

习酒七大举措确保顺利实现百亿目标

□ 本报记者 樊瑛

近年来，习酒公司步入了发展的快车道，提出“十二五”末实现销售收入 80-100 亿，进入中国白酒前十强的目标。

这一宏伟目标激发了习酒人奋勇前行的斗志。10 月 26 日下午，在习酒国窖 60 周年纪念大会上，茅台集团党委委员、副总经理、习酒公司董事长张德芹满怀信心，憧憬未来，提出七大举措，确保习酒顺利向百亿目标迈进。

一是企业改革目标。加快建立健全现代企业制度，促使向现代企业管理体制迈进，规范企业管理，尽快完成习酒股份制改造，尽早实现习酒挂牌上市。

二是品牌建设目标。坚持大品牌战略，聚焦资源着力打造核心品牌，使窖藏系列、金质习酒系列、浓香系列“三大”品牌销售占到 90%以上。

三是市场建设目标。巩固发展贵州市场、大力拓展省外市场，力争到 2015 年打造 20 个销售亿元以上的省级目标市场，其中，10 亿元以上的 2



◎茅台集团党委委员、副总经理、习酒公司董事长张德芹在习酒 60 周年庆典上作重要讲话。

个、5 亿元以上的 10 个，确保习酒进入全国所有地级市场。

四是规划建设目标。通过新建、扩建和技术改造，实现厂区功能合理布局，形成黄金坪浓香白酒生产中心以及行政服务中心、大地酱香白酒中心、大坡成品酒包装中心、科研技术中心、质量检测中心、万吨物流配送中心、万

吨高温制曲中心、文化生态保护为一体的习酒工业园区格局。

五是技术创新目标。我们已经作市场调查与技术调研，力求早日应用现代设备技术、改良生产工艺、创新中端、中低端白酒生产技能、酿造适合广大中层消费者乐于接受、性价比最好的产品，使习酒成为拥有广大消费层

的大众产品。

六是企业管理目标。以适应市场竞争和提升企业管理水平为目标，不断深化劳动用工和分配制度改革，干部任用竞聘制度，实施质量、安全目标责任制，推行绩效管理，加强以成本为核心的财务管理，健全营销体制机制和人才培养制度，树立标杆，实现超越，力争早日实现全国管理质量奖。

七是企业文化建设目标。我们将全方位的进行企业形象设计，建立健全三大识别系统，即理念识别系统、行为识别系统、视觉识别系统，以新型企业文化统领企业生产经营活动。加快推动文化强企、文化扬企的步伐，用文化力、创新力提升企业“软实力”，使习酒文化成为茅台文化的主要分支。

张德芹表示，习酒下一步还将努力推动“四项”转移，一是习酒人意识上的转移，强调各级部门管理人员的责任，使各级管理人员从工作上、管理上由个人决策向集体智慧转移。二是加大集团公司的“八个营销”的贯彻，由传统营销向以服务营销为重心转移，真正提升服务质量。三是以招商为重点向

打造重点市场的转移，加大改革力度，提高市场竞争力。四是从传统管理模式向信息化管理模式转移，在电子商务、物流跟踪、现场管理、科技创新等方面运用信息化提升管理水平。

张德芹指出：习酒将坚持在生产安全、产品质量稳定、市场渠道健康的前提下，好中求快，快中保好，能快则快，在“十二五”末进入中国白酒前十强。习酒将在贵州省委、省政府“工业强省”的战略推动下，在“未来十年中国白酒看贵州，贵州白酒看茅台”的战略指导下，在省国资委、集团公司、市委、市政府、习水县委、县政府的帮助、支持和爱护下，认真履行“塑习酒品牌、建和谐酒城、为国酒增光、担社会责任”的企业使命，进一步优化资源配置，努力招纳人才，奋力拓展市场，着力打造茅台文化旗下的“君品”文化，使企业发展总量、速度和效益同步提高。做大做强习酒，向百亿目标奋勇前行，使“君子之品、东方习酒”响彻东方，享誉全球！使十里酒城梦想成真，员工安居乐业，幸福和谐，使父老乡亲享受到习酒发展成果。

白酒小百科 | Baijuxiaobaike

二锅头是如何酿制的

顾名思义，“二锅头”就是原材料在经过第二锅烧制时的“锅头”酒，这酒最为纯正、无异味、浓度虽高却不烈，真的醇厚绵香。二锅头酒是北京的传统白酒，属普通白酒。

北京酿制白酒的历史悠久。金朝将北京定为“中都”，传来了蒸酒器，酿制烧酒，到了清代中期，京师烧酒作坊为了提高烧酒质量，进行了工艺改革。在蒸酒时用作冷却器的称为锡锅，也称天锅。蒸酒时，需将蒸馏而得的酒汽，经第一次放入锡锅内的凉水冷却而流出的“酒头”和经第三次换入锡锅里的凉水冷却而流出的“酒尾”提出做其他处理，因为第一锅和第三锅冷却的酒含有多钟低沸点和沸点的物质成分，所以只摘取经第二次换入锡锅里的凉水冷却而流出的酒，故起为“二锅头”。

二锅头酒是一种很纯净的好酒，也是质量最好的酒。现在各地的白酒厂蒸酒时所采取的“掐头去尾”、“按质取酒”的方法就是沿承“二锅头”工艺原理而来的。清代末期，二锅头的工艺已传遍北京各地，颇受文人墨客赞誉。吴延祜在诗中赞道，“自古人才千载恨，至今甘醴二锅头。”将二锅头比作“甘醴”。

1949 年，新中国建立，华北酒业专卖总公司北平酒业分公司，即北京市糖业烟酒公司的前身，立即组建厂房，生产二锅头酒。

二锅头酒选用高粱为原料，还是以麸曲和酵母为糖化发酵剂，采用传统的“老五曾瓦”工艺，经原料清蒸、辅料清蒸，低温入池，适当发酵，火蒸馏，掐头去尾，贮陈精酿而成。由于二锅头酒的酒液清亮透明，香气芬芳，酒质醇厚，入口甘润、爽冽，酒力强劲，后劲绵长，回味悠长，因此备受广大消费者的认可，二锅头品牌家族也日渐丰富。

二锅头酒的酿制特点：每烧一锅酒，开始流出的酒叫“锅头”，这酒的浓度比较高，可达到 75 度以上，而后浓度不断地下降，到后来还能喝的酒，只有十几度了，叫“酒稍子”。烧酒的原料一般可以经过五到六次的发酵和上锅。除了原材料有小麦、高粱、玉米等等，还有辅料，如玉米稻、玉米核、麦麸子和米糠什么的。按一定的比例经过粉碎后加水，煮熟，再加入酵母，搅拌均匀后入窖发酵。一般要 5 天后出窖、烧酒，这是第一锅。出酒后，要把蒸锅中的料取出，经过扬场，把这些料冷却、松散开，而后还要加入少量的新原料和酵母，搅拌均匀后再入窖发酵，这才完成一个班次的二锅头。5 天后再取出来烧酒，为第二锅。

这时开始流出的酒才是真正
 的“二锅头”。
 (酒仙网)

仁怀欲收编百家小酒厂

10 月 31 日，贵州省仁怀市副市长喻阳洪在接受采访时透露，在 2013 年之前仁怀市政府将投入 10 亿元成立“仁怀酱香酒业有限公司”，整合当地近百家小规模的小酒企业，同时还将引进战略投资者，试图打造除了茅台之外的当地酱香酒品牌。

仁怀市的“野心”

走在贵州省仁怀市的街头，随处都可以看到一块块印有“酒都”字样的彩砖铺在路上。作为一个以白酒为支柱产业的城市，仁怀市并不满足仅仅拥有一个茅台，他们还想拥有第二个或是更多。

随着近些年茅台的不断快速发展，酱香型白酒的消费市场也在不断扩大，越来越多的资本开始涌入市场，仁怀市范围内如雨后春笋般出现了很多大大小小的白酒企业，这些企业在生产销售过程中暴露出的问题也越来越多。

“我们目前正在筹划设立一个‘仁怀酱香酒业有限公司’，这个公司目前已经注册下来了，注册资金为

2000 万元。”喻阳洪这样说道，“而成立这样一家企业，主要就是便于产品质量安全的监管。目前仁怀市范围内的这些小规模企业很难监管，为杜绝无序发展，整合就是一个前提。”

据了解，目前在仁怀市范围内有着近百家年产量在 100 吨 ~ 200 吨的白酒生产企业，这些企业将成为“仁怀酱香酒业有限公司”整合的首要目标。

“这些企业让茅台去一一兼并并不现实，茅台也不可能这样做，这就需要政府出面指导，同时政府还必须采用一定的经济手段，成立这个公司并且在政策等方面给予这些小规模的小酒企业予以扶持。”喻阳洪指出。

目前，仁怀酱香酒业有限公司将采用多种形式和当地的小规模白酒企业进行整合。

资金伺机而动

事实上，仁怀市的这一举措也是在仁怀的千亿目标大背景下应运而生的。

仁怀市政府提出，在“十二五”期末全市白酒产量达到 50 万千升，力争达到 60 万千升，完成白酒及配套产业投资 500 亿元以上，培育规模白酒企业 100 户以上，力争全市白酒总产值达到 1000 亿元的目标。

“打造这个公司和仁怀市千亿目标有关系的，我们预计这个公司在 2015 年左右将发展成一家白酒产值达 100 亿元 ~ 200 亿元规模的白酒企业。”喻阳洪自信地说道。

但是仅仅依靠政府的力量，仁怀市的上述目标很难在 2015 年之前解决，引进战略投资者成为目前市政府领导班子的工作重点。

“目前我们通过各种渠道释放出希望引进资金的信息，同时我们也会设置门槛，引进的资金每一笔都要求不低于 5000 万元，国内不少知名企业也对这个项目比较感兴趣。”喻阳洪坦言，“现在已经有一家国内的知名企业正在就入股进行商谈，战略入股的资金规模也不会 在 5000 万元之下，而这家企业并不从事白酒行业。”

目前，国内有多家资本已经在和仁怀市接触这个项目，在喻阳洪看来，国内很多闲置的资金非常看好白酒行业的发展。

2011 年 6 月，联想控股以 13 亿元获得常德武陵酒业 39%的股份，成为武陵酒业第一大股东。随后不到 1 个月，联想控股增资武陵酒业，对其实现全资控股。紧接着，联想控股再下两城：2011 年 10 月，全资收购河北承德板城酒业公司；2012 年 9 月 16 日，斥资 4 亿元收购孔府家酒。

2012 年 3 月，维维集团与贵州醇酒厂签订了股权重组项目合作协议，维维股份出资 3.57 亿元控股新贵州醇酒厂 51%股权，并计划组建贵州醇酒业有限公司。此前维维股份还成功收购枝江酒业、川王酒业。

作为白酒行业内的龙头企业，茅台和五粮液自然不会错过这个跑马圈地的好时机，两家都看中了将来中低端市场的发展方向，以并购为手段的产业整合成为拓展中低端市场的主要方式。
 (每日经济新闻)

2012 亚布力企业家论坛在泸州举行

本报讯 近日，由泸州老窖集团承办的 2012 亚布力企业家论坛 CEO 研讨会在泸州举行。

北京大学光华管理学院教授、著名经济学家张维迎，泰康人保董事长陈东升，华泰保险董事长王梓木，华谊兄弟董事长王中军在内的全国几十位知名企业家悉数亮相本次论坛，对本次会议的主题“让世界品味中国——论中国文化的国际化”进行了深入的探讨。泸州老窖集团董事局主席谢明在会上发表题为《让世界品味中国——论中国文化的国际化》的演讲，引发与会嘉宾对中国文化国际化问题的热烈讨论。

作为会议的主讲人之一，泸州老窖董事长谢明在《让世界品味中国——论中国文化的国际化》的演讲中表示，中国白酒全球营销可以弘扬中国元素的世界性。对此，谢明做了进一步的阐释：随着中国融入世界的脚步进一步加快，世界必然对四大文明古国中唯一存续的中国报以更多的关注，中国在世界经济文化领域里的话语权将不断扩大。此时“民族的就是世界的”这一议题将真正凸显。而中国白酒在这个过程中将承担重任，它正是中国文化传播的载体，中国白酒是外在的形，中国文化赋予它内在的神，形神合一，通过白酒，让世界领略中国人的生活样法。

在讨论环节，对中国白酒要如何“走出去”这一问题，谢明总结了四个方面的要素，虽然是针对白酒行业消费的体会，却也引起了在座很多其他行业高层的共鸣，他说：“白酒走出去



◎所有与会企业家合影留念

第一要诚信，第二是解决好白酒国际化的标准问题，特别是中国白酒香从何而来；第三要正确引导、塑造外国消费者对白酒的文化认同；第四，要有科学完备的技术标准和针对国际市场的销售渠道的策略，与国际惯例接轨，使所有白酒的国际销售者都能在走出去的过程中获利，进而激发起他们主动推广白酒的积极性。”谢明表示，泸州老窖愿意与白酒行业所有同仁一起，致力于打造代表中国元素的世界级奢侈品，步入全球消费者瞩目青睞的荣耀殿堂。

活动中，赛富亚洲投资基金创始合伙人阎焱也从资本市场角度切入，

谈中国市场以及中国文化与世界的接轨。据悉，针对两位主讲人谢明和阎焱的演讲，张维迎教授在总结环节发言表示：“白酒作为中国文化载体，承载着中国文化国际化更多使命。而泸州老窖提出‘中国文化走多远，中国白酒就走多远’无疑形象地诠释了这一历史使命的深刻内涵。”

与会的 CEO 们还发现，“让世界品味中国”亦是国窖 1573·中国品味的品牌口号。随着中国的改革开放，经济崛起，奥运会、世博会在中国相继举办，中国正吸引越来越多的世界眼光，中国人的生活方式和中国元素越来越受到全世界的青睐，中国人也以

前所未有的自信和友好融入世界。国窖 1573·中国品味正是为纪念 1573 国宝窖池群及泸州老窖酒传统酿制技艺，分别列入联合国世界物质文化遗产和世界非物质文化遗产预备名单而特别开发。集世界级物质与非物质文化遗产于一身，国窖 1573·中国品味代表中国元素，让世界品味。

据悉在前一天的“热身”活动公开课中，面对泸州市委市政府相关领导、泸州老窖公司企业代表等听众，张维迎发表了题为《市场的力量》演讲，对泸州老窖近年来双品牌塑造、多品牌运作等作为表示高度认同。
 (桂妮娜)

酒文化 | JiuWenHua

酒品·酒礼

酒有它自己的身世，自己的祖宗。明人冯时化著《酒史》，曰：“酒自仪狄、杜康始。”酒的生产应该很早，早在汉代就有“酒榷”之说。《黄帝内经·素问》曾云：“以酒为浆”。——说明酒的历史特别悠久。至于《吕氏春秋》和《战国策》等著作，则已开宗明义地说酒于夏禹时期就被酿制了

我国几千年的灿烂文明，几乎就是一条由酒液流淌成的璀璨长河。古语云：“饮酒者，乃学问之事，非饮食之事也。”又说：“醉里乾坤大，壶中日月长。”把饮酒视为人生最重要的事情之一。古今智者，大多都是从一醉方休的境界中认识世界，彻悟人生，建设自己的品性。

古人亦常以“春”命酒名。司空图《诗品·典雅》云：“玉壶买春，赏雨茅屋。”买春亦即买酒也；买酒亦是买春。酒的酿造工艺精妙绝伦，酒的味道使人垂涎欲滴，酒的清澈使人留连忘返。卢克莱修说：“当酒浸入身体时，四肢变得沉重；两条腿迈不动，索索发抖；舌头打结，神志不清；目光游移不定；喊叫，打噎，争吵。”贺拉斯又说：“圣贤纵酒作乐，也会表现出忧虑并暴露内心秘密。”由此可见，酒又是一种情绪的催化剂。通过饮酒，平素深藏于心底的快乐忧愁都一一迸发出来。“再强的智力也敌不过酒力。”贺拉斯讲的大概就是这种催化作用。酒能削弱人的自制力，所以有人酒后狂笑不止，也有人痛哭不已，更有人滔滔不绝。在酒面前，每一个人都会被莫名地催化，乃至于会被感化。大概就是在这样的感化下，才有古人所云“文王饮酒千钟，孔子百觚”；大概就是在这样的感化下，桑贝尔才会在饮酒间将暗杀恺撒大帝的计划和盘托出。

酒是一个人的智力测验，一个酒量大的人，决不会是傻瓜。不知叔本华说对了没有？

最令人难堪的是强人饮酒，或单挑，或围剿，或投下井之石，千方百计要把人灌醉，有人诉诸武力，捏着人家的鼻子灌酒！这是梁实秋先生所描述的酒品缺失的情形。

饮酒之致，妙在品酒的神情上。清人程世爵撰有《笑林广记》一书，收《酒品》一文，文曰：“人事皆有品，惟酒品不一。花间月下，曲水流觞，一杯轻醉，酒入诗肠，此之谓儒饮，如雅人蕴藉一般。二三良友，月夕花晨，名姝四座，低唱浅斟，此之谓仙饮，如瑶池醉月一般。礼席丰筵，繁文缛节，终日拘挛，惟恐越矩，此之谓囚饮，如拘禁罪囚一般。杯不厌大，酒要满斟，持筹呼马，大肆鲸吞，此之谓驴饮，如行路渴驴一般。冠袍带履，坐分昭穆，让拳举杯，纳身枷锁，此之谓葬饮，如衣冠敛葬一般。倒地漫骂，呕吐成渠，僵卧不醒，人事不知，此之谓尸饮，如饿草倒卧一般。”儒饮、仙饮、囚饮、驴饮、葬饮、尸饮，凡此种种，恐怕连许多饮酒人也浑然不知自己占“几饮”。

饮酒有酒礼。传说，钟毓和钟会幼时，一次，他们都以为父亲睡着了，遂邀约偷喝酒。其实父亲并未熟睡，不过是想窥视他们兄弟二人偷喝酒时的情状。父亲发现，毓喝酒，“拜而后饮”，会则“饮而不拜”。于是各问其缘由。毓曰：“酒以成礼，不敢不拜。”而会则曰：“偷本非礼，所以不拜。”这个典故很有趣，说明古人饮酒时都讲究一定的礼节。这种礼节，使饮酒成为一种庄重的活动、一种仪式；所以，饮酒不能失礼。这种礼节，使饮酒成为文明进程或文化氛围的一部分，现在宴会上碰杯即为酒礼。如今，彝族、苗族等少数民族都还保存着酒礼习俗。比如彝族饮酒时唱《酒礼歌》，苗族给客人喝拦路羊角酒，都是隆重的礼节。

(李国政 整理)