

“笨人煮酒”开心帮 嫡传工艺酿酱酒

——贵州百年原址酒业有限公司采访纪实

■ 本报记者 樊瑛

“实实在在，质量第一”，这八个朴实的字是百年原址酒业有限公司董事长赵康先生经常挂在嘴边的“口头禅”。赵康先生介绍说，做好酒就要先保证品质。“笨人煮酒”已经成为贵州著名商标，它既是酒品牌，同时也倡导着一种酒文化，即本着厚德广行、诚明中道的精神，实诚做人，开心生活；坚守“三原文化”，回归古法蒸煮，踏实酿酒，用嫡传酱酒工艺酿造美酒，“笨人煮酒”体现的是禅道文化大智若愚的风范。这种企业文化，极大地提升了员工的幸福感，因此，我们百年原址酒业有一帮开心的人，酿造着开心的酒——“笨人煮酒”。

◎文化铸就品牌

与赵董事长近距离交流，才知道他曾经在北京大学读书七年，潜心研究宗教文化。兴许是这个缘故，才有了今天颇有禅意的贵州著名商标“笨人煮酒”。

现代美学家、哲学家宗白华先生在《美学散步》中说：“禅是动中的极静也是静中的极动。寂而常照，照而常寂，动静不二，直探生命的本原。”因而，大勇若怯，大智若愚，“笨人煮酒”是也。

在宗白华看来，艺术的理想境界是“澄怀观道”，即意境或禅境，所谓在拈花微笑里领悟色相中至微至深的禅境。

宗白华把艺术境界分为两大类。一类是以模仿自然的镜相来表现人心中最深的心灵状态，自然包括文学诗歌和绘画；一类是以非模仿自然的镜相来表现人心中最深的心灵状态，它包括音乐、建筑、舞蹈。在这两种类型中，宗白华认为，后者才是一切艺术的根本形态。这是因为音乐和建筑的秩序结构能直接启示宇宙本体内部的和谐与节奏。所以一切艺术趋向音乐的状态和建筑。

走进百年原址酒业，从企业建筑物所承载的企业文化里，记者深深感受到了宗白华的艺术理想境界在这里的生动再现——

在占地 300 余亩的百年原址酒业惠水长田工业园区生产基地，眼见装配有现代化包装生产线的车间外墙用的是近似佛教寺庙用的黄色，盖有灰瓦的屋檐两端有起翘的“燕尾”，以及屋顶像个小宝塔式的特别装饰物，都衬托出浓浓的古风 and 几分禅意。生产基地



笨人煮酒品名由来

清代的茅台古镇已酒肆林立，酒作坊众多，呈现一派忙碌景象。酿酒师及众伙计用心酿酒，不善言辞，盐商笑称“笨人”，常以一袋好盐换取一壶好酒的方式来交易。清代诗人郑珍以此有感而发：“酒冠黔人国，盐登赤虬河”。故“笨人”体现了踏实酿酒诚明中道的品格作风，意在还原真实，彰显了大智若愚的风范。“笨人煮酒”回归古法蒸煮，纯手工酿制之工艺！故笨非愚，乃有道！厚实显笨，饱满显笨恰似酱香型好酒的完美风格！

四面环山，有一面山型自然形成了风水中的狗恋窝景象，常务副总吴总介绍说，这里就像是一个聚宝盆，是一个不漏财的极好风水宝地，就连厂区大门的宽度都含有 999 的吉利数字。世间大凡吉祥珍贵之物，奇伟非凡之人，均出自山川形胜、钟灵毓秀之地。这么好的风水宝地自当是出杰人、产好酒之地。

最初听说“笨人煮酒”品牌，还以为就仅仅是一个用逆向思维起的让人容易记忆搞笑的名字，而经过对百年原址酒业的逐步了解，才明白了其深意所在。

赵董事长喜欢文学和艺术，加之七年的宗教研读，这些积淀似乎自然而然地影响他形成了对企业经营管理的独特思考，以及对企业文化建设的独特视角。“笨人煮酒”开心帮电视连续剧便是赵董事长用电视艺术的形式，

将人生的感悟和企业经营巧妙结合在一起的一部戏剧与人生、人生与经营的文艺杰作，并以此成功传达出“笨人煮酒”体现的大智若愚的文化诉求。

近两年来，《开心帮——笨人煮酒》系列情景剧在贵州卫视热播，深受广大贵阳市民所熟悉和喜爱。这部长达 120 集的古装情景喜剧整合了四川、云南、贵州、东北等地方言中的幽默元素，围绕“酒文化”讲述了在有着浓郁西部气息“笨人煮酒”的老字号酒楼里发生的各种趣事。剧中酒楼廖老板由新一代巴蜀笑星的领军人物廖健饰演，廖健自曝是“耙耳朵”的幸福男人，他在剧中也是怕老婆的

“耙耳朵”，他的加入，为《笨人煮酒》带来了西南外搭东北融合的喜剧风格。剧中一群对生活充满热情的人聚在一起，透着朴实、直爽、

乐观、善良、悠闲、幽默的气息，这些人大智若愚，“煮”出了一个生动有趣的生活片段，让观众看到了丰富多彩的西南人生活。这部剧让观众忍俊不禁、捧腹大笑的同时，也让观众牢牢记住了“笨人煮酒”品牌。

无论是通过电视艺术传播品牌文化，还是通过企业建筑物展现企业文化诉求，抑或是尝试漫画等其他文化载体传播酒文化，只要走进百年原址酒业，都会被其独特的企业文化魅力，以及用文化铸就品牌的成功尝试所深深感染。

◎实干创造未来

在百年原址酒业也有着这么一群与《开心帮——笨人煮酒》系列情景剧中人物有几分相似的热热爱生活、朴实可爱、善良敬业、有

着聪敏才智和实干精神的员工团队。所不同的是，现实里的“笨人煮酒”团队，更有着远大的理想。他们坚守着百年的酿酒文化和酿酒工艺，以打造中国民间酱香白酒第一品牌为己任。“三原文化”，用茅台镇特有的糯性高粱，当地俗称红缨子高粱酿造基酒，以健康自然为基调；原工艺，茅台镇嫡传酱酒酿造工艺，没有经过任何人为的后期再加工，酒味为最初开坛之时的味道；原产地，独特的地域环境，公司仁怀生产基地——茅台，有着悠久的酱香酒酿造历史和精细工艺。百年原址酒业投入了 12 亿打造位于仁怀市茅台镇茅台河的生产基地，总占地 500 余亩，一期工程已在 2012 年 5 月破土动工。惠水和茅台两个基酒生产基地的运作，为公司的生产销售提供了强大的物质后盾。

百年原址酒业目前已经拥有 20 余个注册商标，已建立 400 余人的销售精英团队，经营酒类单品近 800 余款，在省外已有 8 家分公司，代理商多达 2000 余家。同时，建立更大更完善的全国立体营销网络，通过精细化管理做好售前售后服务，推动公司自主品牌在全国市场占据销售地位。另外，公司以百年原址为推广概念，推出体现“老字号”底蕴的传统工艺特色产品汇聚一堂的“百年原址”专营店体系，各专营店内的陈设和布置都体现百年酒文化与陈年酱香酒相融合而形成的独特氛围，让消费者近距离熏染中国悠久而博大精深的酒文化，不断提升企业文化软实力，更好地将贵州历史悠久的酱香文化发扬光大，进一步推动员工实现远大的理想——打造中国民间酱香白酒第一品牌。

古有青梅煮酒论英雄，今有笨人煮酒开心帮。民以食为天，无酒不成欢，现实版的“笨人煮酒”团队将脚踏实地，以实干创造未来，用不断发展和丰富的美食文化以及高品质的美酒缔造消费者开心生活的每一天。



●百年原址酒业充满古风禅意的生产厂区

“黔茅古酱”畅想曲

■ 本报记者 张建忠

黔茅古酱千里香，
驰誉遐迩美名扬。
品牌质量数一流，
百年老酒最荣光。

黔茅古酱酒由贵州锦绣东方有限公司全国总运营，产自充满神奇色彩的茅台古镇。这里经千年清澈赤水河的浸润，馥郁的酒香在这条河谷中久久弥漫开来，那是一种奇特无比的香味——酱香。世界三大蒸馏酒之一的茅台酒产自这里，中国酱香型白酒的核心产区也在这里。独特的气候、土壤、水质以及微生物群建塑了这个神秘的区域，它一如活化石般保存了中国酿酒的最高技艺，亦孕育壮大了黔茅古酱酒这个绝世佳酿。

◎动人的黔茅古酱

“黔茅古酱酒是品质与品德的勾兑，是文化与精神的融合。”锦绣东方公司员工如是说。

记者走进企业，探寻其品牌特点，公司管理者介绍说，黔茅古酱之美，不在饮酒时可感知的形式，而在不可闻见的“道”；黔茅古酱之乐，不在现实的审美层面，而在对“道”的领悟。因此，品味黔茅古酱，是问道，亦是悟道。这是一种“得至美游乎至乐”的最高审美境界，是山水与人文的密切融合。同时，黔茅古酱酿坊只出品 53 度高度年份酒，而此高度酒最能表现中国传统酱香白酒的风范，最能久藏陈年。白酒也只有 53 度时，才能酒乳交融，其色香味状态方为上上乘。并且，黔茅古酱高端年份酒，只供本公司会员，只向本公司认可的尊贵购买者直接定制供应，而会员将不定期获赠参加“黔茅古酱品鉴会”等高尚文化交流活动。

当问及产品工艺时，技术人员介绍，黔茅古酱年份酒，是以天人合一哲学为基础，与黄帝内经中五谷为养的养生理念相结合，采用传世酿酒工艺制酒，辅以黔茅古酱酿坊独特传统的古法秘术，再加秘不外传的方古黔茅古酱调酒工艺，确保了黔茅古酱年份酒的顶级品质。独特的气候和环境，加之茅台上千年的酿酒工艺的传承，取高



【1599】



【1915】

粱、小麦、玉米等上等原粮之精华，铸就了黔茅古酱独一无二的品质。

据悉，黔茅古酱窖池，历经岁月沧桑，世事更替，老窖泥中微生物如元字天书一般，给黔茅古酱注入了神秘的元素，方才产出这人间的琼浆玉液。

◎美妙的畅想曲

“雨中草色绿堪染，水上桃花红欲然”，又是一年春来时，“黔茅古酱”带着神秘的色彩从远古走来，馥郁芳香，清醇甘美，为美丽的春色锦上添花。在这春意萌动之中，

锦绣东方公司携着好酒“黔茅古酱”，鸣奏着美妙激越的畅想曲！

新的一年，贵州锦绣东方公司将继续在生产和营销中注入儒释道文化元素，用文化来表达工作的本分，用心来将黔茅古酱酒惠送至每一位消费者的身边。

面对白酒行业激烈竞争的形势，锦绣东方人的内心深处更洋溢着一种继续前行的激情和自律以及一种生命成熟的清醒。

日本著名企业家松下幸之助有句名言：“幸运多半只占一半，另外一半要靠自己的智慧。”这句话似乎揭示了锦绣东方公司的奥秘来自于公司高层一班人的胆识智慧，来自于全体员工的创新创造。他们不仅忠诚于酿酒事业，更在追寻做人做酒的真谛。

全国著名作家徐富敏在《心中永远的阳光》一文中以饱满的激情和深刻、灵动的笔触，热情讴歌奋战在各条战线上并竖起了一座座时代英雄丰碑的风流人物。他写到：“这世界很古老，也很年轻，被崇高而常新的理想鼓舞着，在跋涉的疲惫的奋斗中前进……这世界期待行动的英雄，期待那些在板结贫瘠的土地上收获丰稔的人们。”而锦绣东方人正是这样的英雄。他们诚信经营，砥砺前行，已经形成酒类产品多元化的产品流通链，在全国酒类产品市场享有很高的知名度。他们的经营已经赢得了广大消费者的认可和赞赏，他们的不懈奋进已成为了公司发展的主旋律。

锦绣东方公司团队，是一个乐于学习不断进取的团队，是一个用高雅文化浸润了的团队。率真、友爱、潇洒、旷达、和谐、包容，是他们的个性符号和情感色彩。

俗话说，酒品如人品。品味黔茅古酱酒，醉而性真，醉而逍遥，挥洒从容，随缘放旷。道家说：乘物以游心。饮黔茅古酱是超然物外，独与天地精神之往来。就让我们用心品一杯黔茅古酱酒，而品味中蕴涵着真理，蕴涵着愉悦，蕴涵着人生的旷达，这是何等的惬意！

“黔茅古酱”带给了人们惬意的人生，奏响了酒与人生美妙的畅想曲。高亢激荡，美妙悠扬，贵州锦绣东方有限公司将在这催人奋进的畅想曲中昂首阔步，一往无前！

品牌互动

今日偶然读到《笨人煮酒品名由来》一文，不禁对“笨人煮酒”的酒文化产生了浓厚的兴趣，特别是对清代诗人郑珍的诗句“酒冠黔人国，盐登赤虬河”有了深刻的理解。

“笨人煮酒”之所以受到广大消费者的欢迎，就是因为秉承了传统的制酒工艺，即酿酒师及众伙计用心去酿酒，用真情去酿酒，他们以诚信为本，从不弄虚作假，在某些人看来，他们是“笨人”，其实成功在于他们完全靠自己高超的经营智慧和对人性的精确掌握。

“笨人煮酒”的品名貌似很傻很愚笨，但经过了他们聪明的市场运作和对人性的精确分析，却成了绝妙的智慧体现；眼前的损失是暂时的，个人的品牌和实在的长期回报才是真理。

——云南机场集团昆明长水国际机场党委工作部宣传办主任倪嘉云

听了笨人煮酒的故事，便购得几瓶品尝，甫一入口，顿觉酒香阵阵，醇厚甘冽，浑身通泰，心情为之一振。好酒！在酒香的回味中，仿佛置身于大块吃肉，大碗喝酒的百年之前。既有古代之侠气壮身，更有古风换来一个个动人的故事，让人心醉神迷。

笨人煮酒，憨厚朴实的名字，大众倾倒的美酒，让人有话要说。

其一为笨人不笨，正如大智若愚一样。笨人展示的是诚实、厚道、敢担当、敢作为的精神气质。

其二是笨人煮酒之生产者甘以笨人

自居，体现了商人之道，正也。在消费者面前做一个笨人，透出的是公正，公平，公开的经营理念，所谓君子坦荡荡是也。不输。笨人之酒，质量如何，价格如何，口感如何，自有消费者来裁定。这是不欺客，不哄客，不怠客，不瞒客的大道。

其三是时代变迁，风云激荡，英雄辈出的岁月，尤其需要诚实、实干、厚道、守法的笨人。正如全国道德模范郭明义所说，我是一个傻子。国家需要这样的傻子。经济领域也需要更多的“笨人”。

——贵州消费者韩川江

笨人酿酒非真笨，应该是一种踏实实干的作风，酒品也是人品。

笨人煮酒，是大智若愚，讲诚信，不尚空谈，干实在的事，倡导务实的精神！

我们喜欢笨人煮酒，欢迎来到江苏！

——江苏消费者卓之敏

笨酒香满天

酒国酒香远，处处有美谈。
酿制纯手工，苦累满汗。
蒸煮用古法，实诚不取奸。
盐商换美酒，哂笑笨且憨。
酿酒者埋头做，哂笑笨多言。
绵绵时日至，清酒入瓷坛。
酱香满溢处，袅袅上云天。
闻之渐欲醉，醉美沁脾肝。
酿酒最有道，口口真醇绵。
笨人煮老酒，天下美名传。
——山西省芮城县原政法委干部、
现亚宝药业集团企划部索玉祥

【笨人煮酒】
【黔茅古酱】招商电话：4008001915