

2022 汾酒战略目标开启： 跻身第一阵营“三分天下有其一”

■ 杨仁宇

一款高端白酒,其价值在于酒的品质和背后蕴藏的文化内涵,而非价格所能标榜。

近两年,随着资本市场的看好,中国的白酒行业涨声一片,长时期低迷的山西汾酒也随着改革的深入,呈现了较为强劲的发展势头。在元旦前的经销商大会上,新帅袁清茂董事长提出“十四五”跻身行业第一阵营和“三分天下有其一”的战略目标。

这是汾酒人多年来梦寐以求的夙愿。三十年河东,三十年河西。可要知道,从新中国成立到上世纪 90 年代,山西汾酒一枝独秀,稳稳占据中国白酒半壁江山 40 年,以质赢人,以德服人,是名副其实的“汾老大”。这不得不引起人们的深深思索。

01.

自 1988 年国家放开白酒定价权后,茅台、五粮液开始大幅度涨价,而汾酒却坚持走亲民路线,“做老百姓喝得起的名酒”。

特别是 1998 年那个令汾酒人防不胜防的春节,给了汾酒最致命的一击。山西省文水县不法分子王青关用 34 吨甲醇加水后勾兑成散装白酒,出售给了山西朔州的几个个体户批发商。正逢春节,家家宾朋满聚,喜庆团圆,短短数日,这批假酒造成 27 人死亡,222 人中毒入院治疗,伤亡之惨重,影响之恶劣,令全国上下对山西白酒一片恐慌。

整个山西白酒行业都因此受到了牵连。本来与假酒毫无关系的汾酒也因为来自山西,受到了严重的影响和冲击,不得不紧缩销售退守山西,从行业第一的宝座跌落。

中国白酒第一股,这个承载了无数辉煌的称号,也是从那个时候起,慢慢离汾酒而去。

作为曾经的“汾老大”,已经在二线品牌沉寂多年。

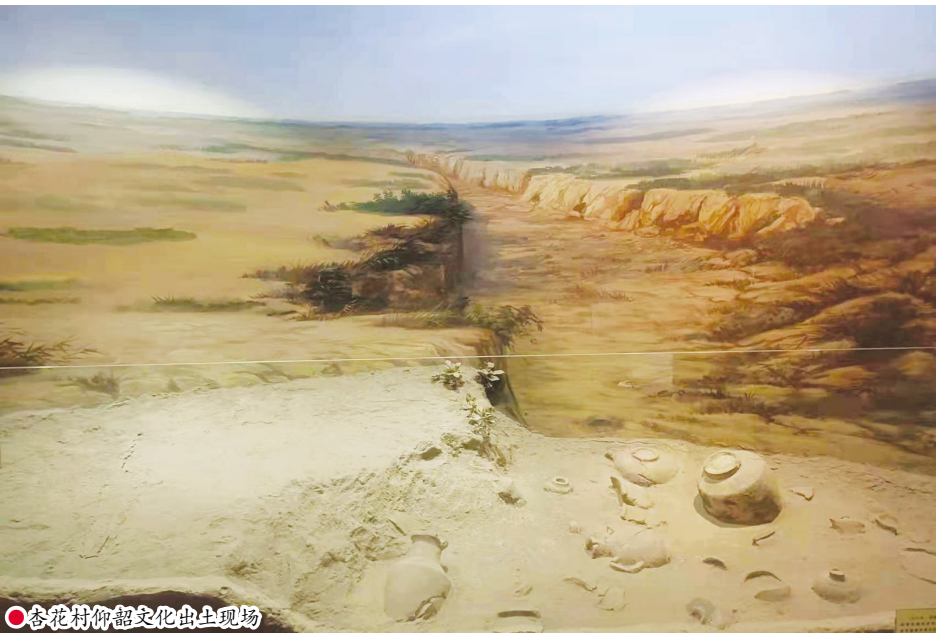
要说汾酒的亲民路线,是汾酒的慷慨、大方与接地气,是对汾酒文化的弘扬与继承,也是汾酒给国人带来的福利。那么,茅台、五粮液打的便是另一架算盘,那就是价格牌、心理战。酒,依然是那个酒,但价早已不是那个价。“一文价钱一文货”,在消费者心里,价格成了价值的对等标。

坊间流传的一句话叫做“买好酒的喝不上,喝好酒的不用买”,什么酒是好酒?没喝哪能知道,便宜的没好货,捡贵买的呗。在中国这个礼仪国度,礼尚往来重面子,送人捡价高的拿,你一来我一往,就这样“炒”起来了,有时还竟然一瓶难求,高价牌“炒”起了高端品牌。

就如曾经号称“九五至尊”的天价“南京牌”香烟,真的是那么的与众不同嘛?我想事实也许并非如此。这样的炒作,只是更多地助长了腐败堕落不良风气。

高端酒的炒作,一定程度上助长了社会的不正之风。

“老百姓喝得起的名酒”,没人去“炒作”。



杏花村仰韶文化出土现场

哪怕品质再好,因为价格不高去送人,总是有失面情。

殊不知,酒是用来喝的,不是用来炒的。

在当今反腐的高压态势下,靠“炒”撑起的酒业帝国大厦,就像已然炒成泡沫的房地产一样,一夜之间兴许会浑然坍塌。

其实,在那个计划经济向市场经济转型的年代,作为行业老大,汾酒的一举一动总会受到国家、行业、消费者的关注和制衡,各级领导常常“人民餐桌上要能见到名酒,要有大局意识”的指示,使汾酒义无反顾地选择了作为国企行业老大所必须承担的社会责任和道义。

“汾老大”付出的代价与伤痛,又有谁知道?

真相过后,其实每个人心中都有一杆秤。有时候,“心理上的老大”远比“现实中的老大”的位置会更高、更稳、更长久。

02.

有人说,一瓶高端白酒,消费者买的不再是一瓶酒,而是它的品牌和背后故事所蕴含的价值。

价格就是价格,有时并不能代表品味与价值。汾酒虽然走的是亲民路线,但汾酒的品质中外可鉴,汾酒的文化贯通古今。汾酒的性价比无人可及。

作为世界非物质文化遗产,汾酒的酒文化故事源远流长。

黄河、汾河滋养的汾酒文明,最早已追溯到了仰韶文化。杏花村仰韶文化遗址,活灵活现地展现给世人汾酒有着六千多年的亘古文明,世代传承着清香美酒的独家秘笈源远流长,不是哪一款白酒的历史跨度可以比拟的。

说起汾酒的历史,在中国家喻户晓;提起它的故事,五湖四海天下闻名。

早在六千年前,山西杏花村就已经开始了酿酒活动,这里出土的每一件酒器、酒具,都饱

含着酿造美酒的古老记忆。

1500 多年前的南北朝时期,汾酒就作为宫廷御酒受到北齐武成帝的推崇而一举成名,并被载入二十四史。

晚唐大诗人杜牧的千古绝唱“借问酒家何处有,牧童遥指杏花村”,使汾酒再度成名。

清朝乾隆皇帝的钦笔御批,同样是汾酒不可磨灭的历史印记。

1915 年巴拿马万国博览会上一举荣获甲等大奖章,使汾酒成为酒品至尊。

1952 年第一届全国评酒会上被冠以“国家名酒”头衔,汾酒成为四大名白酒之一。

从 1988 年到 1993 年山西汾酒连续六年全行业经济效益第一,并蝉联了五届“中国名酒”称号,是中国白酒中产量第一个突破万吨的企业,也是第一家 A 股上市的中国白酒企业。

一桩桩,一件件辉煌的荣耀,印证着汾酒滔滔不绝的华夏文明,也给汾酒披上了六千年的贵族身份……

六千年的精粹谁人能比?再看看山西汾酒为全国白酒做出的贡献:明清晋商纵横捭阖,称雄中国商界 500 余年。随着晋商汇通天下的步履,汾酒的独特技艺和清香文化传遍大江南北,奠定了杏花村白酒祖庭的至尊地位。

民国《徐沟县志》载:清代“东三省、山东、察、绥、甘各省地方,凡产有高粱、豆、米原料者,无不多有晋师制酒店,谓之烧锅”。

凤翔西凤酒,工艺是在清香型白酒基础上演化而来,传说“山西客户迁入,始创西凤酒。后客返原籍,土著始自酿酒”。

在甘肃天水,晋商开的元兴恒商号,专门生产汾酒。

青海西宁威远堡青稞酒,传是晋商以汾酒工艺始创,致“威远烧酒,闻名远近”。

河南是晋商贸易重点地区,设有制曲作坊,“每至收成,晋商携其厚资,在各码头集



仰韶文化现场出土的发酵器皿



汾酒的无公害原粮基地

开坊踩曲”。

江苏《泗洪县志》载,乾隆时,山西太谷酿酒师贺德全,以杏花村酿酒法,酿得双沟大曲。

光绪三十年(1904 年)孙中山由法赴日,黄兴在东京的餐馆接风,特别点了孙中山爱喝的汾酒,称“今日共饮祖国名酒,他日必推翻帝制”。

《湖北通志》载:“武昌酒近通行者惟汾酒、南酒。”江西名酒“四特酒”,清光绪年间,江西樟树树源隆酒店,融汾酒工艺酿出优质白酒,在酒缸书四个“特”字,形成“四特酒”。

现在的“白酒老大”贵州茅台酒与山西汾酒也有割舍不断的历史渊源。

民国二十八年编《贵州经济》载:“茅台酒之沿革及制造,在清朝咸丰以前,有山西盐商某,来茅台地方,仿照汾酒制法,用小麦为曲,以高粱为原料,酿成一种烧酒。”

《祖国的贵州》(贵州人民出版社 1955 年版)称:茅台酒“清朝时山西人经商于茅台镇,依汾酒制法而兴”。

《中国大百科全书》之《中国地理》载:“山西盐商利用汾酒酿造方法在茅台酿酒成功。”这就是山西汾酒为中国白酒的源远流长与兴旺发达所做出的历史贡献!

这就是汾酒的品牌和背后故事所蕴含的价值!

汾酒的现实价值就在于让老百姓花不多的钱,就能喝上底蕴深厚的历史文化名酒。

03.

汾酒人,书写了中国白酒酿造技艺的教科书。固态制曲、固态发酵、固态蒸馏、清蒸清烧、一清到底的白酒工艺是汾酒人发明的。800 年前,汾酒人就已经掌握了蒸馏技术,从定酿酒原料、原粮粉碎、辅料选择水分、蒸粮、冷散、加曲、入缸温度、入缸发酵、发酵周期、发酵控制、蒸馏流程控制、流酒流程控制以及制曲原料选择、原料配伍、

制曲工艺、曲品质量品评与控度等等涉及到白酒生产的各个环节,都形成了一套固定、成熟的标准。这一套标准成为中国大曲白酒生产的最早、最权威的教科书。

其他品牌的白酒,大都是在汾酒久远流淌的长河中配生出来的枝节细流,只不过因地域不同,土壤、水质、温度、湿度、原料等酿造环境的变化以及制作工艺的调节而形成了酱香、浓香等区别于汾酒清香型的不同口味。

蒸馏对白酒制作工艺的改进具有划时代的意义。迄今为止,汾酒的蒸馏技术还是登峰造极,为其他酒企望尘莫及。难怪汾酒人自豪地说:我们的高粱只蒸两次,其他企业都要七八次,说明他们的工艺不精致。诚然,中国白酒一次能蒸馏出 78 度的酒,也只有汾酒了。

汾酒是国酒之源,清香之祖,文化之根。汾酒是中国白酒产业的奠基者,是传承中国白酒文化的火炬手,是中国白酒酿造技艺的教科书,是见证中国白酒发展历史的活化石。正因杏花村如此悠久的酿酒历史,才形成后世精湛的酿酒技术,并孕育出了今天灿烂辉煌的汾酒文化。

试想,如果没有上世纪 1998 年的朔州假酒案,也许山西汾酒的至尊地位至今还是无人能撼动!如果没有“做老百姓能喝得起的名酒”的胸怀,也许山西汾酒的销售额与茅台、五粮液不会有如此差距!

24 年前的假酒风波,已然将汾酒无情地拖入了历史的最低谷,成了那起假酒案最大的受害者。虽然假酒案的始作俑者受到了法律的严厉制裁,可在当时信息不太畅通的年代,谁又能给山西汾酒正名呢?而今,不甘沉沦的汾酒,又已做好了准备,正向着白酒的第一阵营发起冲击。

装得下委屈,撑得住压力,耐得住低谷,压得稳巅峰——这才是做“老大”的格局,也是“老大”东山再起的资本和力量源泉。

“汾酒得民心失高价”,既是责任,也是担当。晋商之所以能驰骋商界 500 年,靠的就是这种大局意识,靠的就是流淌在血液里家国情怀。

山西汾酒“十四五”提出了“66415”战略,即:6,实现白酒板块、大健康产业板块、产业链板块、文化旅游板块、产业基金、白酒机加工板块等六大板块清晰定型,品牌同发力;6,实现诚信酒都、人文酒都、智慧酒都、开放酒都、绿色酒都、幸福酒都等六大酒都构建出雏形;4,到 2025 年实现酒类销售收入 400 亿元;15,职工平均年收入超过 15 万元。

如今的山西汾酒,风清气正,改革正酣,有近 20 万亩的无公害绿色原粮基地,成了最安全可靠“第一车间”,实现了 100%原粮供应,再加上把传统酿造手法与科学超前的理念和先进的加工工艺相结合,使得品牌结构更合理、产品质量更优质、销售网络更科学、企业管理更夯实。

汾酒的目标一定能够如期实现,三分天下定能必有其一。

盘点 2021:河南仰韶酒业公司的 14 件大事

■ 本报记者 李代广

2021 年,在河南省委、省政府“豫酒转型发展”的战略部署下,仰韶酒业持续进取,乘风破浪,用脚踏实地的行动奏出了激昂辽远的豫酒强音,为河南酒业的腾飞凝聚了更加持久的磅礴动力。

大事一:立足新起点,董事长擘画企业“十四五”期间发展新蓝图

3 月,在仰韶酒业 2020 年度双先表彰会上,董事长侯建光总结分析了仰韶酒业当前所面临的机遇与挑战,并根据企业发展的规律、态势,以及内外部环境,擘画了“十四五”期间仰韶酒业发展新蓝图,为仰韶品牌做强、做优、做精、做久确定了五年行动纲领。

大事二:何金平副省长、张亚忠副主席先后莅临调研为企业发展出谋划策、加油打气

3 月 25 日,河南省副省长何金平走进企业调研。5 月 21 日,河南省政协副主席、九三学社省委主委张亚忠走进企业调研。三门峡市委书记刘南昌,渑池县委书记谢喜来等多位领导也先后数次莅临仰韶调研指导工作。在临企业调研期间,各位领导为仰韶的发展出谋划策,加油打气,使得我们在生产经营中的工作思路更加清晰,奋斗信心更加坚定,前进步伐更加有力。

大事三:仰韶酒业博士后科研工作站揭牌“科技仰韶”实至名归

4 月 22 日上午,河南仰韶酒业有限公司博士后科研工作站在公司揭牌。工作站的设立,不但为仰韶酒业,也为河南的高层次人才搭建了一个新平台,标志着仰韶酒业“产、学、研”联动运作的发展模式已经成熟,仰韶酒业科研平台和技能人才队伍的建设,自此迈上了一条层级更高、水平更强、速率更快的发展轨道。

大事四:荣获三项中国酒业最高科技荣



誉,在新高点奠定仰韶科研创新工作新起点

4 月 28 日,在中国酒业协会第六届理事会第二次(扩大)会议上,仰韶酒业一举荣膺三项中国酒业最高科技荣誉——中国酒业科技进步优秀企业奖(仰韶酒业)、中国酒业协会科技进步优秀论文奖二等奖(题目:《基于宏转录组、16S rRNA/ITS 基因高通量测序技术的中国浓香型白酒酒醅微生物群落组成及其代谢活性的解析》)、中国酒业科技领军人才(韩素娜)。这三项大奖,不但强有力地业内和全社会彰显了仰韶在“豫酒转型发展”进程中的科研实力,也为仰韶酒业下一步的科研创新工作开启了一个更高的起点。

大事五:河南省总工会授予企业“河南省五一劳动奖状”

4 月 29 日,2021 年庆祝“五一”国际劳动节暨河南省五一劳动奖表彰大会在河南工会大厦隆重举行,仰韶荣获“河南省五一劳动奖状”,向全社会有力地展现了“豫酒振兴”征程中的仰韶力量。此次仰韶酒业被授予“河南省五一劳动奖状”,正是对仰韶多年来坚持贯彻“匠心酿酒、人才强企”理念和实践,不断提升自身品质和品牌,从而带动豫酒转型发展的高

度肯定与褒奖。

大事六:3 万吨陶融型白酒酿造车间项目一期开工为仰韶长远发展夯实产能基础

5 月 22 日上午,“仰韶酒业 3 万吨陶融型白酒酿造车间项目一期开工仪式”在仰韶生态酿酒园西园区隆重举行。项目的开工,拉开了仰韶酒业以基础工业建设推进“十四五规划”的序幕,将大大增加企业的原酒产能,为仰韶的长远发展打下坚实基础。

大事七:汛灾来袭,火速驰援,捐款捐物助力河南抢险救灾

2021 年 7 月份,河南多地出现持续性强降水天气,郑州、焦作、新乡等 10 地市出现特大暴雨。极端强降水导致的洪涝灾害严重威胁到了河南人民的生命和财产安全。面对洪灾,企业在第一时间向郑州市红十字会捐助 200 万元现金,向河南受灾地区捐助 100 万元物资,很好地助力了河南抢险救灾及灾后重建工作的高效开展。

大事八:入选“2021 河南民营企业制造业 100 强”彰显豫酒制造硬核实力

12 月 22 日,河南省企业家协会发布 2021 河南省民营企业 100 强系列榜单,河南



仰韶酒业有限公司入选“2021 河南民营企业制造业 100 强”榜单,位列第 80 位,既彰显了仰韶作为豫酒龙头的硬核实力,也是仰韶酒业多年来坚持品质为本、科技创新和产业发展的成果展现。

大事九:河南省白酒研究院、仰韶生物工程实验室揭牌企业“产、学、研”融合平台日趋完善

12 月 17 日,“河南省白酒研究院、仰韶生物工程实验室”揭牌仪式隆重举行。此次揭牌,标志着郑州轻工业大学与仰韶酒业的“产、学、研”合作更加深入,对切实发挥人才聚集作用,不断提高企业创新能力,大力推动科技成果转化将发挥积极作用。

大事十:彩陶坊地利产品焕新升级“第四代”地利完成市场全覆盖

2021 年,彩陶坊地利(第四代)完成了河南市场的全域覆盖。彩陶坊地利(第四代)的全新升级,不仅是企业对“十四五规划”的切实践行,对核心大单品市场地位的夯实,也充分满足了消费者对白酒产品日益增长的多层次需求。

大事十一:牵手河南卫视“奇妙游”向全世

界展现了璀璨厚重的中原文化

2021 年,从《端午奇妙游》到《七夕奇妙游》,再到《中秋奇妙游》,彩陶坊的品牌形象一直都贯穿其中。“奇妙游”和“彩陶坊”两大河南超级 IP 强强联动,向全世界出彩了璀璨厚重的中原文化。

大事十二:仰韶村第四次考古发掘发现小口尖底瓶里有酒

2021 年,仰韶村遗址第四次考古发掘在尖底瓶残留物中发现有谷物发酵酒的重要证据,证明华夏酿酒史起源于仰韶时期,有力地在全国酒行业和全社会彰显了仰韶酿酒史的源远流长和深厚底蕴。

大事十三:打造“彩陶坊天时·名家讲坛”为文化驱动转型升级提供强大动力

由省白酒转型发展专项工作领导小组办公室支持,河南日报报业集团、河南广播电视台主办的“豫酒品牌行——彩陶坊天时·名家讲坛”在洛阳、新乡、焦作等地先后举办。这一由仰韶牵头、河南重点酒企共同参与的豫酒文化盛宴,得到了社会各界的广泛关注,为文化驱动豫酒转型升级提供了强大的助推引擎。

大事十四:打造“太阳盛宴”,并导入“星海联盟”市场运营模式为高端系列产品彩陶坊天时深耕市场蓄力赋能

2021 年,营销团队以“致敬心中的太阳”为主题,聚焦高端产品——彩陶坊天时太阳,成功打造了“太阳盛宴”并在销售团队中导入了“星海联盟”营销新模式。凭借“太阳盛宴+星海联盟”双模式的营销创新,品牌体验与高端形象得到了进一步对接,助力彩陶坊太阳不断深耕和占领高端白酒市场,为仰韶“十四五”目标实现和“豫酒振兴”战略推进注入了强劲动能。

在 2022 年新年贺词中,董事长侯建光指出:“时代的引领,文化的赋能,产品的特色,品牌的优势,正是我们企业一路走来虽荆棘密布但一往无前的十足底气,也是我们可以不断开拓进取,实现一个又一个胜利的强大助力。”