又强，有利于酒液“呼吸”，还能散发出特殊的香气，每只桶贮酒15000公升。张裕最早的酒桶是从奥地利运来的，运来时是一堆加工好的木板，在地窖中一块块拼起来，加上铜器才算完成。这些木桶虽已百年，但保存完好，如今作为文物供人观赏。

“三星白兰地”

1914年张裕双麒麟牌葡萄酒和白兰地正式发售，尽管这批酒在地下酒窖中陈酿了整整18年，口味绝佳，可喝惯老白干的百姓并不怎么买账。为此，张裕人专门制作了一辆大型彩车，车里装满小瓶样酒沿街赠送，还随赠一个带张裕字样的小酒杯。这在当年别出一格，很快引起了人们的兴趣。

那时张裕公司北边的海上停了不少外国军舰，张裕人自然不会放过这些“识货”的顾客，于是就摇着舢板送过酒去，士兵们很欢迎，酒的销量一下子就上去了。当年有个士兵贪喝白兰地，迷迷糊糊地掉进海里，同伴们连忙救人，一时间乱作一团。谁想这个士兵一会儿就扶着舢板爬了上来，还直冲大家做鬼脸。水兵们虚惊一场，就送给张裕白兰地一个绰号：“难醉易醒酒。”

张裕当年主打上海市场，它的广告1914年就出现在《申报》上，并在上海英大马路设分销处，门面十分讲究，工作人员穿着也十分体面，至今老上海人还津津乐道。1918年的一期《小说月报》上刊有一幅张裕的广告，彩色精印一位持杯微笑的标致女郎。肯在纯文学刊物上花大价钱作广告，是看上了文艺圈这个消费层。这样的雅俗兼顾，如果没有点文化头脑是难以做出来的。

上世纪三十年代，上海一家报纸公开征集对联，出“五月黄梅天”为下联，上联得中者奖500大洋。重赏之下的笔战好不热闹，但人们没有料到，当选者竟是一种酒名——“三星白兰地”。意思虽然风马牛不相及，但对仗之工整却令人叫绝。有人怀疑此事为张裕居中“炒作”，因为查无实据，终成悬案。

康有为曾经在1917年和1927年两次为张裕葡萄酒题诗：

深倾张裕葡萄酒，移植丰台芍药花。且避蟹螯写新句，已忘蒙难征莲华(1917年)

浅倾张裕葡萄酒，移植丰台芍药花。更读法华写新句，欣于所遇即为家(1927年)