

中国啤酒科技创新的成功范例

□樊瑛 特约记者 杨帆 本报记者 张建忠

6月26日,在“茅台低醇高浓啤酒(双歧因子)”,荣获“中国食品工业技术创新重大专项成果奖”暨“国家知识产权技术专利”两项殊荣的贵阳新闻发布会上,中国食品工业协会、中食协啤酒专业委员会的发言人这样宣称,“这是一件有意义的大事情”,表示将要认真总结茅台啤酒公司创新研发“低醇高浓(双歧因子)啤酒”的成功经验,在全行业中推广运用,促进中国食品工业更快地发展。

茅台集团旗下的啤酒公司依靠科技进步自主创新研发的“茅台低醇高浓(双歧因子)啤酒”,历经为期数年的精心淬炼,以其优秀的品质和独具差异化的品味风格,赢得了“中国食品工业技术创新重大专项成果奖”,并获得国家知识产权局颁发的技术专利。

据此间业界专家介绍:“茅台低醇高浓(双歧因子)啤酒”,是指一种酒精含量≤25%(V/V),原麦汁浓度≥9°P,低聚异麦芽糖≥11g/L(双歧因子)成分的啤酒。其内在品质,以富含有益于人体健康的“双歧因子”(即“低聚异麦芽糖”)成分为重要特征,其外化形态,则表现为泡沫洁白、细腻,挂杯持久,麦香浓郁、酒花香突出,口感纯正、柔和。

早在2005年12月2日,“茅台低醇高浓(双歧因子)啤酒”就通过了中国食品工业协会在京组织专家进行的产品鉴定,并获得中国食品工业协会的《荣誉证书》,荣膺“中国啤酒著名创新产品”的称号,以及由贵州省人民政府颁发的“优秀新产品、新技术一等奖”。参与产品鉴定的业界权威专家一致评价:该产品的开发,“填补了我国低醇高浓(双歧因子)啤酒产品的空白,对于丰富我国酒类市场,增加产品的技术含量及附加价值将起到积极作用”。



“茅台低醇高浓啤酒(双歧因子)”荣获“中国食品工业技术创新重大专项成果奖”暨“国家知识产权局技术专利”新闻发布会现场。



贵州省人大常委会副主任傅传耀讲话。



贵州省中小企业局局长龙超亚讲话。



贵州省遵义市委常委、副市长余遵义讲话。



贵州茅台酒厂集团啤酒有限公司新产品品鉴会。

以创新精神 实践一切为消费者着想

□贵州茅台酒厂集团公司董事长 季克良

茅台低醇高浓(双歧因子)啤酒荣获“中国食品工业技术创新重大专项成果奖”和国家知识产权局技术专利,是茅台啤酒企业全体员工实践科学发展观、坚持走自主创新道路取得的成果。可喜可贺!

好些年来,我们在许多场合回答有些人提出的“茅台为什么要涉足自身并不熟悉的啤酒行业”这个问题时,就曾反复表达过这样的观点:进入21世纪以来,国内啤酒总量虽在表面上呈现出“供大于求”的格局,但入市的产品多为中低档啤酒,根本无法满足广大消费者对口味多样化、日益追求高品位生活享受的新需求。我们正是立足于此种国内啤酒产品结构现状及市场需求新趋势,按照企业确立的“一品为主,多品开发,做好酒的文章”的发展战略,果断地作出进军啤酒行业的决策,并将茅台啤酒品牌价值打造锁定为“啤酒中的茅台”。

茅台啤酒公司成立以来,在科技创新、产品升级换代、品牌价值创造、市场网络构建等方面,取得了明显的进步与发展。这充分地印证,我们当年决策以质量最好的中国一流的啤酒直切国产啤酒产品结构“软肋”的战略思想,是具有前瞻性的。

茅台啤酒公司坚持自主创新的实践,还给予了我们这样的启示:在企业发展方向的战略定位上,无论是专业化还是多元化,只不过属于一种对“战略方式”的选择。这种选择的“非此即

彼”,并不是影响企业发展的制约因素;最重要的,是要看企业能否选择以创造顾客价值为取向的“战略逻辑”。

我们从来认为,消费者是企业“上帝”和恩人,企业必须牢固树立起“一切为消费者着想”的价值取向,正确对待消费者的需求,生产消费者想要的商品。只有如此,企业才能赢得消费者,赢得市场,从而实现逐步做强、做大发展目标。茅台赢得的持续10年的跨越式发展,中国很多企业在改革开放进程中的成功转型,都无一不证明,企业一旦选择了以创造顾客价值为取向的“战略逻辑”,并脚踏实地实践“一切为消费者着想”的价值取向,就可以获得支撑专业化或者多元化取得成功的发展力。但是,这并不意味着是搞专业化或者搞多元化的成功,而是企业选择“创造顾客价值取向”的成功,同时也是企业践行“一切为消费者着想”得到的回报。

我们由此而坚信,当前尽管茅台啤酒的规模能力仍不能与中国啤酒的“大牌”企业相匹敌,但只要一如既往地遵循创造顾客价值为指向的“战略逻辑”,认真践行“酿造高品位的生活”的企业使命,严格恪守“产量服从质量、成本服从质量、效益服从质量、速度服从质量”的生产方针,努力以创新精神实践“一切为消费者着想”的价值取向,必将会在内在能力不断增强、品牌价值持续增长的基础上,形成强劲的企业核心竞争力,迎来茅台啤酒又好又快发展的“黄金岁月”!



贵州茅台酒厂集团有限责任公司董事长季克良讲话。



贵州茅台酒厂集团啤酒有限公司总经理王巨波致欢迎辞。



中国食品工业协会秘书长沈麓(左)讲辞并向茅台啤酒公司颁发“中国食品工业技术创新重大专项成果奖”证书(右为贵州茅台酒厂集团啤酒有限公司党委书记、常务副总经理卢碧华)。



贵州省知识产权局局长蒋天才(右)讲辞并向茅台啤酒公司颁发“国家知识产权局技术专利”证书(左为贵州茅台酒厂集团啤酒有限公司总经理王巨波)。

在自主创新中升华茅台啤酒品位

□贵州茅台酒厂集团啤酒有限公司总经理 王巨波

今天,对于我们茅台啤酒公司及全体员工来说,是一个值得庆贺、也值得纪念的日子;而对于成长中的茅台啤酒品牌来说,则是一个可以载入自身发展史册的重要里程碑——因为,我们依靠科技进步、坚持自主创新研发“茅台低醇高浓(双歧因子)啤酒”,在获得国家知识产权技术专利的同时,又荣膺“中国食品工业技术创新重大专项成果奖”。

这标志着,茅台啤酒在中国啤酒科技创新的前沿,以勇于挑战自我、完善自我、超越自我的科学精神,由“中国制造”模式向“中国创造”范式果敢地跨出了成功的步伐。

中国有句谚语说得好:“吃水不忘挖井人”。正是基于这样一种感恩之心,我们要向长期以来曾给予企业科技创新活动高度关注、鼎力支持的中国食品工业协会、中食协啤酒专业委员会的领导和专家,要向始终如一关心、帮助企业创新发展的省市各级党委政府、行业管理部门、科研单位以及社会各界人士,致以衷心的感谢!

“问渠哪得清如许,为有源头活水来”。回望我们走过的自主创新历程,内心不禁涌起这样一股至深至切的情感:茅台啤酒作为中国啤酒的一个“后来者”,面对着国内外著名品牌抢滩市场的严峻挑战,之所以能以最短的时间、最快的速度,成功跨越业界众多大企业花费了几十年、甚至上百年的拼搏才得以完成的品牌塑造过程,并一举以“茅台啤酒,啤酒中的茅台”的高品位形象跻身中国名优啤酒的行列,所凭借的创新力和推动力,正是来自于“爱我茅台,为国争光”企业精神的导向和激励,来自于牢牢地把握“酿造高品位的生活”这一时代命题,来自于专心致志践行国酒茅台确立的“在继承中创新,在创新中发展,在发展中完善,在完善中提升”的战略理念。

可以说这样认为,我们沿着“中国创造”范式确立“剑指高端”的品牌建设路线,依靠科技进步、自主创新开发茅台“低醇高浓(双歧因子)啤酒”,以及顺应市场需求变化不断调整企业产品结构,每一步动作,都是在贯彻实施茅台集团在建设茅台啤酒伊始就准确鲜明提出的“要做,就做中国最好的啤酒,做啤酒中的茅台”的品牌发展战略定位。

如果说这些年来我们在企业创新实践中获得了什么启示的话,那么这就是:企业如人、品牌如人、产品亦如人,都必须具备一种不懈追求超越自身的创新发展意识——因为,从本质上讲,其诞生、成长、发展,都是一个具有无限可能性的“过

程”,关键在于对自身的认知与超越。

一个拥有深厚文化积淀、能够创造巨大价值、具备走向世界能力的民族工业优秀品牌的塑造,需要几代人、甚至几十代人持之以恒、与时俱进的创新实践的积累。然而,尽管面对的行程如此漫长、要走的道路多么曲折,我们都将秉承“有创新,才有发展”的信念,一以贯之、锲而不舍。我们前进的目标,就是应用科技创新成果不断丰富茅台啤酒的高品位内涵,就是通过企业系统创新不断升华茅台啤酒品牌价值,并且要使这样的持续超越成为一种“追求瞬间达到永恒的过程”。

