红星照耀 名族品牌

红星建厂 70 周年庆典在北京举行





近日,北京红星建厂70周年庆典在北京 雁栖湖国际会展中心举行。整个庆典以回顾 红星70年艰苦创业、开拓创新的发展历程为 主题,分为"艰苦奋斗·红星建造"、"星火相 传·红星铸造"、"不忘初心·红星创造"三大篇 章。出席庆典的嘉宾有来自相关政府部门和 行业协会的领导,有来自中央、北京市和酒行 业的部分媒体代表,以及来自全国各地的经 销商、供应商、友好企业代表。北京一轻控股 有限责任公司领导部室负责人和下属企业负 责人,北京红星酿酒集团公司和北京红星股 份有限公司的部分老领导也受邀亲临现场。

北京一轻控股董事长苏志民、北京红星 董事长周法田分别发表重要致辞。苏志民在 致辞中对红星70年的发展给予高度评价,作 为北京一轻都市产业链中的金字招牌,红星 二锅头是驰名中外的北京特产, 京味文化的 靓丽名片。

本次庆典特别颁发了红星功勋奖、酒体 创新奖、忠诚伙伴奖三大奖项,以表彰70年 来为红星奠定基业的红星前辈、创新研发优 质酒体的研发团队,以及与红星一路相伴的 经销商、供应商团队。在颁奖环节中,第七代 传人王秋芳先生的女儿,受托将王老 1952 年 参与第一届全国评酒会所撰写的《中国名酒 分析报告(八大名酒)》原稿赠送给红星。这是 68年来历经动荡变革,现存于世的唯一一本 关于中国八大名酒的记录。

七代大二 印证红星 70 年光荣奋斗史

1949年,北平和平解放,政府决定实行酒 类专烧专卖。5月6日,华北酒业专卖公司实 验厂(红星前身)成立,收编了源升号、龙泉等 北京十二家老酒坊, 独家传承二锅头酒传统

作为北京地区第一家国营酿酒厂,红星 接到了一项光荣任务——为迎接新中国的诞 生生产献礼酒。时间紧、任务重,经过日夜奋 战,终于在9月酿制出第一批红星牌瓶装二

由于当时没有白酒的专用瓶,大家就用 现成的棕色酒瓶灌装好,第一代红星二锅头 酒就此问世。由于出色完成献礼酒任务,王秋 芳等30余名员工被特批参加开国大典,红星 也成为唯一获此殊荣的酒企。

红星二锅头不仅是光荣的献礼酒, 因其 亲民的价格和气味香馥的特点,一经上市,便 受到了广大消费者的喜爱。

为了改变当时落后的酿酒生产形式,让 百姓喝上品质稳定的白酒,红星科学总结二 锅头工艺,将传统技师"手摸、鼻闻、眼观、脚 踢"的经验型生产方式,升华为科学准确的二 锅头工艺标准,成为二锅头酒发展史上的一 个重要里程碑。

1950年代后期,第二代红星二锅头诞生, 它采用白酒专用的白色透明玻璃瓶灌装,让 百姓买酒时更容易看到二锅头酒的好品质, 无色、澄清的酒液透过酒瓶,一眼便可识别。

扶植郊县酒厂 推动二锅头行业百花齐放

在计划经济时期,物资匮乏。1965年以 前,北京只有红星一家生产二锅头酒,每年仅 有五、六百吨供应首都市场,每逢"十一"、"春 节"之际,红星还要被送往世界各地的我国驻 外使馆、外事机构共庆佳节,远远满足不了群 众的需要。当时,北京市民只能凭购货本,每 户每月限购两瓶红星二锅头,只有家中来了 贵客才舍得开一瓶。

为了让百姓能喝得上二锅头酒,1965年 起,红星对19家郊县酒厂进行归口管理,输

出技术和人才, 先后扶持生产出十余个不同 品牌的二锅头酒, 使二锅头酒从一枝独秀到 百花齐放,有效缓解了市场的供给紧张。

1960年代中期,为了便于二锅头的贮存 运输,减少白色瓶阳光直射对酒体品质的影 响,红星率先改用绿色的白酒专用瓶,第三代 红星二锅头酒就此诞生。老百姓开始将这种 绿瓶红星二锅头酒亲切地称为"大二"。

降度扩产 成为老百姓餐桌的当家酒

红星从20世纪80年代就开始组织科研 攻关,解决白酒降度的课题。红星创新低度酒 的核心思路,不再简单地在勾调环节调配降 度,而是从酿酒生产的全过程入手,在改进工 艺、改进设备、勾兑调配等环节下苦功。一年 后终于探索出一条优质低度白酒酿造途径, 在降度的同时,保持清香纯正风味,酒体低而 不淡,饮后舒适。

第四代红星二锅头由原来的65度单品 种,增加了56度和55度两种度数,瓶型由大 肚变高挑,曲线优美,一经投放市场,就获得 消费者的一致认可与拥护,供不应求。

进入从20世纪90年代初期,随着经济进 一步发展,市面上二锅头品牌琳琅满目,即便 如此,红星依旧受到广大消费者的青睐,一大 批忠诚消费者多年来只认这一口红星二锅 头。1997年,56度大二被国家技术监督局认 定为二锅头酒国家实物标准样,成为二锅头 品类的品质标杆。

由于过去的皇冠盖要借助瓶起打开,不 方便饮用,红星决定更换瓶盖,新一代的瓶盖 采用带一道红边的螺旋铝盖,这个创举再次 引领了行业。

为了加强知识产权保护,红星在瓶身图 标"二锅头酒"前加上手写体"红星"二字,标 志着红星从重品类转向重品牌, 让消费者更 容易识别。从20世纪2003年,红星创新研发 出红星青花瓷, 开创北京地产高端白酒的先 河,成为京味文化一张耀眼的名片。

消费升级 红五星闪耀国民情怀

近年来,随着白酒市场的消费升级,为了 满足消费者对白酒健康化、低度化的需求,红 星不断深耕科研,挑战技术极限,攻克酒体降 度难关,形成了从56度到43度多度数覆盖 的大二系列产品,满足了消费者多样化的饮

2009年,红星大胆突破了传统二锅头以 往的酒体风格,推出超越经典有点柔的蓝瓶 二锅头,以全新的绵柔口感和年轻时尚的产 品形象,受到消费者的热烈追捧,成为十亿级 大单品,引领高端光瓶新风尚。

2011年推出的第六代红星大二实现了品 质、颜值双提升,酒体柔和醇甜,包装年轻时 尚,采用全新的"端肩瓶"。酒标上的"红星二 锅头酒"字体镀上一层金色,美观醒目。

2016年,红星品牌焕新升级。提出以"每 个人心中都有一颗红星"为品牌口号,提炼出 "心怀梦想、勇敢前行"的品牌精神。2017年, 红星大小二产品匹配品牌焕新战略,进一步 升级, 打破传统构图, 提炼了品牌 IP "红五 星"。2018年,红星升级智慧盖,一瓶一码,便 于消费者查询溯源,喝得更加放心。

迎接建厂 70 周年 红星两大现代化基地建成投产

作为红星70周年庆典的重要环节,嘉宾 们还共同见证了怀柔厂区改造落成仪式。

怀柔新厂区占地总面积 10.2 万m², 现已 建成一座集生产、科研、文化、旅游于一体的 国家 3A 级景区——二锅头文化产业园,将更 好地发挥红星核心基地的作用,与天津第一 分公司、山西六曲香分公司,全面构成三地协 同发展的全国化战略布局。

近期, 由国家级非遗北京二锅头酒传统 酿造技艺唯一代表性传承人高景炎大师领 衔,红星技艺传承人、国家级评酒委员、首席 技师等酿酒骨干, 酿造出宗师级二锅头-红星高照,成为二锅头品类的价值新标杆,再 次向祖国献礼。

以品质为先,以匠心为本,用更高品质的 产品满足人民日益增长的美好生活需要,让 红星这一与国同行的民族品牌发扬光大,迎 接红星高照的崭新时代!

企业及机械设备研究单位合理进行技术攻关,

重点研究白酒生产机械化水平的提升,满足中

国白酒工业对于机械化生产技术创新的强烈

需求,加快白酒机械化进程。今天,所有大中型

企业都实现了从原料仓储、蒸煮糊化、出酒、冷

豫酒中原行第五站 漯河推广活动举行



?沙醴河畔,豫酒飘香。近日,由河南省白 酒业转型发展专项工作领导小组指导、河南 日报报业集团主办、大河报承办的"豫酒中原 行 佳酿醉漯河"豫酒中原行第五站漯河推 广活动在漯河市举行。河南省白酒业转型发 展专项工作领导小组组长刘满仓, 河南省工 信厅总工程师姚延岭, 漯河市人大常委会副 主任杜广全,漯河市人?政府副市长余伟,河 南博物院院长马萧林,中国?品工业协会副会 长、河南省白酒业转型发展专项工作领导小 组首席专家陈振杰,原河南省市场监督管理 局副巡视员张启振,河南省工信厅食品工业 办主任许新等领导及社会知名人士出席。

作为豫酒中原行的第五站, 漯河推广活 动高朋满座,来自郑州、洛阳、平顶山、新乡、 漯河、三?峡、南阳、商丘、信阳、周口等市工业 和信息化系统主管部门的相关负责人,漯河 市 30 家市直部门有关负责人、漯河市工商 联、漯河市?企协、漯河市酒业协会负责人以 及当地部分重点企业负责人、酒类经销商、大 型超市负责人等参与推介会。大咖云集,既有 豫酒重点企业的现场推介,仰韶酒业、赊店老 酒、五谷春酒业、杜康控股、寿酒集团、皇沟酒 业、宝丰酒业、贾湖酒业、天明民权等豫酒重 点企业负责销售及技术工作的负责人,均带 领着各自的团队和主力大单品参加推介。

漯河市人民政府副市长余伟表示,河南 省政府开展"豫酒振兴"工作以来,漯河市委、 市政府高度重视白酒业发展工作,成立了高 规格的白酒业发展领导小组, 出台了有史以 来支持单一行业发展的含 金量极高的《关于 促进全市白酒业快速发展的实施意?》。漯河 市将以此次活动为契机,坚持做到着力抓好 品牌打造、着力抓好技术创新、着力抓好人才 培养、着力抓好企业服务,全力开创白酒业 发展新局面。

贾湖酒业集团董事长张彪在致辞表示, "豫酒中原行,行遍大中原,今天来到酿酒起 源地,其价值与意义非同一般。贾湖酒业集团 也将以此次活动为契机, 在大力发展销售的 过程中,创新营销思维,坚守品牌文化,坚持 诚信经营,与 经销商凝心聚力,合作共赢;与 省内兄弟酒企抱团发展,只要方向正确,就不 怕路途遥远。坚信在省豫酒振兴领导小组正 确引领下, 在各级领导的关心支持下, 我们 豫酒企业必将迎来新的发展高潮。"。

河南省白酒业转型发展专项工作领导小 组办公室主任、省工业和信息化厅总工程师 姚延岭则表示,当前,豫酒振兴已站在了新的 起点上,豫酒充满希望、潜力无限,真诚希望 有识之士深耕豫酒、逐鹿中原,向消费者积极 推介豫酒、卖豫酒,特别是酒商和酒企要相互 理解、相互让利,真诚合作、共建市场。

作为考古界的著名学者,河南博物院院 长马萧林以《贾湖文化及河南酒文化》为主 题,从9000年前的贾湖文化,从远古时期贾 湖人掌握的原始酿酒方法讲起,一直谈到今 天中原大地厚重的酒习俗、酒文化,生动的语 言,深入浅出的讲述,时长30多分钟的演讲, 赢得台下听众们一阵阵热烈的掌声。

推介会上,贾湖酒业党委书记、总经理孙 耀州,河南仰韶酒业营销有限公司副总经理 王军学,赊店老酒股份有限公司副总经理、总 工程师王贤,五谷春酒业技术总工程师曾田, 洛阳杜康控股销售有限公司总经理柳向阳, 河南寿酒集团副总工程师孟书剑,皇沟酒业 副总经理、营销中心总经理李元军,宝丰酒业 技术副总工程师董军霞——登台,对企业、产 品、品牌、技术做了介绍,并引领大家品鉴了 各自的产品。

活动现场,贾湖酒业集团与河南博物院 还现场签约达成战略合作, 双方今后将在贾 湖文化挖掘、文创白酒开发等方面展开深度 合作,共同助推贾湖酒业实现跨越式发展。

独家协办

酒类食品高新技术培训中心

(0839)3600888

(0839)3602639

中国食品工业协会

四川省川技王

提升品质 精细化管理

刚刚进入市场经济的中国酿酒企业,为 了快速进行市场扩张,粗放的管理方式持续 了很长一段时间。这种模式具体表现在广告 的狂轰滥炸、生产的无序扩张、技术的停滞不 前、营销的盲目随从、管理的形式主义、缺乏 战略性的规划以及成本的不断上涨、盈利能

随着市场竞争的加剧、消费者理性消费 习惯的养成以及现代化企业管理理念的实 施,粗放式的管理方式已经完全不适应现代 企业的发展。一种新的管理模式——精细化 管理模式由此诞生,它是社会分工的精细化 以及服务质量的精细化对现代管理的必然要 求,是建立在常规管理的基础上,并将常规管 理引向深入的管理模式,是一种以最大限度 地减少管理所占用的资源和降低管理成本为 主要目标的管理方式。

2016年, 五粮液特头曲推出了"一号工 一实施精准营销,在厂商的协力推进下 搭建精细化运营平台。

因此,精细化营销在行业内遍地开花,湖 北白云边、山东百脉泉、枝江酒业、舍得、双 沟、景芝等大中小企业纷纷开启了精细化管 理模式,并取得了不菲的业绩。

国际著名直销传播专家薄朗思将精细化 营销定义为恰当地、贴切地对市场进行细分, 更充分地了解市场,维系并加强各地渠道网 络,让产品渠道畅通无阻。其最终的战略目的 是提升品牌形象,提高市场份额,夯实市场主

散、入池等多个生产环节的机械化。

力的不断下降等方面。

"进行精细化运营是大势所趋。精细化运 营绝不是五粮液公司和五粮特头曲公司单方 面的行为,而是厂商共同的利益诉求,是提前 布局供给侧改革趋势的长期战略。"五粮液 股份公司副总经理朱忠玉说。

业内人士普遍认为, 五粮液之所以能从 酒业调整期中迅速稳定并实现增长,与其创 新营销、推进"精细化营销"有着极大关联。

酒类研究设计院 四川省广元市 酒类技术研究所

导地位,赢得稳定而持久的收益。

管理从"粗放式"向"精细化"纵深 再到 2018 年跌至 62.9 万千升,中国葡萄酒开

"20世纪八九十年代,我们的酿酒工人很 苦很累。当地有句名言,'有女不嫁烤酒匠,有 儿不进五糟坊。'那时的烤酒工人不穿衣服, 光着臂膀干活,进来人了要提前打招呼'有人 来了,快穿衣服'。如今的酿酒流程都机械化 了,工人不但劳动强度大大减轻,而且酿酒工 人统一整齐着装, 在车间里酿酒成为一件很 光荣的事。"五粮液股份有限公司的一名退休 老干部在谈到五粮液的发展时这样说。今天 的五粮液,一改过去粗放式的管理和经营方 式,全面向智能化、精细化管理发展转变,并 取得了良好的社会效益和经济效益。

从 1989 年至 2019 年的 30 年间,中国经 历了计划经济向市场经济的转变,中国酒类 生产企业无论在管理模式、体制还是创新与 发展方面都发生了翻天覆地的变化, 五粮液 在管理、生产方面的创新发展就是一个典范。

从扩产能转向提质量

1992年前的中国尚处于计划经济时代, 在物品短缺的情况下,白酒行业以产定销,产 能体量的高低决定着地位走势的起伏。1985 年就成为全国最大名白酒生产基地的汾酒, 自 1988 年连续多年成功位居中国白酒行业 第一,"汾老大"的牌子因此享誉全国。

汾酒的示范作用是巨大的,随着市场经 济的到来以及白酒销售市场的放开, 白酒企 业的品牌打造及品牌营销意识逐步增强,而 市场销售的前提是产能的满足,于是,中国白 酒进入快速扩充产能阶段。

在四川,宜宾五粮液酒厂不断增加产能, 并创新提出了总经销模式,1994年,五粮液酒 厂销售总额为 12.6099 亿元, 利税总额 4.0298 亿元,两项指标居全国同行业第一,被授予 "中国酒业大王"称号。在北方,以山东的秦 池、孔府家等为代表的白酒企业在扩产能的 同时也在营销传播上开辟了先河, 并获得了 市场的快速增长。同时,国内大大小小的白酒 企业纷纷增加产能。

这一时期,中国各个酒种都进入产能扩 张阶段,啤酒行业经历了最初的全国建厂,到 后来的并购潮起潮落,并逐步走向高端、个 性、精酿化之路。葡萄酒则从20世纪90年代 的 25 万千升发展到 2012 年的 121.5 万千升,

始向精品酒、品牌酒发展。

酒业的产能扩张致使全国酒类产量大幅 上涨,2017年全国酿酒行业规模以上企业完 成酿酒总产量 7077.41 万千升,产能严重过 剩。中国酒业协会提出中国白酒必须走产业 调整的路子,从产能扩张向质量提升、品牌打 造转变,通过加大产业研究、汲取优势企业经 验、白酒酿造技艺申遗、白酒国际化、引领白 酒技术创新、培养年轻消费者市场等工作,为 行业破题。

鉴于此种形势,各酿酒企业纷纷寻找创 新发展的路子,下大力气调整产品结构,生产 优质、高性价比产品成为主流,酒类企业实现 了从最初的"怎么产酒"到"怎么卖酒"转变为 如今的"卖什么酒",产业结构调整在不断发 展中不断完善。

配套设施同步发展

1989年的第五届全国评酒会上明确指出 "度酒超过 52% vol 的不允许参评",这使得企 业不断降低白酒度数,促进了低度白酒的发 展。这届评酒会上最突出的是降度及低度酒 有了极大的增长,同时结束了多年来评比时 "以香取胜"的局面,并在以后的行业发展中 逐步诞生了芝麻香、馥郁香等各种新的香型

这一时期,中国白酒确立四个转变,即 "高度酒向低度酒转变;蒸馏酒向酿造酒转变; 粮食酒向果类酒转变;普通酒向优质酒转变" 及"优质、低度、多品种"的方针。经过艰辛的 科研探索,2004年白酒的产量为311.7万千 升,占饮料酒总量的比例已下降至8.9%,40 度以下(25 度~40 度)的白酒产量占白酒总产 量的 35%左右, 按标准规定生产的液态法白 酒已达白酒总产量的60%左右。

在四个转变发展的同时,相关的配套元 素如人才、科技、文化、装备等设施都在发生 着巨大变化。

酿酒行业最初依附于化学、生物学和工 程学,后独立出来,成为集科学理论与应用技 术为一体,理、工、农交叉性的综合学科,如今 西北农林科技大学、齐鲁工业大学等都已成 为培养酿酒人才的摇篮。2017年,茅台学院宣 告了国内第一所为白酒行业培养专业人才的 大学诞生,2017年9月,四川理工学院宜宾校 区·白酒学院(一期)投入使用,中国又增加一

所培养酿酒人才的院校。 行业的发展以及酿酒人才的培养促使酿 造技术不断进步。著名白酒专家梁邦昌创造 的"人工培养老窖"技术,缩短了发酵自然陈 化期,使酒的质量不断提高,成为我国浓香型 大曲酒生产技术上的一大突破。五粮液采用 计算机勾兑和人工尝评相结合,被业界誉为 "勾兑双绝"技术,处于世界领先水平。调酒师 吴晓萍勾调出的国窖 1573, 成为中国白酒鉴 赏标准级酒品;其设计的酒鬼酒馥郁香型酒体 风格,将中国白酒传统的浓、清、酱三大香型 融于一身;她勾调出的文君酒无论加水、加冰、

此外,挖掘历史渊源、塑造品牌文化已经 成为白酒企业不可或缺的一部分,大到一线 品牌如茅台的国酒文化、剑南春的盛唐文化、 五粮液的明代窖池文化、泸州老窖的国窖文 化,小到区域品牌都跟各地的风土人情、历史 典故进行有机结合, 培育出很多文化悠久的 白酒品牌。

加柠檬,都不会让酒质发生变化。

30年间, 酿酒企业的装备设计更新换代 迅速,20世纪80年代初白酒机械化初步应用 后,因原酒质量难保证、出酒率不高,后遭淘 汰。到了90年代,白酒生产工艺回归传统, "弃机械改手工"成为潮流之举。

黄酒是我国最古老的酒种,近87%的黄 酒生产企业存在生产工艺机械自动化水平 低、劳动强度大、能源消耗高、产能低、产品质 量不稳定、食品安全系数低等问题。2014年, 绍兴会稽山酒业借鉴全国白酒、黄酒行业企 业机械自动化制曲的技术和工艺,自主创新、 设计研发了国内黄酒行业第一家自动化程度 最高的制曲生产流程线,设计产量为20000 瓶/小时,从进瓶、洗瓶、灌装、杀菌、贴标、装 箱、码垛全程采用密闭式灌装、清洁化生产、 自动化控制,集成多项智能化、信息化、数显 化控制技术于一体,有效确保了产品品质。 进入新世纪,中国酒业协会起草的《中国

酿酒产业"十二五"发展规划》就指出,"完善酿 酒装备行业创新支持体系的建设,加快酿酒设 备行业技术进步,实现酿酒装备国产化、系列 化、工程化、机械化、自动化、高速化和配套化 突破,实现机电一体化、智能化向产品信息化 发展,推动中国酿酒装备制造业的产品技术水 平达到国际新进水平。"同时强调,通过开展 "中国白酒 158 计划"研究项目,组织行业骨干