

泸州老窖携手奥运冠军 彰显“1573 酒文化”

□ 本报记者 喻永国

这个奥运之夏泸州人注定不能平静，泸州籍体操运动员邹凯牵动着江城人民的心，而出生于泸州的邹凯没有辜负家乡人的厚望：于北京时间 8 月 5 日，在奥运会男子自由体操比赛中，成功卫冕冠军，收获他奥运生涯的第五金。在现场，他向全世界人展示了“五金冠九州”的横幅，得到全场观众的喝彩。他从而成为改写了此前郭晶晶、邓亚萍等多人并列奥运 4 金的纪录，以个人奥运第五金创造了中国选手奥运金牌的新纪录。与此同时，家乡的知名酒企——泸州老窖股份有限公司，更是为之振奋，立即向邹凯表示祝贺。

邹凯在奥运会男子自由体操比赛中成功卫冕冠军后，泸州老窖公司第一时间向奥运五金王邹凯表示衷心的祝贺。祝贺他为国人争光，并期望他早日凯旋归来，开启定制酒，向奥运英雄举杯。在这之前，邹凯在获得 2008 年北京奥运会男子团体、自由操和单杠三块金牌后，泸州老窖公司向奥运冠军邹凯赠送了国窖·1573 定制酒，这一款国窖 1573 奥运冠军定制酒代表了泸州老窖国窖人对奥运英雄的敬意和感谢。感谢他为国人争光、为家乡人民争光。在他回到泸州后，老窖股份公司总裁张良将国窖 1573 冠军定制酒赠予邹凯，并预祝他在 2012 伦敦奥运会上取得好成绩，共享庆功酒。

此役，邹凯征战开始，泸州老窖就

开始关注比赛，泸州老窖年份特曲携手泸州电台新闻广播 FM970，于奥运期间每天中午 12:30 到 13:30，推出《大家一起看奥运》节目，为奥运喝彩，为邹凯加油。据悉，节目包括《精彩奥运，聚焦伦敦》、《金牌猜猜猜》、《为邹凯加油》等。节目进行中，只要打电话或发短信参与互动，就有机会获得年份特曲提供的相应礼品。大家最应关注《为邹凯加油》活动，凡说出一句或短信一句为家乡奥运冠军邹凯加油的话，均可得到一份年份特曲提供的纪念品，并都可参加角逐终极大奖——由年份特曲提供的马尔代夫豪华游。

据了解，泸州老窖年份特曲是为纪念泸州老窖荣获 1915 年巴拿马万国博览会金奖 95 周年，庆祝世博会在

中国上海成功召开而隆重推出的第一款年份酒。作为“双品牌战略”中泸州老窖系列形象产品和最高端产品，以及第一款真正意义上的年份酒和性价比最高的年份酒，为邹凯的奥运冠军定制酒，表达了一家知名酒企为表达感谢的真诚厚意。

在这之前，邹凯在上届北京奥运会取得不菲的成绩后，2010 年 6 月 6 日，泸州老窖在北京开办第一家形象专卖店邀请邹凯作为嘉宾发表感言时就表示，对家乡的企业感触甚多，他表示，泸州老窖是知名企业，为地方经济和整个全国的经济的发展都起到了很大的拉动作用，泸州老窖有一段厚重的酿酒史，是浓香型白酒的鼻祖和发源地。据了解，泸州老窖拥有着当今世上



邹凯(左)接过泸州老窖 1573 定制酒证书。

最古老的老窖池群，其中 4 口始建于公元 1573 年，并连续使用了 400 余年。自己作为泸州人，能为家乡的企业助阵加油，是自己的一份责任，泸州老窖是具有较强社会责任感的企业，能与这样优秀的企业一道为地方经济发展尽一点绵薄之力，也是自己的一种义务。邹凯以个人奥运第五金创造了

中国选手奥运金牌的新纪录。泸州老窖公司祈盼他再接再厉，为祖国争得荣誉，并期望他早日凯旋归来，开启定制酒，向奥运英雄举杯。

这不仅表达了一个知名企业对奥运冠军的尊重，更是表达了一家酒企参与社会事业的强烈责任感，彰显了“1573 酒文化”。



□ 本报记者 樊瑛
实习记者 张利

记者近日获悉，持续了半年多的小角楼股权转让方案终于有了新的转机。从濒临破产到改革重生再到股权转让，在谋求发展的道路上，小角楼将整装上路，蓄势待发。



2006 年 10 月小角楼摘得“中国驰名商标”桂冠，成为川东北地区首家获此殊荣的企业，这标志着小角楼迈入了新的里程碑。近年来，小角楼酒业销售发展较快，2011 年春季全国糖酒交易会上，小角楼公司新开发的以御酒和珍品金角楼等为代表的高档玻璃瓶系列、I9 系列、青花瓷系列、红瓷瓶系列

辉煌五千年，灿烂酒文化；喝小角楼酒，品中华文化。小角楼起源于明末清初，20 世纪 80 年代初创立品牌，1998 年 4 月开始第二次创业，2001 年 8 月改制为四川小角楼酒业有限责任公司，现已形成以白酒生产和销售为主，集红酒、黄酒、养殖、包装、旅游等多元产业为一体的现代化企业集团。

“小角楼”蓄势待发

“四大系列”备受推崇，发展新客户 50 家，签约金额 1.8 亿元。但近期由于小角楼欠债较多而不得不引进战略合作方。据了解，由于经营业绩不佳，小角楼近来一直处于亏损状态，小角楼总资产为 1.1 亿元，但总负债却高达 309 亿元。

面对企业的尴尬境地，小角楼引入战略合作伙伴的想法早已被业界熟知，小角楼酒业总经理牟国忠就曾透露，小角楼企业现金流紧张，如果能引入战略合作伙伴将促进企业品牌迅速做大。

今年初，西南联合产权交易所发布公告称，四川小角楼酒业有限责任公司的 100% 股权将公开整体转让，挂牌价格为 4000 万元。对于受让方，公告中提出了多条较为严格的要求。如

受让方 2010 年净资产需达到 2 亿元以上，须书面提交有利于小角楼公司持续、快速发展的重组方案；受让方在签订合同起的 5 个交易日内，存入 1.5 亿元履约保证金，专款专项用于小角楼公司基酒基地建设；承诺不改变小角楼的注册地、继续长期从事白酒生产；承诺公司的纳税地点、基酒基地、成品酒生产线永久性在平昌等。

如此苛刻的附加条件使小角楼股权转让困难重重。自 2010 年起就有重庆轻纺集团、联想集团、汉龙集团等企业到小角楼企业考察，但都未最终达成合作协议。

目前，持续半年多的小角楼股权转让方案终于浮出水面。2012 年 7 月，平昌县经济和信息化局局长李明聪在接受记者采访时表示，总部位于成都

的房地产企业——四川西成实业有限公司将有望成为小角楼新东家。目前双方谈判已接近尾声，基本确定合作关系。

记者了解到，西成实业以现金入股，将成立新的股份公司，注册资金预计为 2 亿多元；小角楼酒业以技术和品牌入股，为股东之一。西成承诺 5 年内向小角楼酒业投资 10 亿元。

四川小角楼酒业负责人透露，历经 10 余年的市场运作、品质锤炼及品牌建设，光“小角楼”这一商标就价值 1 亿多元。小角楼作为“白酒金三角”协作区的“川酒五小金花”，正力争川酒第七朵“金花”，此次股权转让方案一旦成功，资本实力加上品牌运作能力，小角楼的发展后劲将不可小觑。

六百年基业 六十载华章 ——写在新疆第一窖古城酒业建厂 60 周年之际

□ 王桃花

光阴荏苒，岁月如梭。60 年在历史的长河中只是短暂的一瞬。然而，对于新疆第一窖古城酒业来说，却充满了时代的变迁和起伏。在这 60 年的岁月里，古城的发展与共和国的历史车轮跌宕前行，从几个烧酒作坊转变成为一个国营企业，经历了新中国成立后百废待兴的局面；经历了三年自然灾害和十年文化浩劫的考验；经历了改革开放初期经济复苏的繁荣；经历了 90 年代初市场经济带来的挑战和阵痛，经历了国营企业向民营企业改制的创新之路。

历史痕迹

600 岁月，600 年古城酒。据史料记载：明永乐初年(1403 年)持节大臣陈诚所著的《西域番国志》中对奇台一带就有“间食米面，稀有菜蔬，小酿酒醴”的记载，据今已有 600 多年的历史。乾隆三十八(1773)年设县治，至咸丰年间汉民已过 7000 余户，这时奇台承平已久，阡陌相望，比户可封，阡陌纵横，余粮栖亩，最为富庶。当时奇台北斗宫巷在历史上叫山西巷、酒巷。山西巷就是因为奇台在历史上被称为“旱码头”、“金奇台”，是古丝绸之路的重镇，客商云集，商业繁荣，自然山西的商人也来到此地，谋生创业。清乾隆二十四年(公元 1719 年)山西人张氏在北斗宫挂牌开张“杏林泉”，取意为其源出于山西杏花村，酒瓮如林、酒似泉涌。据说，张氏选择北斗宫酿酒，故请匠人掘一口深井，竟然水源旺盛，水质纯净，用此水酿酒，悠清见长，入口香醇，因此堪称酒中上品。这种白酒一问世，就以其清辙的酒色，沁肺的酒香和绵甜的酒味而畅销。光绪十五年，古城烧酒作坊发展到 13 家。其中“杏林泉”所生产酿造的白酒是盛宴必备佳品，成为当时的佼佼者。正所谓“新疆酒源在古城，古城酒源出杏林”。民国初，古城白酒年产量 90 多万斤。民

国 10 年(1921)外蒙宣布独立后，切断了驼运之路，古城白酒销路受到影响，虽仍有私商由阿山转运，但销量逐渐减少。民国 25 年(1936)后，酿酒业再度兴起。

传承发展

新疆和平解放，给新疆各族人民开启了新的生活。1952 年 10 月，成立国营奇台县白酒厂。

60 年代初，奇台白酒曾作为新疆名酒接待外国专家，受到好评。1978 年十一届三中全会召开后，改革开放的春风便吹遍祖国大疆南北，奇台古城酒厂也迎来了新的春天。1982 年，自治区为奇台酒厂制定 400 吨酿酒工房，千吨酒库及粉碎制曲工房的扩建项目。1985 年末，“双跨”制酒工房、制曲楼、锅炉房、10 个 300 吨不锈钢酒罐的安装已全部竣工。投产使用后产量大幅上升，充分显示了新型技术的优越性，出酒率创历史最高纪录，达 40-41%。此时，古城酒已进入了鼎盛时期，备受关注。生产的产品先后获国家商业部两届“银爵奖”、“中国优质白酒精品”奖、“自治区地方名酒”等。据当时在厂里工作过的老人讲：“那时，全疆天山南北远远近近的酿酒厂家都仰慕前来取经学习，古城酒的销售可用“火爆”二字来形容，市场需求量大，供不应求。无论国有、集体、个人的商店、商家，为能早早拥有奇台古城酒而涌向酒厂……有来自全疆各地的采购员和糖酒公司的调货员，有络绎不绝的新老客户，有持有“上峰”批条的，说情的等等，当时拉酒的车能排到“犁铧尖”，距离厂区 1 公里的县城北街，有时从南疆来的车一个月拉不上一车酒。

80 年代末 90 年代初，在计划经济向市场经济过渡的市场转型期间，习惯了在计划经济下运行的奇台酒厂，对市场经济带来的变化，反应显得有些迟钝，遇到了市场经济带来的阻力，经历了市场经济带来的阵痛。到

1998 年时已面临破产的局面，负债率高达 97%。

改制·创新

只有改制才有出路。1998 年 3 月，奇台县企业改制工作队进驻企业展开改制。7 月 8 日，奇台酒厂彻底改变了沿袭 40 多年的经营体制，实行股份制，成立新疆古城酒业有限责任公司。

创新是企业发展的原动力，只有创新才能引导企业走出困境。从改制伊始，古城就加大对内机构的改革、整顿和建章立制。从引进先进的 A 管理模式到推行“5S”管理六西格玛、ISO9000 质量管理体系、ERP 财务管理以及后来的 9S 管理和绩效管理等等，一次一次的革新、细化、完善企业管理流程和标准，使其更加符合现代企业的管理模式。2003 年，为满足市场需求，古城酒业引进属全疆一流的包装生产线(全长 286 米)投入使用，满负荷运转一天可生产成品酒 1.8 万瓶。是年，公司顺利通过 ISO9001:2000 质量管理体系认证；被新疆酒文化、酒市场研究中心，华夏酒文化、酒市场研究中心授予“弘扬酒文化、开拓酒市场”最佳企业称号，开启了新疆白酒行业文化经营的先河，为企业发展迎来了新的“曙光”。此时，为彻底解决产权问题，是年 10 月 23 日，奇台县政府代表该公司正式与华融公司以 1000 万元签订了资产回购合同，明晰了产权，理顺了关系。2004 年，面对股权转让带来许多困难，公司决策层创造性地提出二次创业，依靠自己，盘活存量资产，将改革与发展有机地结合起来，确立了“老企业求生存，新企业求发展”的经营方针，启动浓香型、酱香型酿酒车间，新建纯净水生产线，走多元化发展道路。经过一年多的发展，“古城”不仅走出了短暂的被动困境，而且呈现出良好的发展态势。

内部整顿后，公司开始注重市场

调研，制定新的战略决策，在产品开发上按照“多品种、系列化”的六字原则，调整产品结构，顺应市场需求。先后开发天山骄子、天山人家、百年激情、古作坊、古城老窖系列、新疆第一窖系列、百年经典、盛世经典、08 经典等系列多个品种，满足不同消费层次、不同消费区域的消费需求，扭转经营销售的被动局面。近两年，公司在产品开发又逐步形成新疆第一窖、古城王窖、古城原浆、古城老窖四大系列；并采取“限低、推中、托高”的策略，提升古城高档产品的市场占有率。在市场开拓上提出“扩奇台(木垒)、拓喀什、启昌吉、夺乌市、进关内”的营销思路；提出“用‘智’启动市场，用‘力’拉动市场，用‘情’激活市场，用‘品’征服市场”的营销理念，相继在乌鲁木齐、敦煌、兰州、酒泉等地设立销售网点；董事长兼总经理周文贵南到喀什、和田，北到塔城、乌苏、伊犁去办酒品的营销会、推介会，组织文艺演出队赴内地，拉开为期两个半月评酒慰问演出；并借助电视、报刊等新闻媒体的独特作用，向社会树品牌、推产品，取得了良好的效果。原自治区主席阿不来提·阿不都热西提见到周文贵后就亲切地说：“我结婚时喝的就是你们的酒，事隔多年，如今又见到了，听到了，真高兴啊！”2009 年为满足市场需求，公司投资 200 万兴建一条长 60 米的包装生产线，一小时可生产 5000 瓶。如今古城牌产品遍及新疆及关内的浙江、杭州、海口、南京、杭州等地。在品牌管理上，立足奇台旱码头、金奇台的文化积淀，以挖掘出土的“古窖池”为基点，从产品开发到品牌创意、推广，都力图与古城、古窖、古文化有机结合起来，确立了“古城”、“新疆第一窖”的双品牌战略，实现了从经营产品到经营品牌的转型，荣获中国驰名商标，使古城的品牌再一次提升，成为新疆乃至中国的名品。

文化开启市场

在文化消费渐成一种消费趋势，

一种时尚的今天，董事长兼总经理周文贵深刻地认识到文化营销的重要性，他站在历史学的角度，以金奇台、旱码头为历史基点，以 600 年历史文化底蕴为依托，着眼于新疆酒行业现状，倡导“弘扬酒文化，开拓酒市场，发展地域经济”的全新理念，坚持“走文化路，做文化酒”，运用“用‘智’启动市场，用‘力’拉动市场，用‘品’征服市场”，用“情”激活市场的全新营销理念，创办了新疆首家酒博物馆，2001 年，新疆轻工厅、新疆酒文化市场研究中心授予古城酒业“新疆第一窖”荣誉证书和牌匾。先后成功举办了一系列烙有文化元素的“古城”杯有奖征联大赛；首届新疆酒文化、新疆第一窖开坛仪式、酒市场研讨会、五届新疆酒文化节、纪念奇台县建县 233 周年汉文化研讨会；三届奇台人联谊会、万人迎奥运等公益活动；并出资创办了《古城文学》刊物以及《杯酒人生》、《对酒当歌》、《古城风采》等记录企业发展，用文字留下了记忆的传承和文化的提升，使古城从一个地域企业成长为疆域企业，甚至走向全国，成为中华老字号企业和全国工业旅游示范点，其传统酿酒工艺被列为自治区级非物质文化遗产，明末清初的酿酒窖池被列为自治区文物保护单位。可以说，古城酒业从酒文化、产品文化、营销文化、人文文化等方面做了一系列对企业文化的创新、丰富和延伸，实现了以文化为引领，跨越式发展的目标，销售收入是改制前的 35 倍，连续四年成为奇台县的纳税大户。在品牌管理上，立足奇台旱码头、金奇台的文化积淀，以挖掘出土的“古窖池”为基点，从产品开发到品牌创意、推广，都力图与古城、古窖、古文化有机结合起来，确立了“古城”、“新疆第一窖”的双品牌战略，实现了从经营产品到经营品牌的转型，荣获中国驰名商标、中华老字号以及奥体委指定用酒等等，使古城的品牌再一次提升，成为新疆乃至中

国的名品。

感恩伴随成长

改制的 14 年，古城从衰败走向兴旺，从销声匿迹走到新疆白酒行业的前列，成为新疆的第一文化名酒，并将企业成长与社会进步融合，创新科技回馈社会，积极投身公益事业，创新、感恩铸就古城稳步的成长之路。

14 年来，古城酒业在自身发展的同时并没有忘记社会所赋予企业的责任，做酒的同时，聚集爱的能量，于 2007 年成立了“古城大爱基金”。截至目前，已筹集善款 63 万元。先后成立了“贫困大学生助学基金”、“大学生创业基金”，在帮助数百名贫困大学生就读、创业的同时，已连续 8 年为考入大学的 47 名员工子女发放“助学金”5.3 万元。2010 年，公司与奇台县教育局再度联手，从“古城大爱基金”的提取部分善款用于救助奇台一中高一年级维族女孩特力汗等 10 位贫困生，直到大学毕业。同时，在春节、中秋、古尔邦、肉孜节来临之际，慰问离退休老干部及帮扶对象，并送去慰问品和慰问金；在第四节储酒文化节上为奇台县的 15 个乡镇的 17 位贫困每人捐款 5000 元、为新疆慈善总会 2+5 工程资助善款 15000 元，为突发脑溢血的喀什分公司经理刘彦国捐款 1 万余元；在“七一”建党节之际慰问老奇台屯庄梁二村的老党员等等，让更多的人感受、分享古城经济发展的成果。

新疆酒文化从第一窖中崛起，古城人精神在 600 年里延伸。一代代古城人以民族产业为己任，遵循文化兴企，文化经营，依靠科技创新，自强不息的精神传承了古城 600 年基业。展望未来，古城将以 60 年大庆为发展动力，继续担负起“酿造美酒，奉献社会，造福员工，贡献地方，百年古城，流芳百年”的神圣使命，用感激之情，感恩之心，奋发之志，为民族团结和繁荣社会经济，续写灿烂辉煌的新疆第一窖酒文化新篇章。