

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第325期 总第9659期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:戴琳 版式:黄健 全年定价:450元 零售价:2.00元

2019年12月19日 星期四 己亥年 十一月二十四

双汇以644.32亿元再登中国品牌价值500强榜单

本报讯(记者 李代广 实习记者 李葳)近日,品牌观察、品牌观察研究院、品牌观察商学院联合中国品牌价值500强评审委员会,在郑州揭晓第十三届中国品牌价值500强榜单。500个上榜中国品牌的总价值高达237991.18亿元,平均每个上榜品牌的价值为476亿元。

河南双汇投资发展股份有限公司以644.32亿元的品牌价值再次荣登中国品牌价值500强,名列第80位。董事长万隆先生被大会授予2019年全国品牌两会“中国社会进步贡献奖”。

2017年双汇品牌价值606.41亿元,2018年升至619.46亿元,2019年继续上升为644.32亿元,品牌价值的逐年稳步提升,彰显出强大的品牌实力与核心竞争力。

本次中国品牌价值500强榜单由品牌观察杂志社、品牌观察研究院、品牌观察商学院联合评估,三大团队从事品牌价值评估超过10年时间,所搭建的品牌价值评估模型体系涵盖了品牌价值评估最核心的几个重要考评指标,包括年营业收入、营业利润、行业属性、行业地位、品牌历史等,完全符合品牌价值评估国际标准。

双汇董事长万隆拥有50年的肉类行业管理经验。在他的带领下,培育了两个上市公司和一支远见卓识、经验丰富、高度敬业、高度专注的管理团队。万隆先生曾被国务院授予“全国劳动模范”,享受国务院特殊津贴,被中央统战部评为“改革开放40年百名杰出民营企业家”,被中国肉类协会授予“中国肉类行业十大功勋企业家”,被业界尊称为“中国肉类工业教父”,被美国《时代》周刊评为全球“食神”。

双汇连续多年入选中国品牌价值500强榜单,并一直位列中国肉类行业第一位。双汇在全国18个省(市)高标准建设了30个肉类工业基地,通过工业化、自动化和信息化改造传统肉类行业,通过硬实力建设夯实双汇品牌基础。双汇拥有完善的质量和食品安全内控体系,企业通过ISO9001、HACCP、ISO22000等体系认证和标准化管理、信息化控制,实现管理与国际接轨,用国内领先、世界一流的软实力为品质和品牌保驾护航。

双汇把转型升级作为企业发展的重中之重,通过产品创新、市场创新、渠道创新、营销创新,激发有产品和渠道的活力,培育新产品和新渠道的动能,适应消费升级和市场转型的新形势。经过潜心研发,2019年,双汇重磅推出家庭餐饮食材化产品——双汇筷厨·煎烤炒菜锅。该产品甄选肉质嫩滑、筋力紧致的猪腱肉为主原料,高速螺旋切肉,肉块与肉粒黄金比例搭配,最大程度保留猪腱肉的原生口感;采用三段式智能灭菌、冷热风循环干燥、机器人自动化包装,道道核心技艺大显真功夫,72小时匠心特制。

与此同时,双汇持续发力儿童食品市场,通过一款儿童成长鳕鱼肠新品,推出智趣多、高端儿童食品品牌,继而精耕儿童食品这一“蓝海”市场,主动肩负起中国肉制品“迭代革新”的历史使命和责任,引领中国肉类行业迭代创新和转型升级。

在2019年11月29日第12届21世纪商业模式高峰论坛上,双汇再度问鼎“21世纪中国最佳商业模式创新奖”,成为今年唯一一个入围21世纪最佳商业模式评选榜单的食品类企业。此外,在2019中国企业家博鳌论坛-食品发展大会上,双汇荣获有着中国食品行业“奥斯卡”之称的“金箸奖”2019年度食品标杆企业。

广告

茅台集团 MOUTAI GROUP

中国茅台 香飘世界

CHINA MOUTAI A TOAST TO THE WORLD

热线电话:400 990 3393

新闻热线:028-87319500

投稿邮箱:cjb490@sina.com

企业日报微信公众号 二维码

中国企业家网 二维码

五粮液文化之道

四川省决策咨询委员会副主任、四川省社会科学院党委书记、教授 李后强

引言

学术界一直存在着“五粮之谜”。从物理学讲,一体、二体问题可以精确求解,但“三体”问题(就是三个物体之间的相互作用)至今无法精确求解,只能做近似处理,因此许多重要现象和特征至今未知。如果把单粮或者二粮看成“一体”或“二体”问题,那么求解十分容易,所有结果都清楚,没有任何神秘之处。如果把“五粮”看成“五体”问题,那么比“三体”问题更复杂,求解难度更大,更是无法精确求解,目前也没有任何突破性的新进展,因此五粮之间的相互作用和影响真相如何,到底有多少成分和微量元素,功能和效应怎样,至今没有定量结论,已经成为一个“五粮之谜”。这是白酒界的“哥德巴赫猜想”甚至“黎曼大猜想”。五粮及其内部的耦合作用就是“五粮密码”,至今没有解开。在实践中发现,我们对五粮液的认知太少,无知大于50%。对于五粮液的研究,越深入越感到无知,越细致越发现无底,越全面越觉得无边,神秘感和好奇心越来越强烈,因此要成立“五粮液文化研究院”。最近有食品专家发现,五粮液中有多种神秘的特殊物质,对于人体健康和长寿非常有益,而单粮酒没有这些特殊成分。五粮液与单粮酒的差异,不是量的变化,而是质的突变,五粮液中出现了新能量和新形态比如“混沌”(chaos)、“分形”(fractals)和“孤子”(solitons)等,主要体现在成分的多样性、耦合的复杂性和味觉的奇异性,能引发不同的“觉变”(味觉、嗅觉、视觉等变化),并且每个人的体验都有所差异,这些都是单粮酒所没有的特征,属于五粮液独有,这也是五粮液成为国际名酒并且长盛不衰的科学根基。

文化自信应该包括优秀酒文化自信。什么是文化?人造的东西叫文化,自然生长的不是文化。文化包括物质文化和非物质文化。五粮液是人工产品,本身属于文化。五粮液文化就是人们在酿制和分享五粮液全过程中所创造的物质和精神财富的总和。文化有好坏之分,但文明都是好东西,因此五粮液文化本质是“五粮液文明”。什么是道?简单地说,自然和社会运行的规律就是道。研究道的学问叫道学,原指老子创立的有关道的学说。研究道的人叫道家,是信奉老庄等学说的哲学学派。道学思想在个人信仰上的展现叫道教,以道为最高信仰。商纣王就有酒色误国之说,酒的历史早于道学。《诗经·七月》中有“十月获稻,为此春酒”。东晋时期,酒是用敬神、祭祖、尽孝、治病的珍品。宗教仪式用酒,“祭酒”成为高级职务。诗圣杜甫记载了成都青城山道士酿酒,“山瓶乳酒下青天”。李白、苏东坡等大家入道学道论道,修行修身修心,饮酒作诗,诗酒不离。道教是中国本土生长的宗教,发源于四川。道学的核心是道法自然,天人合一,生态优先。考古发现,四川酿酒的历史可以追溯到新石器时代,有的学者甚至认为可以上溯到4万年前的“资阳人”时代。宜宾酿酒历史至少可以上溯到先秦的燧人时代。四川酒文化孕育了道文化(不是道本身)。鲁迅先生说过,“中国根柢全在道教,以此读史,有许多问题可以迎刃而解”。英国汉学家李约瑟也认为:“中国文化就像一棵参天大树,而这棵大树的根在道家”。这里的道,是根,是魂。我们讲的是道学,是大道,而不是道教。宗教。大道无形,大道至简。老子千古名篇《道德经》讲“道可道,非常道;名可名,非常名”。道,是人们在与大自然长期斗争中悟出的真理和道理。大道无形生育万物,大道无情运行万物,大道无名养育万物。自然之理者,顺道者昌盛,逆道者衰亡。佛教释家,怕乱性,禁酒。但藏传佛教在家修行者可以饮酒。1986年十世班禅大师就用五粮液祭佛祖诞生。儒学经典《论语》先后六次提到酒,五次是酒礼酒俗,一次是酒具。儒家不反对饮酒,孔子的著名言论“唯酒无量,不及乱”,“乡人饮酒,杖者出,斯出矣。”儒学不研究化学生物问题,但《礼记·月令》记载了“酿酒六法”。五粮液文化的根基在道学,哲学支撑是阴阳五行,发展中吸纳了儒家思想,因此是典型的具有中国特色的优秀传



统文化。五粮液文化是道学思想的映射,是道家养生实践的产物,是道行天下的载体,是道法自然的展现。因此,五粮液文化是信仰文化、大众文化、创新文化,充分体现了中华优秀传统文化的核心要义和国际生态文明发展的内在要求。五粮液文化之道是指五粮液发展的规律、呈现的特点及演进的方式。从历史长河看,五粮液是中国人把五行哲学变成世界名酒的第一产品。

第一章,五粮液文化的道说本原

作家冰心写巴金是“淡交如水,大道若弦”。大道无形,道生一,一生二,二生三,三生万物。学界主流认为“道”是世界的起源,是事物发展运行的规律。随着自然科学的飞速发展,特别是超弦和统一场理论的诞生,给我们破解“道”谜提供了指南和依据。我们认为,“道”有高低层次和类别品种之分,就是有宏观道、中观道、微观道之分,有物道、性道、事道,或者天道、地道、人道之分。比如,人道,就是道德;物道,就是道路;事道,就是道理,等等。“道”有本体、认识、境界三层意义。从物理学看,“道”的本质是弦,就是组成宇宙世界的“超弦”,这是宇宙的起点,弦的震荡构成各类物质。“道”的形式是场,就是构成宇宙世界的统一场,包括电磁场、引力场、量子场等,宇宙四种力统一在场中,这就是爱因斯坦的统一场。最近,引力波发现,证实统一场的正确性。场,就是能量分布,就是相互作用,主要是非线性耦合作用,由非线性可以产生复杂性、多样性,世界就丰富多彩。弦与场,也是二象性,类似波粒二象性,可称“弦场二象性”,这就是千古之谜:“道”。日常中,我们有时说“道”的内容,有时讲“道”的形式,加之“道”的形式多样,层次不穷,内容和形式可以转化(弦场转化),因此增加了对“道”认识的难度。我们讨论的五粮液文化之道,是能量分布和作用形式的道,是天地人道。五粮液是5维,单粮是1维,双粮是2维,低维简单,高维丰富,低维者不能理解高维者,高维者看低维者太透彻。比如,立体人(真实的人)可以看平面人(电视、画像等),但平面人无法看立体人。所以,五粮液的奇效是单粮酒不可理解、不可相比的,饮五粮液是高品质高尚者的行为。品位太低,就是维数太低。一切矛盾都源于维数太低。只要空间维数足够大就没有矛盾。

四川是道文化的重要发源地。作为世界著名白酒,五粮液文化的根在蜀,在道,可称“五粮液文化之道”或者“五粮液文化道说”。为什么说是道文化呢?因为,中国传统文化认同“食药同源”,食物与药物来源相同、功能相似。五谷杂粮养生,杂粮酒具有康养功能和保健作用,这是道学思想、中医理念在酒文化中的应用。单音不成曲,一粮不养生。只有多粮才有复合的协同效应,单粮没有协同作用和合力效应。五粮液文化是中国本土生长的信仰文化,五粮液的根基是中医药理论。

研究五粮液文化应该从水土、历史、配方、工艺、消费和健康等维度考虑,绝不能仅仅考虑风味、人群和股市。“五粮液酒传统酿造技艺”属于国家级非物质文化遗产。此技艺包括原料的组合与优选、配料比例、原料处理、“包包曲”的

制作、拌曲、入窖、发酵、分层起糟、分层蒸馏、量质摘酒、陈酿、勾兑与调味等工艺及流程。按照《非物质文化遗产公约》定义:非物质文化遗产包括各种实践、表演、表现形式、知识体系和技能及其有关的工具、实物、工艺品和文化场所。而“五粮液酒传统酿造技艺”最大的特点是不脱离中华民族的生活生产方式,具有很强民族个性、民族审美习惯。它依托于人本身而存在,以声音、形象和技艺为表现手段,并以口口相传作为文化链而得以延续,是“活”的文化形态。“千年老窖万年糟,酒好全凭窖池老。”比如五粮液“天窖窖泥”就是文化,是人造的东西,最大的特征是,这块窖窖泥依然“活着”,至今已有650多年的历史,每一克的窖窖泥里含有几百种、约十几个参与五粮液酿造的微生物,被科技界称为“微生物黄金”。它与动物学界的熊猫和植物学界的银杏、珙桐、古杉、蕨类等学界的学术地位相仿,具有重要的科学价值。

我们从《说文解字》看“五粮液”三字本意。五字,最早见于甲骨文,其本义为金、木、水、火、土等宇宙的构成要素,代表天地间万物构成元素的极限数。学术界主流观点是,“五”是特殊指事字,“五”的甲骨文字形用一个叉号寓意天、地万物的交汇,以表示大于“四”的正整数。有的甲骨文在字形“X”(万物交汇)基础上加“二”(天地之间),表示天地间交汇的万物。《说文解字》:“五,五行也。从二,阴阳在天地间交午也。”五,就是天地之交。粮,繁体为糧,穀也,从米,量聲,可吃的谷类、豆类等,也表示古代薪饷,朝廷量绩颁发给官吏的谷物,即,粮者,廩禄之谷,从量,以酌量功事赋给。液,汁,流体,从水夜聲,人体内的主要成分,人有精气津液(《素问·调经论》)。可见,从字意分析,“五粮液”就是在天地交汇之间的有功之人,身体必须摄入的流体。这说明,五粮液是成功人士必须饮用的琼浆玉液,是天地之精华。

数学界的黎曼大猜想归于0.5,这是一个5字。五数,是自然界长期演化的结果。大于5,多了无用;小于5,少了不够。比如,五指、五官、五音等。这是五数定理,系统中心定理,属于生物进化研究的课题。“五粮液”的关键在“五”字,表示天地万物交汇运动之本质,是“道”的量化表征,是中华文化的字眼本质。五帝、五方、五分、五更、五经、五律、五伦、五洲、五味、五音、五线、五官、五指、五脏、五福、五彩、五角、五行等,都是中华文化的要点和精髓。“五”字的本质是中和,它处于0和1之中、处于1和10之间,围绕中心主轴,连接上下左右,具有黄金分割率特征。道的本质是中庸、中态、非线性、协同耦合、支持配合、迭代反馈。所以,“五粮”本身体现了“道学”的思想。五粮液哲学依据对立统一规律,就是五行哲学。五粮液文化依据和谐共生规律,就是和而不同。大象无形、无为而治。天人合一、道法自然、大道至简等,都是道学精髓。五粮液文化核心在“和”与“生”,即和美共生。“和”就是和平、和气、和解、和睦、和信、和善、和众、和合、和上等,“生”就是生根、生育、生理、生化、生命、生长、生殖、生活、生态、生机、生意等。五粮液文化就是“道文化”,是物质文化与无形文化(非物质)的综合体,包括信仰文化、养生文化、健康文化、生产文化、营销文化、饮食文化、中庸文化、修德文化、协同文



化、组织文化等。这种文化是从里到外、由表入里的全程全域文化,从心理、生理、身体、健康、环境(与社会、与自然)等时空展开的文化。五粮液体现的是系统观和整体观,在人体内是能量流动,有靶向特征、有扶正功效。

具有四千多年酿酒历史的宜宾,五粮液独有的自然生态、独有的明代古窖、独有的五粮配方、独有的酿造工艺、独有的中庸品质、独有的“十里酒城”,独有的道学思想,独有的和美机制,构成五粮液的独有的文化优势。五粮液以其“各味谐调,恰到好处”品质与中庸文化融为一体。“五”就是量度,就是适度,就是厚度,就是高度,就是力度。

五粮液商标,把蒸馏场面抽象化,蒸汽袅袅,汇聚于天穹。五粮线条有几种含义,一是五谷丰登、五子登科,表示成功进步;二是五音齐全、五线乐章,表示欢乐喜庆;三是五彩缤纷、五湖四海,表示从中国走向世界;四是逢五进一、九五之尊,表示酒中极品,崇高尊严。五线汇聚于顶端,表示归于道。五粮液的文化“图腾”就是鹏程广场的“人面鹰身”雕塑,过去的解释是集“人的智慧、鹰的力量”于一身,展翅高飞,永往无前。实际上,人脸表示五官,象征智慧和导向;鹰身表示五支,就是双脚双翅一尾,表示载体与合力,都是五字文化。这种动物雕塑在古希腊神话和中国《山海经》中都有。可见,五粮液崇尚的是和美与共、超凡智慧、知行合一的进步文化。孔子问道于老子而得道,大彻大悟。老子的智慧,孔子早有耳闻,心向往之。孔子当时也是名扬天下的大思想家和大教育家。在中国文化里,老子的道学奠定了孔子儒学的基础,中庸思想就是道家和谐思想的继承发展,道在前,儒在后,道为里,儒为表,二者不能截然分开,统一于自然之道。南怀瑾先生说,佛为心,道为骨,儒为表,大度看世界。技在手,能在身,思在脑,从容过生活。三千年读史,不外功名利禄;九万里悟道,终归诗酒田园。五粮液文化是道在前,儒在后,道为里,儒为表,保持中庸、无为而治,同时积极进取,刚健有为。

郭沫若先生认为:“道家思想可以说垄断了两千年来的中国学术界,墨家店早已被否定了,孔家店仅存了一个招牌。”从道家思想先后产生了魏晋玄学、隋唐重玄学和宋元明清内丹学。在哲学上,道学无中生有、道生万物的宇宙本体论和阴阳转化的辩证思维法,是古代人的世界观和方法论。儒道互补是对中华优秀传统文化的本质特征。明朝王阳明的心学处处把“良知”说和内丹学相比拟,充分汲取了道家玄学理论和修养方法。五粮液文化源于《易经》的贵和持中思想,不走极端,顺应自然,尊重自然,修心、修性、修德、修身、修行相统一。

[下转 P3]



广告

糖酒汇 tjh.cn

29995448 扫码进直播间 购平价调味品

好鞋伊百路 健步人生路

养生热线:400-100-2912

双汇熟食 SHUANGHUI DELI

三味,更入味

0 电桩 16 路快充

第十七届中国国际电动汽车博览会暨高峰论坛

成都海鑫达汽车销售服务有限公司 销售热线:18116572758 地址:成都市双流区三岔镇黄水寺村黄水寺路11号