

科技铸就品质 品质成就健康

——劲牌连续两年问鼎全国质量大奖的背后

■ 许强

11月24日,第二十届全国质量奖“中国杰出质量人”正式公布,劲牌公司董事长吴少勋成为全国十人名单之一。这是劲牌公司继2021年获得第十九届全国质量奖组织奖后,又获得全国质量奖个人奖。连续两年分别获得全国质量奖组织奖和个人奖,劲牌公司成为全国酒业唯一。

据了解,全国质量奖是对实施卓越的质量管理,并在质量、经济、社会效益等方面取得显著成绩的组织授予的在质量方面的最高荣誉,“中国杰出质量人”由中国质量协会联合全国总工会组织评出,为全国质量奖的最高个人荣誉。劲牌公司缘何能连续两年斩获全国质量大奖?

一场“苦酒宴”,立下劲牌质量意识

11月20日下午,记者走进位于湖北省大冶市城区的劲牌公司总部。阳光下,绿植色彩斑斓,鸟儿在花木中、小道上飞来飞去,俨然一座生态公园。

在工作人员带领下,记者走进劲牌酒厂包装车间二期的206生产线。看到一瓶瓶消费者熟知的小方劲(125ml中国劲酒)正在生产线上快速有序地流动。

从灌装、封盖到贴标、装箱,再到码垛,每一个环节,质量管控员李雅玲都要仔细巡查好几遍。她现场随机抽出一瓶正在贴标的中国劲酒,仔细检查标签张贴位置和喷码字迹,确认质量合格后放回生产线上。

李雅玲介绍,一个工作日来,每天从她手里经过的“小方劲”有百万瓶,工作14年来,没有一瓶不合格的酒从她这里流向市场。

眼前这一情景,让劲牌酒厂厂长田显军感慨万分,思绪一下子回到1994年。田显军回忆,那一年的一个休息日,当时在酒厂滋补酒车间工作的他,和同事及相关技术人员不约而同地接到时任湖北省皇官酒厂(劲牌前身)厂长吴少勋的宴请通知,还专门派车把大家都一一接到厂内小食堂。

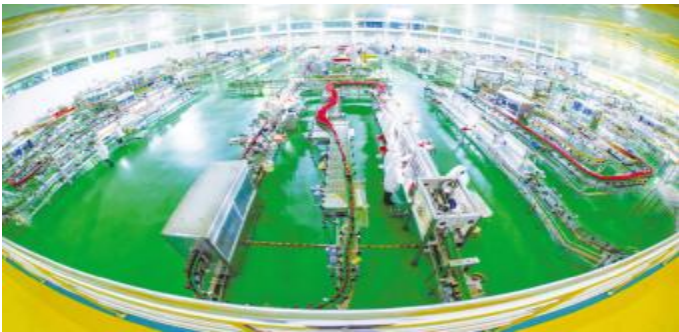
“怎么突然要请吃饭?”带着这一疑问,大家来到了小食堂。

吴厂长到了之后,拿出一瓶长寿酒,给每个人倒了一杯,“大家请喝”。宴席一开始,吴厂长就请大家品尝酒。大家感觉气氛、神情不对,但还是端起酒杯饮下了这杯酒。

喝完,吴厂长问“这酒怎么样?好不好喝?”有同事说“这酒口味寡淡,后味发苦”。大家尝出来了,口感不好。

田显军记得,当时吴厂长拿着酒,很严肃地问大家,“要是消费者喝了这种酒,会怎么样?”“如果你们是消费者,愿不愿意花钱买这种酒?”现场气氛一下子变得沉重起来,大家没有多说话。

随后,吴厂长语重心长地说:“我们必须对消费者负责,为消费者提供品质过硬的产品,产品质量是我们对消费者的承诺,是企业生存的根本。”事后,田显军才知道是有一批陈酿期



● 包装车间



● 提取车间中控室

没到的酒提前灌装发给了前来提货的经销商,吴厂长发现了这一情况,才有了这场“苦酒宴”。

田显军告诉记者,这场特殊的酒宴给了全厂一个重重的警示:质量是企业的生命,也是产品的生命。质量不过关,不仅消费者不认可、不答应,自己也会深受其害。也正是这场酒宴,使酒厂人更加清醒地认识到质量管理的重要性,狠抓质量成了全厂上下一致的共识。

从1953年创立至今,劲牌公司已发展成为一家专业化的健康产品企业,并致力于成为世界一流的健康产品企业,做百年企业,树百年品牌。并以“正文化”为指引,以“树正气、有担当、可持续”为企业核心价值观,坚持走质量效益型发展道路,持续领跑中国保健酒行业。

品质守护,打造劲牌质量高标准

对于产品,原料品质是关键。“金玉其外,更要金玉其内。”这是劲牌人信奉的产品质量定律。只有上乘的原料,才能制造出一流的产品。

上世纪九十年代,劲牌公司曾经推出过风靡江城的“劲牌醇”浓香型白酒产品。因产品供不应求,后期开始收购原酒,未把好质量关,最终黯然退市。这一教训让劲牌公司下定决心自建原酒基地,将原酒的生产、品控掌握在自己手中。

1998年起,劲牌公司邀请地质专家和水质专家开展酿酒水源选水工作。专家们几乎跑遍了鄂东南的每一座山脉和每一个湖泊,经过多方比较,最终选择了深藏于幕阜山脉的七眼天然溶洞泉水。

沿幕阜山脉七大泉源,劲牌公司投资11.7

亿元,历时十年,先后建起总面积达930亩的三座清香型原酒基地。此外,劲牌根据不同香型白酒的产地特性,还在贵州仁怀茅台镇、四川宜宾分别建立了酱香型、浓香型原酒基地,以充足的产能保障劲牌产品品质。

除了原酒,对于劲牌产品,药材的品质也格外重要。那么,劲牌公司对药材质量的管控是怎样的呢?

带着这个疑问,记者走进了劲牌公司中药技术部。部门负责人胡辉是劲牌第一代“寻药人”。说起“寻药”,胡辉介绍,药材的辨别鉴定,传统的做法依赖于人的经验,通过肉眼辨形、识别颜色,再加上入口品尝,以及显微镜观察,才能鉴定出个十之八九。然而,药材市场鱼龙混杂,药材质量参差不齐,这样很难保障保健酒的质量,由此公司决定“药材直供”。

为了实现“药材直供”,胡辉踏上了寻药之路。依据《本草纲目》《神农本草经》等中医药典籍的记载,以及国家颁布的《药典》,几年间,他和同事跋山涉水,行程十万余公里,足迹遍布了全国几乎所有药材道地产区。采回药材标本,对不同产地同一味药材进行对比分析,从中筛选出质量最佳的药材。据此确定劲牌公司的药材道地产区,与当地种植药材的农户建立合作关系,并定期派遣专业技术人员对药材的种植、采收、加工进行指导。此后,“产非其地、采非其时”的药材再也没有进入劲牌公司的药材仓库。

同样的,对于酿酒用到的粮食,劲牌一样高标准、严要求。据劲牌公司有着11年工龄的质检员柯红梅介绍,“进厂的糯高粱要先检后卸,只有色泽、气味等各项指标符合标准要求,才能进入入库。其中,水分不低于14%,糯性要高于97%。”



● 液相色谱室



● 宁夏中宁枸杞子基地

2018年,因为湖北气候潮湿,糯高粱在运输过程中吸收了空气里的水分而没有达到劲牌公司制定的内控标准,500吨糯高粱还没进厂就被原封不动地退回。“劲牌的品质太严了!需要在很多细节上把控。”如今,劲牌供应商孟凡义仍然记忆犹新。后来,根据劲牌公司制定的标准,他研究出了一套自己的“独门品控方法”——在装车前,提前铺上厚垫子,并保持车厢内洁净……此后,在每天光照14个小时,昼夜温差在12度左右下种植出来的糯高粱,再也没有被劲牌公司退回。

好原料,酿好酒。劲牌公司从未停止过对极致品质的追求,每一次对原料的苛刻和极致追求,只为给消费者酿造一瓶好酒。

在质量管理上,劲牌坚持“把产品品质做到极致”,通过实施“公司、生产厂、生产线”三级质量品控管理,形成了5000余条质量管理体系,不合格产品决不推向市场。

科技创新,赋能劲牌健康事业发展

多年来,劲牌公司坚持以科技创新为企业发展核心驱动力,率先将中药指纹图谱技术、科学提取技术运用于产品生产。

其中,中药指纹图谱技术通过对药材产地及精华成分的精准鉴定,解决中药成分复杂、质量不易控制的问题。这项研究实现了药材原料提取成分的精准控制,产品质量得到充分保证,开创了保健酒行业乃至中药行业药材质量控制的先河。

在劲牌研究院,记者见到了李先芝,作为指纹图谱技术研究的第一批技术人员,她见证

和参与了劲牌技术研究的二十年巨变。直到现在,她还清楚地记得每一台液相色谱仪的引进:2003年第一台液相色谱仪引进,2005年一台,2007年一台,2010年两台……目前,李先芝已成为液相色谱分析领域的高级专家,主要负责检测方法的开发。为了攻克技术壁垒,她仍常常在实验室里一待就是十几个小时。

药材,从源头做好品质把控后,最为关键的是其精华成分的提取。传统的做法是煎煮,而劲牌公司为了实现对药材精华成分的充分利用,在本世纪初就开始了单味药材提取技术的研究,并研发出针对每一味药材属性的科学提取技术,实现了对药材精华成分的有效利用。

陈志元是劲牌公司提取物技术部负责人。他告诉记者,2001年的冬天,东北市场消费者反馈,在公司产品的瓶底发现有一缕白色的沉淀物,怀疑公司产品存在质量问题。这一现象引起了公司高度重视,不仅第一时间召回产品,还成立技术攻关组,查清白色沉淀物出现的原因,找出解决问题的办法。

作为公司当时学历高、技术功底深厚的陈志元,接下了这块难啃的骨头。陈志元回忆,当时为了弄清楚白色沉淀物到底是什么物质,他们从上百瓶产品中才收集了1克样品,经多次反复实验验证后,他和同事才查明真相,并据此提出改变传统多味药材混合提取的做法,对每一味药材的精华成分单独进行提取。

由此,陈志元带领团队开始了艰难的提取技术研发历程,“5+2”“白+黑”成了他们工作的常态。历时9年,劲牌公司建立起数字化提取技术平台,建立了国内首个药材GMP提取车间。2010年,首批数字提取中国劲酒正式上市。

如今,在提取物技术部实验室,记者看到针对劲牌养生一号高端养生酒里使用到的药材,陈志元仍带领团队技术研发人员,在开展不同的提取实验,从中找出更科学的提取技术。

科技创新,永无止境。在产品质量提升道路上,追求极致的劲牌人从未止步。据劲牌研究院技术管理办公室主任张帆介绍,对于技术上的投入,公司总是“有求必应”,只要技术研究确实有必要,打上报告,再贵重和罕见的仪器公司都会批准采购。”近7年来,劲牌公司技术研发投入累计达21.18亿元,按照国际一流标准,投入大量资金配置仪器设备,引进高端研发技术人员,在劲牌公司专注于技术研究的人员有380余名。并与北京大学、复旦大学、华中科技大学、美国哈佛大学、美国查尔斯河实验室、英国帝国理工学院、日本大阪大学、新加坡国立大学等全球知名顶尖院校机构开展技术合作。

截至目前,劲牌公司拥有国际行业领先的“中药指纹图谱技术”“中药数字化提取分离技术”等16项核心技术,拥有专利174件,先后获得国家和省级相关部门颁发的科技进步奖18项。

“科技铸就品质,品质成就健康”,在推进健康中国建设的道路上,劲牌以科技创新赋能产品健康内涵,以技术创新不断驱动企业发展。

“成渝十大文旅新地标”六大榜单发布

川渝21区县共同成立文旅创意产业联盟

■ 本报记者 何牧

11月25日下午,四川遂宁市大英县,成渝文旅发展交流活动暨“成渝十大文旅新地标”颁奖典礼隆重举行。经过一年评选,备受关注的“2021成渝十大文旅新地标”等六大重量级榜单一一揭晓。

活动上,大英县与11个天府旅游名县,以及重庆市9个区县,共同组建巴蜀文化旅游走廊区县文旅创意产业联盟,推进川渝文旅创意产业创新发展。

川渝21县携手发起成立文旅创意产业联盟

巍巍巴山雄奇,源源蜀水明润。从古至今,川渝两地,山水相连、历史同脉、文化同源、人文相近,一直有着深深的羁绊。交流中,大英县、成都市成华区、江油市、峨眉山市、阆中市、康定市、长宁县、稻城县等11个天府旅游名县,携手重庆市渝中区、合川区、南川区、潼南区、奉节县等9个重庆市巴蜀文化旅游走廊区县,共同成立巴蜀文化旅游走廊区县文旅创意产业联盟。

据联盟“宣言”,该联盟旨在充分发挥巴蜀文化旅游走廊区域生态禀赋优良、文旅资源丰富、产业基础雄厚、市场空间广阔、开放程度高等优势,在更大范围、更广阔域推动川渝两地文旅创意产业高质量发展。

联盟成立后,将秉承文旅融合、优势互补、市场主导、创新发展、跨界协作、共生共荣的宗旨,共建区域文旅产业发展共同体,统筹整合联盟文旅优势资源,推进区域旅游产业一体化谋划、资源一体化共享、平台一体化建设、服务一体化推进、品牌一体化打造,形成特色突出、



● 成渝文旅发展交流活动暨“成渝十大文旅新地标”颁奖典礼现场



● 中共大英县委书记记铭超推介大英大英



● 中国个协副会长、川商全国理事会主席团主席、四川省民营企业文化发展委员会主任、四川大学文旅康养校友会会长陈先德为获奖者颁奖

分工协作、互补互促、布局优化的区域文旅产业发展新格局。

翘首以盼迎来川渝文旅新指南 十大成渝文旅新地标重磅发布

今年5月,《巴蜀文化旅游走廊建设规划》正式印发,按下巴蜀文化旅游走廊建设的“加速键”。

封面新闻、华西都市报于2021年10月,启动“国际范、中国味、巴蜀韵——寻找2021成渝文旅新地标”大型系列报道,在巴蜀地区,大规模寻找文旅地标。经过初选、线上投票、专家评审等阶段,最终评选出“2021

成渝十大文旅新地标”“2021成渝十大文旅领军人物”“2021成渝十大文旅产业地标”“2021成渝城市更新十大地标”“2021成渝潮流新地标TOP50”,以及“四川十大冬游胜地”六大榜单。

“2021成渝十大文旅新地标”分别是遂宁大英丝路奇幻城、兴文石海景区、安岳石刻、重庆巫山小三峡、成都荷花池、重庆十八梯传统风貌区、盐源·古韵青铜城、重庆湖广会馆、隆昌石牌坊群、武隆喀斯特旅游区。

“2021成渝十大文旅领军人物”分别是中国美协副主席、重庆市美协主席、重庆文联副主席、四川美术学院院长庞茂琨;四川省文联主席、四川艺术职业学院院长、四川省川剧院

院长陈智林;四川省文物考古研究院院长唐飞;成都图书馆馆长肖平;甘孜州政协副主席、甘孜州文化广播电视和旅游局党组书记、局长刘洪;重庆北仓文化创意集团有限公司董事长李传波;重庆金刚碑温塘聚落文化旅游发展有限公司法定代表人冉巍;四川大学旅游学院教授、博士生导师,世界研学旅游组织(WRTO)执行主席,来也股份创始人杨振之;自贡市文化旅游投资开发有限公司董事长宋青山;重庆旅游商会会长刘放。

“2021成渝十大文旅产业地标”有大英卓筒井遗址公园、四川西南航空职业学院、重庆南川中海黎香湖、遂宁安居黄峨古镇、成都东部新区三岔湖、全兴酒业蒲江大塘酿造基地、成都荷花池商圈、懒坝国际禅境艺术度假区、自贡方特恐龙王国、美心红酒小镇。

“2021成渝城市更新十大地标”有成飞航空主题教育基地、成都萌想星球107文创园、犍为县芭沟镇、遂宁射洪文宗苑、重庆山城巷传统风貌区、富顺赵化古镇、四川民俗文化之窗半边街、重庆工业博物馆、解放碑·朝天门城市更新工程、龙门浩老街历史文化街区。

“2021成渝潮流新地标TOP50”包括成都博物馆、万科眉州文化村、都江堰市玉禾流年、彭州宝山村、成都东部新区三鱼萌狮文化村、泸州美食文旅街等。

“四川十大冬游胜地”是西岭雪山、峨眉山、瓦屋山、彝海、天台山、叙永罗汉林、稻城亚丁、米易阳光城、达古冰川、曾家山。

“六大榜单,从六个不同的切面,一同成全了巴蜀的青山绿水和市井烟火。”活动现场,主办方介绍说,“新”,是榜单的底色,六大榜单,着眼于城市不断发展中出现的,展现城市美好、人民生活富足的地标,是一份“面子”与“里子”并举的川渝文旅新指南。

此外,据公开数据显示,在“寻找2021成渝文旅新地标”网络投票环节,六大榜单为期一个月的网络投票中,总共收到近2000万票,具体数值为19347883。获得“2021成渝十大文旅新地标”的“遂宁大英丝路奇幻城”“兴文石海景区”“安岳石刻”等地标都曾位列前茅。

连续3年摆“成渝文旅龙门阵” 线上线下每年吸引千万级关注

文化赋予旅游别样意义,文旅地标既承载了历史文化记忆,也见证着时代的发展,是生活在这片土地上的人们的“精神坐标”。

2018年,四川旅游收入首次突破“万亿级”大关,成为“万亿”产业俱乐部的新成员,文旅发展站上了新起点。从2018年开始,封面新闻、华西都市报连续举办“寻找天府十大文化地标”“四川十大文旅新地标”大型系列活动,吸引千万级的关注度。

2020年,封面新闻、华西都市报响应时代主题,乘着成渝地区双城经济圈建设的东风,升级推出“点亮巴蜀文化旅游走廊”寻找成渝文旅新地标”大型系列报道,成功举办“成渝十大文旅新地标”探访评选活动。

在历年评选出的各大奖项中,既有大家耳熟能详的峨眉山、解放碑、洪崖洞、三苏祠,也有新生代的打卡地成都IFS、重庆来福士;既有成都武侯祠博物馆、成都金沙遗址博物馆,也有重庆中国三峡博物馆、重庆建川博物馆聚落等知名文博展馆。

这些文旅地标让城市更加鲜活,与生活在这片土地上的人们产生情感的链接和文化的认同,为抽象的文化符号找到了具象的载体,让成渝巴蜀文旅走廊的“国际范、中国味、巴蜀韵”变得可观、可感、可触。