

习酒·“我是品酒师·醉爱酱香酒”消费者互动体验之窗

腰刀,宝刀 ——金质习酒的腰上江湖



■ 肖科

从酱香型白酒“全市场”考量,“金质习酒”系列产品毫无疑问是“腰上产品”的领衔代表。在习酒的产品序列中,金质习酒是腰上最动人的曲线。

从 2005 年初涉江湖,到 2016 年金质习酒已经突破 30 亿销售额,销量超过 1.5 万吨,金质习酒的剽悍人生,一直稳步向前,出身名门、价格亲民,以“对消费者的尊重”为产品文化逻辑的金质习酒,诠释了白酒产品一种完美的“腰上江湖”。

2005 年,金质习酒出现在中国白酒行业的“腰部”,以 100 元左右的价格开始行销。

天生自带名门正派风范,出世以来一路高歌猛进,到 2016 年单品销售收入已经超过 30 亿销售额,销量超过 1.5 万吨,成为习酒系列产品中仅次于窖藏系列的贡献者,是习酒腰上的大哥。

金质习酒植根于茅台河谷千年的酿酒传

承,习酒厂半个世纪的酿造生产积累,成为习酒系列产品中最美的“腰线”。这有点像张三丰,举手投足间尽显霸气,看到的都是常人难以窥见的巅峰境界,想不成高手都难。

2005 年前后的白酒市场,除了茅台等高端品牌和“遍地开花”的低端品牌,基本没有成熟的中档产品存世,形成了一个“腰部裸露”,奇怪的“哑铃型”结构。高端产品遥不可及,低端产品品质堪忧,腰上的消费者们表示不高兴。

经济学常识对于市场的形象描述,一般认为是“纺锤形”的,也就是高端和低端都是边缘化的少数,中间部分“最粗的那一坨”才是市场的主力构成部分。

“哑铃型”结构,肯定是一种“危险的平衡”,必然被打破。

固执的人怨天尤人,聪明的人寻找出路,2005 年前后,正是习酒公司“中兴”时代,发展催人奋进,奋进需要梦想,“习酒梦”在习酒

人群中蓬勃生长。

有梦想就有动力,有动力就有智慧,事业处于上升期的时候,一切创造性,一切事物都显得生机勃勃,“金质习酒”正是在这样的时代、人文、商业背景下诞生的——它先天带着积极进取的血统。

事实上,敏锐的发现裸露的腰部的人也大有人在,当时全国许多著名的品牌厂商纷纷进军“腰部”市场,甚至不惜投入巨资进行推广宣传。但是,迄今为止,在全行业的“腰部产品”中,金质习酒无疑是表现最优秀的,江湖竞争,能者胜,别出新招、有底蕴者才可以扬名江湖。

众所周知,2013 年是中国酒行业的“改革大年”,是 2013 年后白酒消费类型发生了革命性的转变,有机构针对 30 到 50 周岁的白酒主流消费者展开的调查,白酒主力消费已经从政府消费变成了商务活动、朋友聚会和个人消费。这三者的主流消费区间分别为:151 到 450 元、101 到 300 元、101 到 150 元。在这样的市场行情下,“做腰部产品不一定有机会,但是不

做的话肯定没有机会”。

“机会,总是落在有准备的人手中”。显然,这是“腰部产品”历史性的契机,当然也是金质习酒“历史性”的契机。从 2013 年以来,金质习酒开始了新一轮的突飞猛进。就在 2013 年,金质习酒荣获“中国白酒金腰带产品奖”、2017 年荣获“中国白酒畅销超级单品”。这不仅是官方“江湖联盟”给予的官方认证,也是金质习酒从青年翘楚开始向大派大家迈进的步伐。

同样在 2017 年,在中国酱香酒云集的遵义市,获得“遵义市十大名酒”之首的荣誉。要知道,全世界超过百分之九十的酱香型白酒,出产在贵州遵义,遵义的老大就是酱香型白酒的老大,习酒荣膺“遵义市十大名酒”之首,基本上也就是酱香之首——这就像是“少林寺”一样,历朝历代、江湖变幻,却屹立不倒,备受尊重。

宝刀一现,江湖惊艳。拥有宝刀,叱咤江湖!金质习酒如今的江湖地位,已然成了“腰上江湖”中的大哥,独领风骚供人瞻仰。

伊力特为荣获 2017 年度 包装酿酒技能比武冠军颁奖

近日,新疆伊力特实业股份有限公司酒一厂包装车间和酿酒工房内暖意融融。公司总工程师兼生产设备部部长李强正为夺得 2017 年度酿酒技能比武集体第一名和包装技能比武集体第一名的两支参赛队颁发奖牌。

该厂是 20 世纪 50 年代由一批老军垦战士艰苦奋斗白手起家创建而成的,是伊力特发源地,有着 60 多年的光荣历史,当地人亲切地称之为“老厂”。2017 年,伊力特实业股份有限公司党委为了进一步加强职工队伍建设,提高职工岗位技能,掀起“比学赶帮超”的劳动竞赛热潮,在 8 月开展了包装、酿酒技能比武活动。

伊力特实业股份有限公司酒一厂面对熟练工减少,职工岁数大等困难,虽通过科学管理,长期练兵和师徒制度创新,但在实际工作中,各级管理人员已经意识到人员技能问题是该厂生产经营短板。他们未雨绸缪,着手布局,经常召开厂部、车间两级班长锅长会议,研讨工艺,切磋技术,交流思想,寻找增产提质降耗最佳黄金点。现场指导是提升管理和技能的“速效药”,厂领导车间主任技术员在每天生产检查中都指导酿酒班组依照母糟化验数据色泽,适时微调工艺操作行为和参数。开展岗位练兵,在比武前夕,车间主任林军、刘勇组织参赛选手先单兵训练,再合成演练,梳过程,理工序,抠细节,每天陪着反复练习,更可贵的是,参赛选手面对 100 多道题,尽管上了年纪,但反复背诵,废寝忘食。师徒制度创新是比武制胜的利器。包装女工在传帮带上勇于担当,包装三班班长李玉的“师徒五人编组时定法”踏出了一条师徒练学崭新路子,包装一班班长胡英“师带徒盯人严训法”走出了师徒互助特色之路,促使一批新人快速成长,在“大于 120 天会战”中大展风采。

正如在颁奖仪式上,总工程师兼生产设备部部长李强所说:“在包装和酿酒技能比武中,我们大家都看到酒一厂选手拼的精神,搏的风采,闯的勇气,技艺娴熟,动作准确,这与你们平时团结协作,勤学苦练是分不开的。”伊力特努力发扬工匠精神和,正为实现新职责任使命新作为矢志不移努力奋斗。

(李俊)

望海潮·襄阳

■ 宋开荣

天下形胜,
南船北马,
自古兵家必争。
群山卫郭,
一江润城,
滋养百万民生。
带宛洛乡音。
领湖广风骚,
秦巴风情。
隆中卧龙,
习家茂林第一城。

今鄂城副中心。
呈七省通衢,
高速绕城。
五桥飞架,
崔营截流,
刘集昼夜飞鹰。
现商贾如云。
高汽舞龙头,
园区如笋。
襄阳新景,
且看鱼梁跃东津。

2013 年 1 月 16 日填于泽东办。

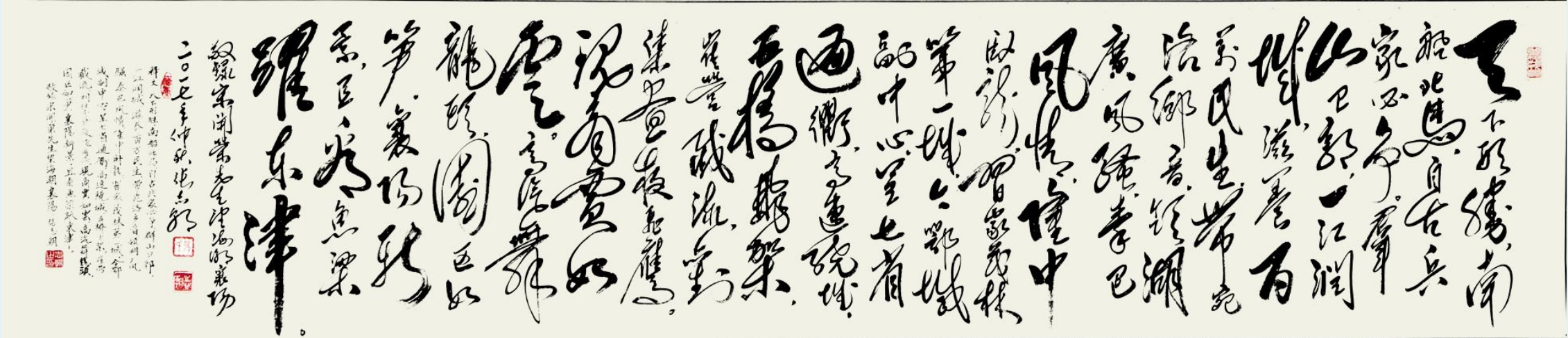
沁园春·长江

■ 宋开荣

天地造化,
沧海桑田,
绵绵大江。
从唐古而下,
万里浩荡;
襟湖带川,
襟襟兆民。
经城略地,
缔造天堂,
风云际会奔海洋。
叹巨龙,
携滚滚浊浪,
野马奔腾!

如今天堑通暢。
高峡平、
黄金水道忙。
看两岸山郭,
锦绣画廊,
群山披绿,
城乡焕装。
雄伟大坝,
固若金汤,
方明珠任徜徉。
感苍天,
我泱泱华夏,
古流芳!

注:2015 年 7 月 22 日作于泽东办。



●望海潮·襄阳 宋开荣词 张志朝书



●沁园春·长江 宋开荣词 张志朝书