

— 商品国际工贸指南译丛 ● 烈性酒

---

# 烈性酒 SPIRITS

---

[英] John Wakely 著



中國海關出版社

商品国际工贸指南译丛

# 烈 性 酒

[英] John Wakely 著

苏 欧 汤维洪 译

中国海关出版社

· 北 京 ·

**图书在版编目(CIP)数据**

烈性酒/(英)韦克利(Wakely,J.)著;苏欧,汤维洪译.  
北京:中国海关出版社,2002.10  
(商品国际工贸指南译丛)  
ISBN 7-80165-058-1

I. 烈… II. ①韦…②苏…③汤… III. 酒-国际贸易  
IV. F746.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 066484 号

北京市版权局著作权合同登记号:图字:01-2002-2154

*The International Spirits Industry* (John Wakely)

Original English language edition published by Woodhead Publishing Ltd.

Copyright © 2001 by Woodhead Publishing Ltd.

All Rights Reserved Woodhead Publishing Ltd.

**商品国际工贸指南译丛·烈性酒**

[英]John Wakely 著

苏 欧 汤维洪 译

**中国海关出版社**出版发行

(北京市朝阳区东土城路甲九号 邮政编码:100013)

电话:84253057 84252453

传真:84252467 84252469

北京新华印刷厂印刷 新华书店经销

2002年10月第1版 2002年10月第1次印刷

开本:720×980 1/16 印张:12.75 字数:192千字

ISBN:7-80165-058-1 F·35

定价:34.00元

**版权所有 侵权必究**

(海关版图书,印装错误可随时退换)



# 商品国际工贸指南译丛

顾 问    康秀玲  
            侯真喜  
            吴 华

主 编    赵毅任  
副主编    刘先中

---

## 烈 性 酒

苏 欧 汤维洪 译

## 《商品国际工贸指南译丛》总序



上个世纪,“冷战”结束前后,经济全球化趋势日见凸显。如今,经济全球化的大格局已经形成。

1978年,中国社会进入了新的历史时期。20多年来,中国经济建设实现了突飞猛进的发展;改革开放政策使中国实现了真正现代意义上的开放,中国社会的现代形态的大模样逐渐形成。中国加入WTO、北京获得2008年奥运会举办权两大事件,是中国融入世界最重要的历史性标志之一。

这是历史性的准备。

如何在经济全球化条件下生存和发展,是中国经济当今和未来所面临的基本问题。面对机遇和挑战,“历史性的准备”为我们提供了必要的条件——发展市场经济和实行对外开放。在以经济资源的全球配置为基础、以世界市场为舞台的背景下参与国际分工与合作,实现本国经济和社会的现代化,仅有“必要的条件”是不够的。只有具备国际竞争意识和国际竞争能力,才能为实现本国经济和社会的现代化提供充分的条件。

“胸有全局”一语,再普通不过。人们在行动前、在行动过程中或在行动后,常常用它来关照自己的决定和行为。当然,这些决定和行为,有的是关乎日常生活的个人事务,有的是关乎经济与社会发展的国家及全球事务。“全球契约”(里斯本小组)是对经济全球化的形象描述。具备国际竞争意识无非就是以“全球契约”的思维方式来处置各种计划、方案、设计、策略、战略等。不论是自然人,还是法人(企业、国家),只有以“全球契约”的方式来处置问题,才有可能将自身的比较优势转化为竞争优势,产生和创造出国际竞争能力。

WTO规则,是规制全球经济运行的主要规则之一。目前,大多数中国企业尚不完全了解WTO规则,尚不完全了解与自己相关的产业和行业的国际发展水平和技术状况,尚不具备运用WTO规则开展国际贸易的丰富经验。翻译出版《商品国际工贸指南译丛》意在为中国企业以及与中国企业的商品生产、贸易相关的各个方面提供实用的参考读物。《商品国际工

贸指南译丛》以最新资料、全球背景和权威分析,展示了在“全球契约”的思维方式下描绘出的商品生产和商品贸易的全球市场运行图。

## 二

我们在思考:中国加入 WTO 后,作为市场主体的企业所面临的问题已经不是在“将来时态”下的应对,而是在“进行时态”下的践行。出版者有义务有责任奉上可为他们的践行提供指南的“善本”。在经济全球化的条件下,人们思维自然沿着这样的轨迹振荡:世界→国家→产业/行业→企业→商品/产品·世界←国家←产业/行业←企业←商品/产品。这一思维轨迹的终点和起点都是商品/产品。以商品、以现代市场经济环境中的商品、以经济日益全球化环境中的商品为核心去展开,必然是全景式的“全球化”。《商品国际工贸指南译丛》正是我们要为读者寻找的、要为读者展开的“善本”。

《商品国际工贸指南译丛》有 8 个分册,分别介绍了木材、化肥、贱金属、纸、茶、烈性酒、葡萄酒、糖 8 大类商品的生产加工、国际贸易、供应/物流、国际市场结构、消费状况、国际标准与规则、专业组织,以及与之相关的生态/环境、资源分布、历史/演变等方面的情况,比较全面地反映了上述种类商品的生产 and 贸易的全球状况。我们相信,它一定能给因阅读这套丛书而花去宝贵时间的每一位读者以有价值的回报。

《商品国际工贸指南译丛》各分册以商品的名称命名。其中有的是以介绍某类商品的工业生产为主,述及其他;有的是以介绍某类商品的国际贸易为主,述及其他。虽然,它们各有侧重,但都介绍了某类商品生产和贸易的国际标准、规范、规则,它们在“实际”、“实用”方面是相同的。

《商品国际工贸指南译丛》中所介绍的内容大致有两个时间段。一个时间段是从 1980 年前后至今;一个时间段是从 1990 年前后至今。不论是哪个时间段,其都在经济全球化的进程中。

## 三

WOODHEAD 出版公司是一家独立的国际性出版公司,总部位于英国剑桥。主要从事金融、商品和投资、工程技术、纺织技术、食品科学技术/营养学等领域图书的出版发行。WOODHEAD 出版公司拥有一批国际型

作者,他们以全球眼光编写的图书内容,比较适合世界各地相关读者阅读。

《商品国际工贸指南译丛》原版书的著者,或是某个领域的专家学者,或是某个行业有丰富经验和企业背景的管理者、实业家,或是某个国际性组织、区域性组织的资深权威。他们的共同特点是,在其著述所及的范围,学有所长、业有所精,学业相融,倾几十年之积蓄于笔端。所成之果,堪称专家之作、专业之典。

《商品国际工贸指南译丛》原版书中,The International Timber Trade(中文版书名《木材》)、The International Spirits Industry(中文版书名《烈性酒》)、The Fertilizer Industry(中文版书名《化肥》)、The Tea Industry(中文版书名《茶》)2000年至2002年出版。Sugar Trading Manual(中文版书名《糖》)2001年初版,2002年再版。The International Wine Trade(中文版书名《葡萄酒》)1995年初版,1998年重印,2000年再版。Base Metals Handbook(中文版书名《贱金属》)1993年初版,2001年再版。The International Paper Trade(中文版书名《纸》)1998年出版。原版书的装帧,一部分为精装书,一部分为活页书。从英文版的版本情况看,它们因读者需要而长销、再版;也因读者需要,出版者不断推出新品种,并采用了既适合阅读又可以及时补充的装帧形式。原版图书的专业价值以及原出版者职业品质足以表明。

在《商品国际工贸指南译丛》原版书初版或再版几个月到1年左右的时间后,中国海关出版社就迅捷地检索到它们,以最快的速度引进版权、编辑出版中文版译本,并以“商品国际工贸指南”之名结集。从中人们可以体会到中国海关出版社所具有的专业准备和作为出版者的社会责任感。

编 者

2002年5月26日



# 目 录

|                      |      |
|----------------------|------|
| 《商品国际工贸指南译丛》总序 ..... | (i)  |
| 前 言 .....            | (1)  |
| 致 谢 .....            | (3)  |
| 1 概 述 .....          | (4)  |
| 酒在社会中——酒的历史 .....    | (4)  |
| 酒——特性和产品 .....       | (8)  |
| 酒的消费 .....           | (12) |
| 总 结 .....            | (28) |
| 2 烈性酒的生产 .....       | (29) |
| 定 义 .....            | (29) |
| 蒸馏过程 .....           | (29) |
| 苏格兰威士忌的生产过程 .....    | (31) |
| 其他烈性酒的生产技术 .....     | (33) |
| 烈性酒主要出口国 .....       | (41) |
| 3 销售与规章 .....        | (48) |
| 销售税、关税和特别税 .....     | (49) |
| 销售规章 .....           | (52) |
| 其他规定 .....           | (63) |
| 4 消 费 .....          | (73) |
| 烈性酒消费情况概述 .....      | (73) |
| 苏格兰威士忌 .....         | (75) |
| 其他品种的威士忌 .....       | (85) |

|                           |              |
|---------------------------|--------------|
| 白兰地 .....                 | (90)         |
| 干邑白兰地 .....               | (92)         |
| 其他棕色烈性酒品种 .....           | (93)         |
| 无色烈性酒 .....               | (93)         |
| 中国国产烈性酒——国际烈性酒市场的真空 ..... | (109)        |
| 利口酒和鸡尾酒 .....             | (110)        |
| 名牌烈性酒的消费 .....            | (110)        |
| <b>5 烈性酒生产商 .....</b>     | <b>(131)</b> |
| 迪阿吉奥饮料公司 .....            | (134)        |
| 布朗—福曼公司 .....             | (140)        |
| 星座公司 .....                | (144)        |
| 多梅克联合饮料公司 .....           | (150)        |
| 百加得—马天尼酒业集团 .....         | (152)        |
| 金巴利酒业集团 .....             | (153)        |
| 爱克斯公司 .....               | (154)        |
| 财富集团公司 .....              | (154)        |
| 路易·维登集团公司(莫特—轩尼诗公司) ..... | (155)        |
| 保乐力加饮料集团 .....            | (155)        |
| 人头马造酒公司 .....             | (157)        |
| 西格拉姆公司 .....              | (158)        |
| <b>6 行业利润 .....</b>       | <b>(160)</b> |
| 贸易 .....                  | (160)        |
| 影响利润的因素 .....             | (161)        |
| 资本收益 .....                | (169)        |
| <b>7 未来趋势 .....</b>       | <b>(171)</b> |
| 因特网 .....                 | (171)        |
| 多品牌组合经营公司 .....           | (172)        |

## 目 录

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 另外一种经营模式? .....      | (174) |
| 附录 1 烈性酒行业主要组织 ..... | (176) |
| 附录 2 专业术语 .....      | (179) |
| 附录 3 索 引 .....       | (185) |

## 前 言

目前,关于酒的书,特别是关于烈性酒的书,就如同食品类书籍一样随处可见。实际上它们还像大多数食品书一样都与烹饪有关。然而,没多少人对酒的生产感兴趣,因为同其他东西相比,酒的酿造是一个需要花费时间的过程,当然还得有质量保证。因此,几乎所有关于含酒精饮料的书都是讲如何享用酒的,其中有一些书向读者讲解了含酒精饮料的来源、质量和口味特征等知识。几乎每个国家都生产酒,酒的种类的确是千差万别,品种繁多。另外,由于酒易于保存,运输方便,这使得人们在每个大城市里都可以买到各式各样的酒产品。正因如此,关于酒的书籍也是品种繁多。

除了享用美酒,我们还应当注意到酒业使数百万人得以就业,同时也创造了数以十亿计的贸易额和税收。本书就是这样一本关于烈性酒产业情况的书,它包含了从烈性酒的生产到消费的全部过程。当然,我们必须将烈性酒放到广义的酒的范畴之内,因此,本书的第1章讨论的是酒而不是烈性酒。

酒与众不同,它不仅是一种麻醉品(可以说它同烟草相似,主要是因为酒也能使人上瘾),而且还可以称得上是一种“情绪调节”药品,在大多数国家,酒是唯一一种不需要医生处方的“情绪调节”药品。这一点无须掩饰,造酒业的从业人士也必须接受这一观点,千万不要试图去否认它,否则的话酒业将会像烟草工业一样遭受损害。酒的这一特性显然具有吸引力,很多人都爱喝酒,但同时也有它不利的一面,比如它可能引起家庭暴力、扰乱公共治安或引发酒后驾车等问题。

本书一开始就讨论酒在社会中的历史,这看起来似乎与许多试图去探讨啤酒、葡萄酒和烈性酒传统的其他书籍没有什么两样。但如果不了解酒的历史,业内人士就会很难理解目前造酒业所面临的种种不利因素——这些不利因素在极端情况下甚至会招致全行业的瘫痪。

由于这项工作规模庞大,因而本书难以做到详尽无遗。由于烈性酒的品种实在是太多了,因而我们只能涉及一些主要的种类。从地域角度来看,我们面临着相似的问题。考虑到大多数酒都是在当地自产

自销的,本书将重点探讨烈性酒国际贸易。由于这种国际贸易主要(不是唯一)集中在日本、西欧和美国,因而本书将重点研究这些地区的有关数据、关税、税收、规章以及消费模式等。

本书有关烈性酒生产企业的情况同样也将集中在上述地区,但这并不影响我们会利用这些企业的实例来做出一些判断,以便确认它们的产业结构是否合理而足以使造酒业保持常盛不衰。简而言之,尽管酒的生产历史悠久,但其产业结构始终处于动荡状态,业内人士对于该行业的未来发展缺乏共识。我们将力求反映这些差异。因此,本书没有作任何结论,只有一系列的争议和理论,但如果这些能够更好地促使读者加入到讨论的队伍中来,我们就完成了这项工作。

## 致 谢

如果我没有在 1998 年夏天遇到克里斯蒂·布朗的话,这本书也许就不会写成。克里斯蒂嫁给了奥斯利·布朗,而奥斯利是布朗—福曼公司的董事长。当时克里斯蒂正同她的女儿奥古斯特在伦敦庆祝奥古斯特从弗吉尼亚大学毕业(我也是该校的毕业生)。克里斯蒂就我的一篇关于布朗—福曼公司的报告给我打了电话,于是在一顿丰盛的午餐席上我给奥古斯特提供了一个实习 6 个月的机会,她将随我在莱曼兄弟公司工作!这好像是个不错的主意,却给我出了个“人力资源”的难题,该如何切实有效地利用一下奥古斯特的时间呢?那时尼尔·温博恩给我来过电话问是否有可能写一本关于蒸馏烈性酒工业的书,我一直不知如何答复,直到奥古斯特来到公司。早在 5 年前我曾拒绝过尼尔的另外一个项目,当时就是因为没有时间。这次他又提起来,我的第一个反映还是想说不,因为我的时间现在更紧张了。

但是现在有奥古斯特在我身边,我就同意了,那时我曾愚蠢地表示可以用 6~8 个月就完成这项工作。但我断断续续的写作根本就跟不上奥古斯特的研究进度,因此当她离开我这里时,我只完成了本书的 3 个章节。因为其他事务的压力,此书的写作一拖再拖,直到作为暑期实习生的弗朗西斯·伍德的到来才使这项工作继续下去。他为此起了重要的推动作用,但书还是没能完成,直到第二年夏天他又来我这里工作时,带着一定要完成此书的明确信念,于是才使这个项目得以完成。

除了奥古斯特和弗朗西斯之外,如果没有我的助手温迪·索普的帮助,本书当然也不能完成。此外,由于写作本书牵扯了我很多时间,我本身的工作也受到影响,而这些耽误的工作绝大多数由我的同事安德鲁·高恩承担了。同时我还要感谢卡纳丁全球饮料专业研究公司(Leon Stelmach of Canadean)的利昂·斯特尔梅彻,他为本书提供了大量的统计数据。另外,利昂和他的妻子——玛丽·霍尔不仅为本书的前期编辑提供了许多帮助,而且对全书给予了全面的指导。

最后,我应该感谢我的妻子芭芭拉以及莱曼兄弟公司,尽管他们不能因此书得到任何看得见的收益,却为我的写作付出了大量时间。

# 1

## 概 述

### 酒在社会中——酒的历史

由于酒是靠葡萄和谷物酿造的,因此酒的历史与农业有着根深蒂固的联系。人类的造酒历史可以追溯到 1 万年以前,那时人类已不再仅仅依靠打猎作为生存的唯一途径了。然而,酒并没有首先出自作为农业生产主要支柱的粮食,而是首先由葡萄酿造出来的。这些葡萄似乎是产自格鲁吉亚的波斯湾到高加索山脉一带。从理论上讲,用葡萄造酒与用谷物造酒不同(谷物造酒需要水),葡萄汁经过发酵后就自然变成了酒,无需其他任何辅助措施。

人们普遍认为葡萄酒最晚在公元前 5000 年就已出现,而啤酒似乎是在 1000 年以后才成为波斯人的日常饮品。在波斯的巴比伦时代,有关酒的法律规定首次出现在《汉穆拉比法典》中(汉穆拉比为巴比伦王国国王,公元前 1792 ~1750 年在位)。葡萄酒和啤酒在埃及社会中占有重要地位,但直到公元前 1000 年以后,希腊和腓尼基(地中海东岸的古国,约当今黎巴嫩和叙利亚的沿海一带——译注)的航海业发达起来后,葡萄酒才首次成为广泛交易的商品,而它的饮用也在整个地中海地区普及起来。

啤酒在中国也出现了,但历史学家们无法肯定这是与贸易有关(谷物的运输),还是与当时中国人发现了酒的发酵过程有关。还有一些人认为大约在公元前 1000 年,中国曾有过禁酒时期。此外,还有一点值得注意的是亚洲的酒贸易直到 19 世纪才开始,因此在数千年中酒在亚洲的发展受到制约,而在这期间,啤酒逐渐消失了,取而代之的是以稻米为主要原料的烈性酒产品。

对比之下,在欧洲,由于人们对酒神巴克斯(在希腊亦称为酒神狄俄尼索斯)的狂热崇拜而使酒被蒙上了一层神秘色彩。但在众神中,整天喝得醉醺醺的巴克斯可算不上是最勤劳的神,因此在罗马时期(公元前 186 年)对酒神巴克斯的崇拜实际上曾一度被禁止。很明显,在几千年前许多开始制造酒的国家中,政府限造酒的消费大多带有家长式统治的色彩,而并非出于什么财政方面的原因。因此地中海地区也是对酒实行最严格管制措施的发源地——禁酒令在这里颁布了。

种种迹象表明正是阿拉伯人发明了酒的蒸馏工艺,当然也有些人认为此时中国人也开始蒸馏米酒了(公元 1000 年)。虽然希腊和罗马人也知晓蒸馏法,但他们并没有把它用于酒的生产。因此可以肯定地说,欧洲(另有一种观点认为是全世界)的烈性酒生产“技术”都来源于阿拉伯。

至 14 世纪,罐式蒸馏法(见本书第 2 章)在欧洲已十分普及。用此方法生产出来的产品几乎清一色地被称为“eau de vie 或 aqua vitae”——意即生命之水——这是由蒙彼利埃(法国南部城市——译注)的一个叫阿诺尔德的医学教授命名的。也许这就是为什么烈性酒的消费在许多社会中很大程度上与医学联系在一起的原因吧!而啤酒和葡萄酒则不同,它们一直是作为娱乐场合中饮用的含酒精饮料。

在 15、16 世纪,用于商业目的的酒的生产变得越来越广泛,随之而来的是政府管制。首先出现的是许可证制度,例如,1411 年法国(阿尔萨斯和阿马尼亚克地区)实行的许可证制度。1494 年,英国政府开始对苏格兰威士忌(不是我们今天所知道的苏格兰威士忌酒,而是当时称作“生命之水”的烈性酒)征税,也许这标志着酒首次成为政府税收的重要来源。

酒可以给政府增加财政收入,但酒的重要性远不止这些,烈性酒工业的发展导致了酒国际贸易的真正开始。早在 2000 多年前,葡萄酒已经在地中海周围及更远的地区间运输了,但经过长时间的海上运输后,质量多发生这样或那样的改变,通常葡萄酒会变质。啤酒的生产一直



是依赖于当地产业部门,直到 19 世纪铁路和巴氏消毒法的诞生才使这种情况有所改变。而烈性酒却能在运输中保持品质不发生任何改变。这样看来,许多古老的烈性酒品牌都产生于荷兰就一点也不足为奇了,因为在 16、17 世纪荷兰是世界上首屈一指的贸易强国。(荷兰)阿姆斯特丹的鲍尔斯(Bols)公司的历史可以追溯到 1575 年,而德·库帕(De Kuiper)公司也可追溯到 1695 年。

在这段时间政府对酒的影响不断增强,特别是在美国(也许有人认为这是由于美国是由清教徒建立的)。例如,1630 年波士顿就首次试图禁止饮用烈性酒;1668 年马里兰州表决通过了禁酒令;而在 1684 年宾夕法尼亚州也首次对烈性酒征收“州消费税”。

政府还试图对酒的贸易施加影响。例如,英国政府在 1677 年对法国葡萄酒课以重税,却对葡萄牙产葡萄酒给予低税。显而易见,这是在把酒当作“外交政策”的一个工具。而葡萄牙出产的葡萄酒,特别是产自杜罗河谷的葡萄酒更适合于运输,因为它含有 14~15 度的酒精,尽管这不是最好的葡萄酒,但这又一次证明了烈性酒的重要性。到 18 世纪初期,从事波尔图(葡萄牙西北部港口城市——译注)至英国葡萄酒运输的商人们开始在葡萄酒中加入白兰地——这就成了波尔图葡萄酒!这样不仅保证了葡萄酒的质量,而且还导致在接下来的一个世纪中波尔图葡萄酒在英国的流行;而法国葡萄酒在英国则基本上销声匿迹,特别是在拿破仑战争期间。

工业革命的开始使烈性酒的消费又掀起了一个新的高潮,特别是在穷人中,其中最明显的结果就是酗酒。由于粮食便宜(因为农业生产技术的改进)以及商业化造酒厂的出现,极大地刺激了金酒(杜松子酒)在荷兰和英国的消费。英国虽然于 1736 年增加了对酒的征税额,但对金酒消费热却起不到任何限制作用。同样的烈性酒消费热也在美国出现(甚至连乔治·华盛顿都曾当过造酒商),尽管第一个针对烈性酒的联邦消费税为新政府带来了更多的财政收入,但并没有因此造成烈性酒消费的减少,该税种于 1802 年废止。在 19 世纪,美国的烈性酒消费持续升温,直到 20 世纪初啤酒(按照含酒精度区分)才开始超过了烈性酒的消费。

由于征税对酒的消费影响不大,19 世纪英国、北美和斯堪的纳维亚等国家开始紧急实施禁酒。在好喝葡萄酒的欧洲天主教国家中,这种努力收效甚微;而在基督教新教国家中,特别是从 20 世纪初开始,禁酒风愈刮愈烈,最终导致下列一些情况的发生: