

# 严歌苓对话红酒新贵沈东军

## 收藏法国乐朗 07 古堡酒,用私藏古董杯品鉴



### 阅读提示

随着《金陵十三钗》的上映,原作者和编剧严歌苓也随之成为媒体的焦点,不仅她的著作,感情经历、生活爱好等都为人关注。据悉严歌苓非常喜爱葡萄酒,在柏林电影节期间,她特地设宴款待法国乐朗酒庄庄主沈东军,品尝并收藏了乐朗的古堡酒。

### 严歌苓对乐朗古堡酒一饮钟情

因为随着外交官丈夫环游世界,严歌苓品尝过很多种葡萄酒,有着别具一格的美学情趣。在宴席上,她特地拿出私藏的古董酒杯,来匹配乐朗古堡酒的名庄风采。品尝后严歌苓非常喜爱,她称赞乐朗古堡酒的单宁浑厚,酸果的气息充盈整个口腔,余韵悠长,口感非常圆润而独特。

严歌苓说:每天完成写作之后,通常是为喝点酒让自己放松下来,然后开始做运动、见朋友,出去玩或白



乐朗酒庄庄主沈东军与华语作家严歌苓

己在家看书。而在采访过程中她也会喝点葡萄酒来使自己放松。总的来说:葡萄酒对于她来说,是让工作和生活进行状态调整的一种饮品。

### 权威地位与贵族气质,成就乐朗风范

葡萄酒的历史在波尔多左岸沉淀了千百年,这里的酒庄以坚持传统

为当任,出产的葡萄酒带有古典风格,优雅尊贵。最能代表左岸精神的是梅多克产区,其葡萄结构完美,精致细腻,十足的古典主义杰作,优雅而尊贵。

法国乐朗酒庄正位于上帝恩赐的波尔多左岸梅多克地区,历史上公悠久。据目前的资料显示,经法国历史学家 Olivier LESCORCE 先生考证,1771 年这片土地属于法国贵族 Gramont 公爵七世,经过几个世纪的

传承后,杜克家族在这个葡萄庄园正式建立起了乐朗酒庄。可以说,梅多克地区的权威地位与贵族气质的一脉相承,一代又一代主人对葡萄酒传统的继承并蓄,共同构成了历史上独具特色的乐朗酒庄。

乐乐

### 相关链接

### 乐朗酒庄主沈东军,树立华人在葡萄酒界标杆

近期,法国各大葡萄酒协会频频动作。其中先锋者当属去年9月初首次登陆中国举办品酒会的 L'Alliance des Cuvés Bourgeois du Médoc, 2011 年该协会隆重推出刚审核确定的 2009 年度入选酒庄名单,名单中就包括年初刚易主到中国人手中的法国乐朗酒庄。协会希望借助法国乐朗葡萄酒在中国的推广,更新的传统法国葡萄酒文化,并借此使法国葡萄酒进一步打开中国市场。

2011 年 2 月,沈东军收购法国乐朗酒庄引起世界瞩目,仅一年时间成转售,为了表彰沈东军对法国葡萄酒所做的贡献,法国波尔多左岸名庄协会(Commanerie du Bontemps)破例单独为沈东军授勋。70 余位中法葡萄酒业、历史文化界嘉宾到酒祝贺。有业内人士称,此次非同寻常的中法葡萄酒的亲密接触,标志着华人在全球葡萄酒行业地位的进一步提升。



# 郎

郎酒日前陷入“百亿商标私有化”的质疑中。有财经媒体报道指出,郎酒商标私有化过程存在诸多疑问,本来归属国有资产的郎酒商标已被郎酒集团董事长汪俊林间接控制。目前,针对这一问题,郎酒集团方面三缄其口。

## 郎酒属公? 属私?

国家工商行政管理总局商标注册信息的查询结果显示,“郎”、“红花郎”这两个商标已于 2010 年完成转让,目前均在古蔺县久盛投资有限责任公司名下。据《21 世纪经济报道》报道,古蔺县久盛投资有限责任公司是一家注册资金仅有 50 万元的小公司,以前是古蔺县国有资产经营有限公司的独资子公司,2010 年未改制成为泸州宝光集团控股 73.8% 的混合所有制企业,目前法人代表为杨先本。而泸州宝光集团是郎酒集团董事长汪俊林控股的企业,杨先本系古蔺郎酒厂有限公司厂长,汪俊林部下高管。

如此错综复杂的联系关系牵扯出了外界关于“汪俊林间接控制郎酒商标”,以及“百亿郎酒商标私有化”的质疑。资料显示,2002 年 3 月 10 日及 12 日,古蔺县人民政府曾与泸州宝光集团有限公司签订《转让协议》及《转让

补充协议》:古蔺县人民政府协议将郎酒集团 76.56% 的股权作价 4.9 亿元转让给泸州宝光集团有限公司。根据当时四川华信(集团)会计师事务所有限责任公司评估,郎酒集团截至 2001 年 9 月 30 日的净资产评估值为 6.4 亿元(不含商标、商誉等无形资产及天宝洞、地宝洞的使用权)。也就是说,当时,“郎”、“红花郎”的商标、商誉等无形资产均在古蔺县人民政府名下。但是,2010 年,“郎”等商标转让给古蔺县久盛投资有限责任公司时采用的是直接划转的方式,“久盛”支付的价款为零。而据郎酒集团官方网站介绍,2011 年郎酒品牌价值居中国 500 最具价值品牌排行榜第 51 位,品牌价值 175.55 亿元。

不过,汪俊林在去年接受沃顿知识在线采访时表示:“郎酒改制时评估的郎酒净资产超过 6 亿元,我个人要支付 4.9 亿元的收购款……地方政府同意可以分

期付款,用赚的钱来付这笔钱,不过,政府保留‘郎酒’品牌的所有权,但是我们约定,销售额达到 30 亿元以上后,每增加 10 亿元,我个人就拥有品牌所有权的 10%。”在接受采访时,汪俊林就已经拥有 60% 多的郎酒品牌所有权。

2010 年,郎酒的销售量为 58 亿元;2011 年,郎酒的销售量突破 100 亿元;2012 年,郎酒的销售量挑战目标为 135 亿元。汪俊林在 2010 年的春季糖酒会期间表示,郎酒在三五年之内不会上市。业内人士就上市与郎酒目前的商标问题作出评价,如果未来郎酒决定启动上市计划,商标权等资产的完整性显得尤为重要。按照证监会《首次公开发行股票并上市管理办法》的规定,如果一家企业的生产性资产和商标控制人不一,肯定上不了市,因为主要知识产权不完善。  
快报记者 竺颖

## 红罐王老吉强化“加多宝”

“王老吉”的商标使用权纠纷还没有明确的仲裁结果,加多宝方面已有所行动。近日,网上有消费者称自己购买到的红罐王老吉换了新包装,“加多宝”三个字占据着整个包装的醒目位置。

这位网友并没有说清楚,加多宝方面是用“加多宝”代替了原先的“王老吉”字样,还是在新的包装上加印了“加多宝”三个字。从其发布的图片看,新包装将“加多宝”三个字着重突出,而旧包装只是在“王老吉”三个大字的旁边印有小号的“加多宝”五个字。新包装上,“加多宝”沿袭的是之前“王老吉”商标字样的颜色和字号。

同时,易拉罐的瓶口处,旧包装采用的是“凉茶始祖王老吉”的环绕字样,而新包装则将“加多宝”加印到了罐口。在商标使用权争夺迟迟未果的背景下,加多宝的这一举动不禁令人猜测,加多宝是否欲逐渐用“加多宝”取代“王老吉”。

但记者在南京市场上暂未发现这样的王老吉新包装。王老吉南京地区负责人黄姗姗也表示,她还没有接到来自总部的换装通知。“有可能是别的城市提前试点,但至少我们南京地区还没有更改包装。”黄姗姗说。

有业内人士分析,加多宝此举是为了先下手为强。就目前的诉讼



新包装 老包装

进程和情况看,加多宝能否继续使用“王老吉”品牌还是个未知数,如果加多宝最终失去该商标的使用权,这对加多宝来说无疑是巨大的品牌价值损失。

上周,广药集团方面也传出动静。广州医药集团有限公司旗下的两家上市公司广州药业和白云山 A 曾分别公告表示,资产重组的步伐进一步推进,但两家并未披露重组的具体方案。有分析人士认为,广药集团的重组可能是要将“广州药业”更名为“王老吉”。此后,白云山以制药为主,王老吉以保健食品、饮料为主。

加多宝和广药集团均一边走仲裁程序,一边各自为争夺“王老吉”商标使用权有所行动,最终原因都在于“王老吉”这一品牌也已积淀下来的 1080 亿元的品牌价值。  
快报记者 竺颖



## 徐福记被除“名”

广东省工商局网站月初发布公告称,决定注销 120 件商标的著名商标资格。其中包括腾讯 QQ、徐福记、魅族等。

根据《广东省著名商标认定和管理规定》中的规定,此次众多商标被除名的原因有三种:一种是

“有效期满未申请延续的”;第二种是“不予受理延续申请的”;第三种是“经广东省著名商标评审委员会评审不予延续的”。前面提及的腾讯 QQ、徐福记、魅族这三个品牌都是属于第一种情况。  
快报记者 竺颖