

■ 本报记者 许强 李国政

与十年前比，湖北大冶市发生了天翻地覆的变化。宽阔的金湖大道、新冶大道、大冶大道如三条巨龙向南北延展着，大道两旁一栋栋高楼大厦拔地而起，昔日如大沙盘沉寂的城市一下子鲜活起来；大道上车水马龙、人头攒动；时尚的国际商场、宾馆、银行沿着大道两旁挺拔着，在阳光下熠熠生辉，昭示着新世纪大冶的繁华；每到夜晚，大冶城灯火辉煌，市民三三两两漫步刘家湖畔，步量着人生精彩的厚度。大冶人幸福感很强，他们谈起自己的幸福生活，都会给记者说起一个品牌——劲牌，说起劲牌，他们会谈到一个字——“正”。

正文化

“劲牌公司是大冶市的支柱企业，每年为国家上缴 10 多亿的税收，约占大冶市工商税收总额的 40%，不仅解决了上万人的就业问题，还带动了大冶经济的快速发展，并为大冶市经济转型做出了榜样。”一位大冶市老干部告诉记者，大冶成为全国百强县市，劲牌功不可没。纵观劲牌的发展，劲牌所有的势能都源于劲牌的“正文化”。“正文化”是劲牌飞跃的深层动力，也是劲牌发展的灵魂。

据介绍，“正文化”是劲牌长期实践的结晶，“树正气”已凝练成劲牌核心价值观，其内涵为正直、正气、和谐。西南科技大学教授、行政学专家贺先志认为，“正文化”已经成为劲牌的成长基因，所形成的 DNA 遗传在劲牌的每个生命细胞中，体现了劲牌独特而鲜明的品牌个性。

培根曾说：“哪里有正义，哪里就是圣地”。在“正文化”的引领下，劲牌公司不断地创新理念，提升产品品质，推进精益生产，重视环境保护，热心公益事业，传播健康文化，增添社会荣誉，丰富品牌价值，实现了经济效益和社会效益的同步增长。仅 2012 年度，劲牌公司销售额突破 56 亿元，上缴税收突破 14

“不是纯原酒，赔你 20 万” 河南东方国陶酒业举办 新品上市招商会

■ 本报记者 李代广

8 月 28 日至 29 日，河南东方国陶酒业有限公司在三门峡市举办了新品上市招商会，来自全省各地 100 多名经销商代表及媒体记者参加了活动。

河南东方国陶酒业有限公司是以河南省韶泉酒业有限公司为基础组建的酒类企业，早在 7 年前，曾以“假若不是纯原酒，



河南省酒协举办 酒业形势报告会

本报讯(记者 李国政 黄戎) 为了引导本省内人士正确认识行业发展所面临的新形势，有效应对白酒市场“寒流”，9 月 3 日，河南省酒业协会在第一会议室举办了酒业形势报告会。

报告会邀请了酒业资深营销策划人——九度营销顾问机构董事长马斐、亮剑营销咨询有限公司董事长牛恩坤、河南省营销协会专家委员会资深委员袁惠忠三位老师为协会人员讲解分析行业发展形势。

讲到行业发展，牛恩坤老师对中国酒业未来的发展趋势进行了预测。他说未来的酒业发展趋势是全国一线名酒与地方寡头的竞争，代表品牌的主导产品将回归；电商正在加速改变产业的格局，价格将进一步回归价值。产品的定位在消费者心中占据着首位，因此成功的品牌定位可以让企业由弱小走向强大。牛恩坤老师还对品牌定位进行了归类总结，为企业明晰自身品牌定位具有指导意义。

接着马斐老师为大家分析了酒业发展

劲牌“正”视界 ——劲牌六十年发展新观察(二)

亿元，直接用于社会责任的支出超过 4810 万元。

树正气

记者曾在劲牌采访时提了一个问题：“劲牌快速发展靠什么支撑？”劲牌的回答很简洁：“如果用个字表述，我会说是‘正’！两个字，是‘正气’！三个字，‘树正气’。”劲牌认为，只有“树正气”，企业才能做得大、做得强、做得久、做得远。

南宋民族英雄文天祥有句名言：“天地有正气，杂然赋流形。”在劲牌，记者所见，都是“正气”升腾。劲牌选拔人才要德才兼备、以德为先。能者上，德才兼备者提拔重用；劲牌制度规定，公司的各级管理人员，要主动关心员工疾苦，及时解决员工合理诉求，及时帮助困难员工，让员工无后顾之忧；劲牌为员工提供整洁、安全的工作环境，让每个员工都能分享公司的发展成果，分享公司的荣誉、机会与成功；员工的薪酬福利要持续提升，要包容性增长……

记者采访了解到，2013 年，劲牌员工工资涨 30%。劲牌酒厂包装三车间员工罗娟珠骄傲地告诉记者：“感谢劲牌！2011 年，我参加了公司组织的台湾游；去年，公司支助我去了欧洲七国游；今年我的工资一次性涨了 880 元，让亲戚朋友羡慕不已，我感到很幸福。”

记者在劲牌随机采访发现，劲牌的管理者和员工的工资相差并不多，同等级别的工资相差不大，下级与上级管理者的工资相差不到 50%。

劲牌树正气，邪气消，致使劲牌万众一心，员工忘我拼搏，企业蒸蒸日上，每年以两

位数的增速前行，前景一片光明。

做正直的人

在一切企业要素中，人是决定性因素，因为资金、设备、原材料、科学技术等都是靠人去掌握和运用。企业任何制度的实施，任何目标的达成都要通过人的努力去实现。所以，劲牌在日常经营中非常重视员工的素质培养，用劲牌核心价值观引领，用劲牌精神支撑，用道德思想培育，充分挖掘员工的潜力，使劲牌员工融入于团队，尽责智责。

劲牌企业文化中心主任覃文钊告诉记者，劲牌提倡员工“说老实话、办老实事、做老实人”，倡导员工“做正直的人”、“做事先做人”。

做人要传统，做事要现代。在记者眼前的劲牌员工，为人正直，弘扬正气，人人都是劲牌主人，一切行为都以公司最高利益和最高价值为基准，不搞“本位主义”，工作不推诿，做事“至正至善”。

劲牌认为，“其身正，不令而行。”劲牌从一个产值几百万的小作坊式酒厂发展成为了一个年销售额超过 50 亿元的中国保健酒龙头企业，劲牌的领导人依然保持着稳健质朴的作风，在记者面前的他，依然胸佩厂牌、身着工作服，语气依然温和而直接。他胸怀大志，却为人谦虚，毫不张扬，为员工为社会敢于担当责任，在他的影响下，劲牌的价值观融入到了员工血液里，劲牌人爱国爱企，品质如金，文明之花在劲牌傲然绽放。劲牌公司先后获得了“全国文明单位”、“全国和谐劳动关系优秀企业”、“全国巾帼文明岗”、“全国模范职工之家”和全国“抗震救灾先进集体”光荣称



号，并先后两次获得了“中华慈善奖”，他本人也获得了“优秀中国特色社会主义事业建设者”和“建市以来黄石十大功勋人物”的光荣称号。

做正义的事业

覃文钊称，目前，公司在努力打造“树正气”的文化氛围，渴望在员工中营造“公平公正、积极进取、团结向上、比学赶帮、戒骄戒奢、勤勉务实”的正气，为劲牌持续、健康发展提供正能量。其实，劲牌人早就明白，要实现“百年企业、百年品牌”的宏伟目标，还需要“做正义的事业”。

希腊有句名言：“在正义的事业中，弱者也能战胜强者”。劲牌以提高人类健康为己任，专注于人类健康事业，劲牌不仅要健康产业的领军者，更要健康理念的倡导者。为此，劲牌始终把消费者的利益放在第一位，把自己的产品做到无懈可击，让消费者始终能享用到安全、健康、优质的产品和服务，所以说，劲牌做的是“正义的事业”。

逆势扩张 九里春酒业新生产基地开工

■ 桂妮娜 本报记者 喻宁

就在中国白酒行业进入深度调整期之际，素有“军中五粮液”之称的四川九里春酒业股份有限公司投资 1.2 亿元逆势扩张，9 月 4 日，该公司在什邡隆重举行了 5000 吨/年白酒灌装生产线及配套设施技改项目的奠基仪式。

据九里春酒业董事长冯兴龙介绍，九里春酒业 5000 吨/年白酒灌装生产线及配套设施技改项目位于什邡市经济开发区（南区），计划投资 1.2 亿元，计划用地 100 亩，建设全自动灌装生产线，灌装车间，科研楼，仓储库房，职工宿舍楼，储罐区、物流停车区及配套设施，购置灌装设备，水处理器，过滤器、色谱仪等先进设备，形成年白酒灌装能力 5000 吨，预计 2014 年 12 月竣工。项目建成后，将实现产值 4 亿元、利税 1 亿元。

九里春酒业该技改项目是九里春酒业做大做强，打造集团化公司的重要战略举措，对完善九里春酒业生产布局、推动九里春酒业从区域性地方品牌向全国性品牌发展具有重要意义。



九里春酒业作为一个有 30 多年历史的“军转地”名优白酒企业，自转交地方以来，迅猛发展，焕发出勃勃生机。九里春品牌被评为中国名酒和四川省著名商标。销售网点遍布全国 30 余个省、市、自治区。公司斥巨资在中央电视台等各大媒体持续推广品牌，企业和品牌影响力日益扩大，产品呈现出产销两旺的局面。目前九里春已拥有四个全资和

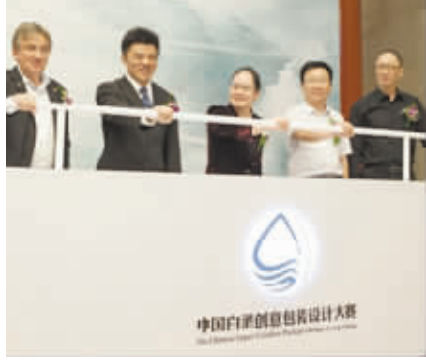
控股子公司，将逐渐形成以酒业为主的多元化集团公司。

酒业营销专家、高级营销师彭作权认为，随着白酒行业市场竞争环境的变化，四川地方名优白酒企业要想生存发展，必将在生产、营销、人力资源等方面进行诸多改变，增强企业的综合实力，否则将很难适应企业发展和市场的要求。

中国白酒行业“3C 计划”启动

■ 本报记者 李国政 李晓虎

“品质诚实”、“服务诚心”、“产业诚信”——近日，由中国酒业协会主办的“中国白酒 3C 计划”启动会议在北京召开。中国酒业协会理事长王延才认为，“中国白酒 3C 计划”是一个涉及白酒技术提升、规范经营、科学发展和产业安全的全方位系统工程。工信部消费品工业司司长王黎明表示，当前，我国白酒产业正在从传统手工业向现代化工业转型，白酒产业进入深入调整时期。在这个关键时期由中国白酒协会提出“中国白酒 3C 计划”，是非常及时和必要的。



酒企瞄准“酒后进生”

“三公消费限制”、“塑化剂风波”、“勾兑门”等事件，灼痛了中国白酒业的敏感神经。进入深度调整期的中国白酒业，黄金十年即将结束，已连续数月在低谷徘徊。但不少有实力的酒企不甘寂寞，纷纷求变，期冀凭厚重的品牌和市场积累杀出一条新路，70 后、80 后、90 后的年轻消费者成为其主攻方向。

一位业内人士介绍，中国白酒长期脱离中国年轻人，70 后、80 后、90 后对白酒表现出前所未有的“冷淡”，年轻时尚的产品定位严重稀缺，年轻消费群体断层之矛盾日益突出。随着年轻一代消费群体的崛起，中国白酒业要想与 70、80 后、90 后新生代群体产生共鸣，突破目前消费断层所带来的市场僵局，必须为此做出转变。

国内著名调研机构——零点指标数据公司于 8 月份发布的一份《中国白酒消费现状及趋势研究成果》指出：随着人民生活水平的提高和社会文明程度的进步，健康饮酒的呼

声日益高涨，消费者在饮酒习惯上也更趋于理智，提倡健康饮酒已成业界共识。

业内人士指出，随着人们越来越关注“健康”消费理念，同时葡萄酒、黄酒、啤酒以及其他的消费娱乐方式也渐渐渗入了中国的酒桌文化之中，追求酒的意境和淡雅的口感，以及酒后轻松的感受将被越来越多的消费者所重视。“饮酒健康的指标，尤其受到 70 后、80 后消费者的追捧。”

推动诚信体系建设 和促进检测技术升级

国家食品药品监督管理总局食监一司副司长陈传意说，食品安全是关乎国计民生的头等大事，近一年多来发生的涉及白酒的质量安全问题，值得整个白酒行业警醒。食药总局将进一步规范食品生产许可准入制度，同时要求行业提高自律、诚信。“中国白酒 3C 计划”提出的白酒年份酒准入设想非常契合实际，食药总局将全力支持中国酒业协会做好这项工作。

王黎明表示，“中国白酒 3C 计划”倡导的

“品质诚实”、“服务诚心”、“产业诚信”抓住了白酒行业的核心，是目前白酒行业在深度调整时期必须面对、必须解决的重中之重。“3C 计划”把白酒产品的技术提升统一到产业决策部署上来，把产业和谐发展建立在行业诚信管理体系建设和践行企业社会责任的基础上，是非常难能可贵的。

王延才表示，“3C 计划”的实施，就是要通过规范行业的生产经营，净化市场流通，提高许可准入门槛，树立行业良好形象，构建和谐的公众关系，科学产品标准体系，推动产业诚信体系建设等措施，进一步确保白酒产业的健康发展。

白酒中食用酒精、食品添加剂的检测问题以及年份酒的鉴别问题是消费者和媒体普遍关注的问题，也是当下白酒行业中亟待解决的问题。

据悉，根据计划，白酒行业将研究建立稳定同位素质谱仪测定白酒中乙醇同位素检测方法；根据白酒生产工艺特征，开展白酒原料-发酵-蒸馏生产过程的同位素分离机理研究，获得白酒中乙醇稳定同位素分布特征；对比固态法白酒和食用酒精同位素之间差别，研究建立固态法白酒添加食用酒精鉴别技术体系。

通过研究开发名优白酒风味组分指纹特征数据库，建立年份酒真伪鉴定专家系统，为维护名优白酒品牌形象提供技术支持。开发白酒风味物质色谱检测方法；构建高端白酒风味成分的色谱指纹图谱数据库；研究数据挖掘方法建立年份酒防伪判别模型。

按计划，添加食用酒精的鉴别技术研究时间为 1 年；添加食品添加剂的鉴别技术研究时间为 1 年；年份酒的鉴别技术研究时间为 2 年。