

白酒“亚文化”值得警惕——浅谈白酒文化与文化白酒

□ 袁春和

白酒，在中华文明的历史长河中，不仅仅是一种客观的物质存在，而是一种文化象征。

“人生达命岂暇愁，且饮美酒登高楼”；“悠悠迷所留，酒中有深味”。这两句诗言简意赅，准确地表达出酒文化的精髓。白酒，能消解和减轻人们在现实社会、现实生活中的忧虑和焦灼，激发人们对现实的批判精神、创造精神，丰富人们的幻想能力，将人们带入审美的理想境界；白酒，能叫人超脱旷达，才华横溢，能叫人忘却世间的痛苦、忧愁和烦恼，带您到绝对自由的时空中尽情翱翔。

由此可见，我国酒文化真正的内涵是，通过饮酒达到身心的解放，解除尘世生活和社会秩序对人的思想精神的束缚和压迫，求得心灵的自由和抚慰。

但是，纵观当今的白酒行业及白酒市场，众多酒企业对酒文化的宣传已经完全背离了传统内涵。白酒品牌宣传苍白乏力，白酒产品严重同质化，白酒市场鱼龙混杂，白酒顽症“跟风消费”，“面子”高于健康，高智商人群受到的伤害不容忽视。面对杂乱无章的白酒市场，众多的白酒企业煞费苦心，绞尽脑汁，请出高端策划大师，拼命挖文化、造概念、显尊贵，可谓是“八仙过海各显神通”。毫不客气地讲，他们误导了消费者，涉嫌虚假宣传。在崇尚品牌的消费时代，消费盲从不可避免。但是这么多高智商人“被文化”，不能不说是中国白酒的悲剧！跟风消费表现出的是对权力的屈服与膜拜，是对人格尊严的忽视和扭曲。对现实生活来说没有一些积极意义。

加之当今所谓“文化酒”，掺杂着“送礼”、“请客”的世俗风气，进一步助长了现代社会里人们内心的浮躁、盲目追求虚荣等精神缺陷，不断侵蚀着经过几千年的积累、沉淀、批判、选择，最终才被打磨成积极的、具有长远影响力的我国白酒精华文化。

总之，笔者认为当今白酒，只能是、仅仅是一个物品名词，如果有一点过于夸大，长此以往，恐怕白酒再也不能作为文化的载体，甚至可能成为我国数千年酒文化历史中糟粕文化的代名词。

说到这里，应该提醒大型白酒企业，现在应该需要反思自己的宣传定位、反思自己的市场定位、反思自己的产品定位、反思自己的良心了！还有，我们的广大消费者，特别是高档名酒消费者，需要学习一点白酒酿造知识，需要考虑一下面临的白酒市场形势，需要注意一下自己的身体健康，重新慎重选择自己喝酒的“文化倾向”。

（作者系江苏扬州江府酿酒有限公司总经理）

为什么要年年“大跃进”？——蔡宏柱的毛泽东情结八大探秘（五）

□ 本报记者 许强

“十一五”期间，蔡宏柱提出了“打造百亿企业、创立百年品牌、带动百万农民致富”的“三百”战略目标，科学制定并加快实施“六大”规划，并制定了“大跃进”式的战略实施方案。在中国改革开放史上留下了一道深刻曲折、浓墨重彩的印记：

2006年实现了“151”战略目标，即实现销售收入15亿元，利税1亿元。

2007年实现了“252”战略目标，即实现销售收入25亿元，利税2亿元。

2008年实现了“353”战略目标，即实现销售收入35亿元，利税3亿元。

2009年实现了“505”战略目标，即实现销售收入50亿元，利税5亿元。

2010年实现了“707”战略目标，即实现销售收入73.16亿元，创利税7.1亿元。

2011 秋季全国糖酒会完美落幕

成交总额为 192.22 亿元



10月10日至13日，2011年秋季全国糖酒会在沈阳国际展览中心圆满举办。据悉，本届交易会商品成交总额达192.22亿元，其中，糖及糖制品成交总额为58.30亿元，酒类成交

总额为115.13亿元，罐头类成交总额为16.01亿元，食品机械类成交总额为2.78亿元。这是记者在当日举行的糖酒会总结会上了解到的。

本次糖酒会设置展位12万平方

米，有6000个标准展位，参展厂商超过3000家，秋交会参展参会代表和参观人数超过30万人次。

据沈阳网报道，本次秋交会还开设了14万平方米的葡萄酒及国际烈酒馆展区，使糖酒会从内容到展览形式上都不断向国际化方向迈进。展会围绕着“新起点、新机遇、调结构、共发展”的展会主题，在许多方面做出了积极而有效的探索，为糖酒会进一步走向规范化、专业化、国际化积累了宝贵经验。

本届交易会，实际展览面积近11万平方米，折合标准展位5300余个，参展企业近3000家，创造了糖酒会在东北地区举办的新纪录，也超过了近年来秋季糖酒会展览规模的平均水平。糖酒会在展览布局上进一步与国际先进的展览模式接轨。交易期内，使用了先进的门禁系统，保证了

糖酒会展场的安全。

据悉，2012年春季糖酒会将在成都举行。（万家祥）

相关链接

重庆食企借秋交会发力全国市场

10月10日，素有“天下第一会”的全国秋季糖酒会（第85届）在沈阳开幕。重庆市休闲食品领头羊“有友”、火锅底料中国驰名商标“周君记”、全国休闲豆制品行业前三甲的“天润”等“重庆造”食品企业代表参展，借此发力全国市场。

在位于沈阳国际会展中心E2馆的重庆周君记火锅食品展位前，周君记副总经理任进向记者透露，周君记

推出才几个月的手提式“旅游火锅馆”，市场反响很好，“一次性订购几百套的订单很多，完全超过了我们前期的预想”。该产品容纳有“专用遥控式电磁炉、火锅底料、火锅产品、火锅菜品”等，让人在旅途中也可以随时随地享用纯正的火锅美食。

重庆有友实业公司在秋交会上抢占风头。“此次仅展位设计装潢都花了50多万元”，有友公司市场部负责人透露，有友此次展位100平方米，是重庆食品企业最大的，也是有友所在的E2馆最大的展位。除主打产品泡椒凤爪外，有友还推出了卤制品、豆制品、果蔬制品等其他类别的包装食品。

“我们想借助秋交会，继续巩固和拓展辽宁、北京、天津等北方市场，力争今年突破10个亿。”有友市场部负责人称。（重庆商报）

习酒公司参加 2011 沈阳秋季糖酒会

本报讯 阳光和煦，微风轻拂，十月的沈阳秋高气爽，气候宜人。10月5日，习酒公司董事长、总经理张德芹率公司工会主席陈应荣，总经理助理胡波、帅承举，以及销售公司、市场一、二、三部主要负责人一行19人赴沈阳参加2011沈阳秋季糖酒会，各地客商云集，对习酒的品质大加赞赏，纷纷表达了与习酒长期合作及意向合作的愿望。

6日上午，张德芹在筹备会上就本次参会的任务、分工，以及通过此次参会所要达到的目的作了详细安排。习酒展厅设在沈阳军区金城宾馆，6日—9日三天，来自全国各地的客商频频光临习酒展厅，对习酒的新产品习水大曲、习酱颇感兴趣，特别对窖藏、金质、五星系列尤为关注，纷纷交流合作意向，带走样品，留下名片，整个习酒展厅人气旺盛。

糖酒会期间，还召开了特许经营商沟通协调会、习酒品牌说明会，宴请了来自全国各地的客商。张德芹还看望了沈阳习酒重点经销商，拜访了沈阳军区干部培训学院领导。

此次糖酒会，对习酒华北、东北地区空白市场的区域招商起到了积极、有效的推动作用。（李欧）

共享茅台红酒文化 体验茅台红酒魅力——浙江天宝酒业开业暨茅台葡萄酒品鉴会小记



钟总讲话。

□ 安信泽

由浙江天宝酒业举办，茅台葡萄酒公司给予大力支持的“国酒新贵·尊享臻品”浙江天宝酒业有限公司开业典礼暨茅台葡萄酒品鉴会的新闻发布会于2011年9月22日下午15:30在杭州市西湖区国大雷迪森大酒店三楼举行。来自人民日报、中央电视台、浙江卫视等几十家媒

体记者出席了新闻发布会，分别就茅台葡萄酒的发展历程、酿造工艺、酒系特色、酒庄建设、未来展望等内容进行了提问，贵州茅台酒厂（集团）昌黎葡萄酒业有限公司总经理钟怀利对媒体提问一一作答，现场气氛热烈。

茅台葡萄酒品鉴会于当晚18:30在雷迪森大酒店的五楼宴会厅举行。省市相关领导、社会各界知名人

士、大众媒体和专业媒体人士齐聚一堂。茅台葡萄酒公司总经理钟怀利对本次活动致辞，表示随时欢迎所有热爱和支持茅台葡萄酒的朋友们到公司生产企业参观访问，进行茅台葡萄酒黄金海岸文化体验之旅。随后，茅台葡萄酒公司信息设计部经理徐海涛对茅台葡萄酒文化、产品及特色作了专题讲解，随后，茅台葡萄酒品鉴酒古装模特展示，《但愿人长久》小提琴伴唱及抽奖环节更是把全场的氛围屡次推向高潮。

茅台葡萄酒公司长期以来坚持多元化作战，以“踏实、积极、有效、发展”为座右铭，同时坚决贯彻茅台集团的健康理念，“诚信为本，质量至上”，打造消费者信得过的民族红酒金字招牌。

此次活动是茅台葡萄酒公司体验式营销的具体体现，通过新闻发布、产品品尝、文化交流等互动活动，让消费者真正地走近企业、走近产品，相信在未来文化底蕴、时尚品位兼备的浙江省，茅台葡萄酒将携手更多的消费者，共同演绎红酒文化，品味红酒时尚，拥抱快乐健康。

中共河南省漯河市委书记靳克文勉励红高粱——“创品牌、上规模、走出去”

□ 本报记者 李代广

10月10日，中共河南省漯河市委书记靳克文，市委副书记、代市长曹存正等漯河市四大班子领导组织、带领所辖县、区、市直有关单位主要负责人，专程来到位于舞阳县的红高粱方便烩面项目进行实地考察看，并详细听取了红高粱创始人乔赢的工作汇报。

在舞阳红高粱公司生产车间门口，一个直径1.5米的烩面碗吸引了前来考察的各位人员，他们纷



图为中共漯河市委书记靳克文（前排中），市委副书记、代市长曹存正（前排右二）等四大班子领导在红高粱创始人乔赢（前排右一）的陪同下，到舞阳红高粱方便烩面项目进行实地考察。

古城美酒 情满天山 新疆第一窖古城酒业参加焉耆旅游美食文化节

10月1日，在举国欢庆祖国62岁生日之际，以“弘扬地方特色美食，推介疆南水乡美景”为主题的第二届焉耆旅游美食文化节在奇台县县城中心广场拉开帷幕。新疆第一窖古城酒业有限公司（以下简称“古城酒业”）作为新疆本土企业，带着“古城”牌高端产品参展，开幕式当天约3万名各族群众参加了本次盛会。

十月的疆南，瓜果飘香，色彩缤纷。第二届焉耆旅游美食文化节隆重登场，约50家餐饮店美食、知名企业产品参展，同时文化节还邀请新疆餐饮协会常务副会长兼秘书长、副秘书长等专家品评各种美食；来自“中国五都”（煤都、粮都、龙都、酒都、绸都）代表之一的“酒都”新疆第一窖古城酒业以现场品酒、宣传讲解、销售为一体的特色展示，引起了很多前来参展消费者的关注，加深了焉耆人民对古城酒品牌的了解。同时，为提升“古城”品牌知名度，古城酒业特邀请新疆军区文工团夏米力、王明正、朱晓芳等知名演员在闭幕式上精彩献艺，为本次的美食节锦上添花。

古城奇台是汉文化和酒文化的发源地。古城酒业作为奇台本地的民族产业，作为新疆白酒行业的领航者享有“中华老字号 新疆第一窖”的美誉。在公司不断发展壮大的过程中，古城企业文化的内涵

不断得到丰富，特别是近两年，公司紧紧围绕张春贤书记代表自治区党委提出的“以现代文化为引领”，实现新疆跨越式发展和长治久安的重大战略选择，古城酒业的企业文化内涵不断丰富，先后荣获中国驰名商标、中华老字号、中国优质白酒、中国历史文化名酒和中国文化名酒、全国工业旅游示范点、自治区文物保护单位、非物质文化遗产等殊荣。公司秉承“政府搭台、文化引领、企业唱戏”的总体思想，先后在疆内外开展了一系列具有文化烙印的活动：成功举办首届新疆酒文化市场研讨会、新疆首届酒文化节暨600年大庆和新疆第一窖开坛仪式、纪念奇台建县233周年汉文化研讨会、三窟奇台联谊会、四届新疆储酒文化节、策划组织“新疆人喝古城，为奥运喝彩”万人签名迎奥运大型公益活动，举办“新疆第一窖杯”征歌、征字大赛……

近年来，古城酒业认真践行“酿造美酒，奉献社会，造福员工，贡献地方，百年古城，流芳百年”的使命，紧紧依托“中国五都”粮都、酒都之特点，依托奇台特色资源优势，大力实施品牌经营，狠抓品牌的科学培育与彰显，经过多年持续稳健经营，产销均以30%的速度递增。

（胡慧敏）