

新疆第一窖古城酒业有限公司 生产“新疆酱香第一坛酒”填补自治区酱香型酒空白

■ 本报记者 李长清 蔚光维

从 1998 年以来,我们一直在新疆自治区的东疆、北疆、南疆进行新闻采访,特别是对那里的白酒生产比较熟悉。尤其是周文贵董事长掌舵的新疆第一窖古城酒业有限公司,是一个“叫人进了这个厂,就不愿离开这个厂,难以忘却这个厂”,原因是这一家能生产清香、浓香、酱香、兼香四种香型优质好酒的工厂,在全国也少见,一进这个厂,那清香、酱香、浓香、兼香四香混合扑鼻而来,香哉!爽哉!美哉!全国少见哉!这,怎能令人难忘呀!

一、新疆第一窖古城酒业流淌着悠久的中华民族“传统酒文化”的血脉

1、美丽神奇的古文化传说,奇台有水天官来

传说公元前 1000—950 年间(距今有三千多年了),周穆王驾八骏犂车西巡,与西王母依依惜别,西王母赠瑶池圣水于周穆王。在返回东土的途中,来到奇台,见路旁水草茂盛,便命士兵停车牧马,不小心马惊人翻,碰破了西王母所赠的圣水葫芦。顿时葫芦里的瑶池圣水,借天地之灵气,承日月之精华,化作一股纯净、透明、清澈的清泉汩汩流淌。人们称为“琼泉”。当时正值一位山西的酿酒师傅张氏来奇台古城北斗宫开酿酒作坊,祈求上苍指点打井取水。周穆王体恤民情,遂用手一指,飘然而去。张氏顺穆王所指地点打井,果然水源旺盛,水质纯净,更为神奇的是井水居然略带酒香。张氏用此水酿酒,以晋代有名的“竹林七贤”之一刘伶纵情饮酒掌故,取“林”与“伶”的谐音,将“琼泉”定为“杏林泉”,有诗云:“李白问酒谁家好,刘伶回首此处高”。水乃酒之血液,奇台人用“琼泉”井水酿酒,获得甘冽香浓、醇甜丰满、爽口沁心、回味悠长的古城美酒。奇台酿酒业自此兴盛起来!想当初,正值一位山西的酿酒师傅张氏,来奇台古城北斗宫开酿酒作坊,(即今日之新疆第一窖古城酒业公司所在地)自此奇台古城酒家四起,规模新大,均以“泉”命名。这就是为什么这么多的作坊都起名为“泉”的原因,所谓“新疆酒源在古城,古城酒源出杏林”从此,杏林泉便成为新疆酒的故乡,古城便成为新疆酒城。

真是“酒以水得道,水借酒成仙”,这奇台之水,本是西王母(天官西王母)赐予的水,真是奇台有水天官来(即瑶池圣水)!奇台水好、粮好(全国著名的产粮大县)、人好、景好、酒好,难怪有一位海外游子在新疆观光时,留有《瑶池》诗一首:“西天瑶池云出岫,绕撩王母彩云头。一池碧水似玉液,可消千山游子愁”正是盛赞有“中国驰名商标”的奇台“古城”牌美酒(有杏林泉酿美酒得名)闻名天下。奇台

的“泉”多,如永合泉、永兴泉、金盛泉、玉和泉、天德泉、大醴泉、庆和泉、万永泉、杏林泉等 14 家酿酒作坊,加入奇台县同业公会成为奇台县工商联会所属二十四行之一。后来古城奇台的 20 多家酒坊协议,尊称规模最大的山西张氏“杏林泉”为首坊,以表达对周穆王的“指地打井”的感天、感地的感激之恩。“杏林泉”酒坊,乃今日之新疆第一窖古城酒业公司的前身(山西人经营),奇台的酒好,有夏冠州诗云:“西域产异珍,古城酒有名,太白由此过,一醉天山倾。”这足以从奇台酒文化中见新疆酒文化(亦西域酒文化)的历史悠久!新疆酒文化(即西域酒文化)中流淌着中华民族 5000 年文明、博大精深的酒文化的血脉!于是乎人称“古城老窖”为“新疆第一窖”!

2、回味北道丝绸之路上的奇台美酒,品味古城酒文化博物馆

从古代起,一条连接中原和西方的大道——“丝绸之路”,汉代丝绸之路,东自汉都长安出发,向西经河西走廊至敦煌,由敦煌向西分南北两道,北道从敦煌出玉门关连车前王庭(即车师后城长国),沿天山南麓西行,途经“旱码头”古城奇台,西愈葱岭达大宛,康居到奄蔡(今咸海至海一带)北道丝绸之路商业贸易繁忙,有了“千峰骆驼走奇台,百辆大车进古城”的壮观景象!来往客商喝古城美酒,无不快意非常啊……

2002 年 6 月,新疆第一窖古城酒业有限公司在筹建贮酒库时,发掘到一处古烧酒窖池(这是在本厂土建时发现地下明代酿酒窖池),无不令古城酒业全体干部职工欢欣鼓舞。当时发现时其结构、布局相当科学,窖池以青砖为池,木板为隔,缝隙间或有糟糠之物,据发掘出土瓦罐、瓷碗碎片推断为明末清初的实物,也是新疆目前从地层下挖掘出的保存最完整的一个地下窖池。同时公司原来使用的木酒柜上还有“宣统二年新正月立(1910 年)及民国 37 年(1944 年)”字样也为古窖池是清朝末年作了有力证实。经过完善和保护后,保留窖池建筑风格及质地并有所创新。酒窖池的古老带给人们神秘印象的同时,已成为宾客一睹古井、古窖历史风采的心愿。它将向世人展现古城白酒的酿造深远、渊源。2007 年 6 月古窖池遗址被自治区人民政府列入“自治区级文物保护单位”。“古城老窖”、“新疆第一窖”更是双双荣登“中国历史文化名酒”和“中国文化名酒”的至高殿堂。2009 年 9 月,“古城窖酒酿造技艺”被自治区人民政府列为自治区级非物质文化遗产名录。它似乎又在向人们诉说着那峥嵘岁月的风华年代的古法酿酒的兴盛。

在周文贵董事长为首的领导班子带领下,全公司员工的苦心经营,古城酒史博物馆已是国家工业旅游示范点。博物馆分上下两层,有丰富的文物,有专职讲解员。还有接待中心的各种酒供人参观、品尝、购买。梅兰竹菊四君子酒更是高档酒,是国家奥体中心的

指定用酒。尤其是该公司的“储酒银行”约有 3900 多坛,有不少的各界人士购酒在那里储存,有许多消费者购酒后在那里储存,就连中国酿酒协会理事长王延才也在那里有不少的储酒,因为白酒,随着时间的推移,它是有很大的增值利益的。这个中华民族 5000 年文明的产物,由天地共酿的人间琼浆,被称为是千百年传承创新的中华“国粹”,有人称作是“中国的第五大发明”,我看是很有道理的。白酒与其他商品大不一样,它天生讲背景、历史、血统、等级、政治,白酒是“精神属性”大于物质属性的民族传统产业,它更多地属于精神层面的“文化产业”,由此看来,统治白酒品牌战略和市场营销的,必将是一场不断演绎历史和创造个性的“文化秀”。新疆第一窖古城酒业的“储酒银行”就是很有个性的,是很有前途的,也是值得全国白酒行业学习的。

3、史载“古城”酒 600 余年岁月,600 余年古城美酒,中蒙两国人民的友好使者

明代永乐初年,(公元 1400 年)持节大臣陈诚所著《西域番国志》中称:奇台一带“间食米面稀有蔬菜小酿酒醴”(《奇台县志》)也有同样记载)。可见奇台古城酿酒业有史记载的文字依据,至少有 600 余年的历史。这是除山西杏花村汾酒有史记载可追溯到 1500 余年前汾酒第一次成名的南北朝时期外,恐怕历史名城古城“奇台”酒厂的酿酒时间之悠久,在我国白酒界也不多见。史载奇台异珍在民国时期出口蒙古国,声誉卓著,在那里还有一条“古城街”,奇台美酒成了中蒙两国人民的友好使者!2005 年,在中国酿酒工业协会白酒分会组织的“全国浓香型白酒普查工作”中“新疆第一窖”在出厂价为 100 元以上的 25 个酒的感官评审中,总分为 91.635,获“全国浓香型白酒质量优秀产品,新疆第一窖”一家获此殊荣。真是:“国酒‘古城’老窖,国酒‘新疆第一窖’,品味 612 年历史!品味新疆美异珍!”这不仅是新疆人民的自豪,更是全国人民的自豪,因为中国国酒体系在不断地完善,为中国白酒以整体形象出口国外,占领国际市场,为中华民族争光!

二、新疆第一窖古城酒业有限公司,在新疆敢为天下先,在改革开放之初,最早引进酱香型酒业生产工艺,创造了新疆酱香型酒业生产的历史,填补了新疆酱香型白酒的空白,创新了“新疆酱香第一坛”,并屡获大奖

1、新疆第一窖古城酱香酒生产历史:试制理由

以贵州茅台酒、四川郎酒为代表的酱香型白酒是我国劳动人民创造的宝贵工艺遗产,而酱香型大曲在新疆尚属空白产品,为了



新疆第一窖古城酒业有限公司的游客接待中心

满足新疆自治区各族人民日益增长的物质、文化生活的需要,同时也为填补自治区“酱香型白酒”这一空白。在新疆自治区有关领导及科委的支持下,新疆第一窖古城酒业有限公司在 1983 年就与贵州茅台酒厂联系,聘请茅台酒厂师傅来新疆奇台酒厂指导酱香型酒的生产,由德才兼备的郭刚总工程师全面负责实施,经过探索和实践后,1985 年,新疆奇台酒厂正式承担了在新疆试制生产酱香型白酒的科研任务。

2、新疆第一窖古城酱香酒生产历史:试制目标

聘请茅台酒厂的师傅,在技术上完全采用茅台酒的工艺,通过其“小麦高温制曲、两次投料、八次堆积发酵、七次回沙产酒”的独特工艺而酿制,并经长期贮存(三年以上)。由“酱香”、“窖底香”和“醇甜”三大组成部分有机地融合而成。经过 3 年来的中性试验,已产酱香型白酒 50 余吨,其中部分贮存期已满 3 年的样酒。

3、新疆第一窖古城酱香型酒的品评记录(生产历史)

1987 年 9 月,在商业部白酒技术协会乌鲁木齐会议上,经过到会的国家级评委和专家们:有白希智(西安酒厂)国家级评委,徐占成(剑南春酒厂)国家级评委,于桥(大连金州酒厂)国家级评委,曾祖训(四川)高级特邀,程国熙(杜康酒厂)商业部,叶贤佐(四川宜宾

酒厂)改评组成员,杨大全(古蔺郎酒厂)省级评委等国家级评委和专家们的初步品尝鉴定,一致认为酒质量达到了酱香型白酒的感官要求。(各评委和专家们的评语都有案在册,可查)

4、新疆第一窖古城酱香型酒的理化检测与酱酒企标对比

经各项检测都是合格的,并在“添加剂”一项上,注明:不得加入任何非发酵物质。(有记录在册可查)项目实施与验收是合格的,是合乎手续的,有案在册的,可查阅的。

(1)1993 年,50 度-52 度酱香型黑酒,获优质白酒精品奖,新疆维吾尔自治区奇台酒厂(中国优质白酒精品推荐委员会)
(2)1990 年 4 月,新疆奇台酒厂生产的“酱香型大曲酒”科研成果推广项目荣获全国首届科技贷款成果展览会金箭优秀奖特发此证(中华人民共和国国家科学技术委员会、中国工商银行 盖章)
(3)1996 年 1 月,48 度酱香型古城牌“古官宴酒”丝绸之路酒文化交流及名酒精品推展会“新疆第一宴酒”称号。(1996 丝绸之路酒文化交流暨名酒精品推展会盖章)
(4)2007 年 8 月,48 度酱香型“古官宴酒”,经西北地区第三届白酒、葡萄酒产品质量鉴评,被评为质量优秀产品。(新疆酿酒工业协会、陕西省酿酒工业协会、甘肃省酿酒工业协会、宁夏酿酒工业协会盖章)

做足特的文章 实现特的发展

——中国重汽特种车公司召开 2013 年商务大会共谋企业发展

■ 本报记者 赵 健

2013 年是实现国家“十二五”目标承上启下的关键一年,但面对依然严峻的形势,日趋激烈的竞争,企业将如何应对?日前,中国重汽集团济南特种车有限公司召开 2013 年商务大会,携手合作群英,共谋发展之道。中国重汽集团有限公司董事长兼党委书记马纯济、总经理蔡东等集团领导首次亲自莅临大会,对公司的定位、产品和服务等方面做出调整安排,显示对特种车公司发展的高度重视。公司董事长兼党委书记刘景贵与军方代表,以及来自全国各地经销、改装、服务单位、大客户代表、主流媒体记者约 300 人共同出席大会。

中国重型汽车集团有限公司董事长、党委书记马纯济在会上作重要讲话。马书记指出,面对 2012 年严峻的市场形势,中国重汽坚持以科学发展为主题,以转方式、调结构为主线,大力实施产品结构调整优化,开展质量效益年活动,企业保持了良好的运营状态。但十八大后新一届中央领导集体把稳增长放在首要位置,城镇化进程将会大大加快,我们面对的是经济发展新的春天。马书记强调,集团公司高度重视特种车公司的发展,将进一步加大支持力度,加快其技术开发、市场网络建设的步伐。特种车公司的民车产品背靠集团公司,应用军车严格管理文化,具有得天独厚的优势,必将为民车市场客户、合作伙伴提供良好的发展空间。

中国重型汽车集团有限公司总经理蔡东全面分析了明年乃至今后的市场形势,对特种车公司给予重新定位,并详细分析了产品特点 and 优势,对公司的营销工作和企业发展提出了希望和要求。

特种车公司董事长刘景贵在商务大会上作工作报告。他表示,在 2013 年里特种车公司将进一步转方式、调结构,以品系化经营为指导,重点突破“威冻工程勇士”,以技术营销、产品创新为动力,以强化质量管理、提高



因为中国重汽特种车公司新开发的专用于钢厂的超重型悬挂作业 HIOVA 低速牵引车(左)和重载版威冻长头车(右)

企业效益为主线,进一步提升企业核心竞争力。

刘景贵分析了企业所面临的市场形势,他指出随着 2013 年城镇化和水利基础设施等项目建设的陆续实施,以及国家对城建渣土车更加严格的管控,“威冻工程勇士”无疑会迎来新的发展空间;随着国家对公路车辆安全性要求的不断提高,相应法规也存在修订可能,具有轻量化和技术优势的“威冻长头车系列”也将真正迎来市场机会;随着铁矿石价格回调、钢材价格上涨,预示着钢铁最困难的时期已经过去,这必将促进“场内悬挂低速牵引车”和“港口码头牵引车”的推广和销售。

目前,代表国内重型汽车最高水平的新一代高性能、高机动重型及超重型越野车已开发成功,能够适应各种矿山、油田、沙漠等越野路况及恶劣环境;异型车架专用车能够满足特定作业需求和上装特殊要求,属国内首创,将替代进口;为适应钢铁企业等运输模式的转变而研制开发的超重型低速牵引车,

能够满足场内大吨位车辆的甩挂作业要求,填补了国内空白。

实施营销创新、打造专营忠诚的钢铁网络是实现奋斗目标的必要途径。特种车公司根据现有五个产品系列——工程勇士、长头车、低速牵引车、全驱及专用车、矿用自卸车,实施了具有前瞻性和可操作性的分产品系营销策略。2013 年,公司将坚持“重点区域重点推广,重要项目重点突破,重要客户重点支持”的原则,在车型上以“威冻工程勇士”和“威冻长头车”销售为主导,力争实现销量的新突破。

据了解,“威冻工程勇士”是 2012 年投放市场的新产品,是国内唯一一款既能实现矿区作业,又能在工地使用,同时能够实现上牌照、在城市内进行渣土运输的多用途自卸车。经过一年的市场验证和持续改进,产品更加成熟,更具竞争实力。2013 年,公司将“威冻工程勇士”进行差异化配置安排,分为矿区工程车和城建工程车,实施富有针对性的市场营销策略,进一步挖掘、

引导、创造并满足市场需求,集中优势,重点区域重点突破。公司还将推出更具市场竞争力的价格政策和更为科学合理的商务政策,让利用户,让利合作伙伴,共谋发展。

“威冻长头车”同样是 2012 年的新产品,装备了中国重汽全新开发的具有自主知识产权的长头驾驶室、A7 专用 270-375 马力电控 EGR 国三发动机,公路用新 7L 前桥配盘式制动器,车架采用国际先进技术。整车采用目前国际上最先进的技术重新进行了底盘布置,车辆大气、豪华、舒适,具有安全性高、燃油经济性好、舒适性好、稳定性好等优点。为适应用户的个性化需求,公司在“轻量化版长头车”的基础上又研制开发出“重载版长头车”。“轻量化版长头车”配 HOWO 单级桥和曼桥,并配美国翰瑞森悬架,定位高端用户群体,主要面向冷链运输、危险品运输市场;“重载版长头车”配斯太尔双级桥,主要面向电煤、沙石、钢材、水泥运输等专线运输市场。2013 年,公司将根据区域市场的特点,进行有针对性的展车投放和小批量产品试用投放,逐步树立“威冻长头车”在市场的良好口碑和品牌形象。

特种车公司在低速牵引车市场一直占据国内主导地位,中国重汽 HOVA 低速牵引车多年以来在国内主要的港口、码头、钢厂表现优异,尤其是配自动变速箱和 LNG 发动机的低速牵引车明显上量。2012 年公司新开发的专用于钢厂的“超重型悬挂作业车”,实现牵引总质量 160 吨,大幅提高场内转运效率,有效解决了钢厂一车多挂瓶颈,大大减缓了场内物流压力,减员增效,节约人工成本,已开始替代进口,具有极高的推广价值和销售前景。目前已在太原钢铁集团实现一车七挂,运行效果得到用户的充分肯定。

据介绍,特种车公司将进一步发挥“产销研一体化”的运作优势,走可持续发展之路。2013 年,公司将进一步深化技术营销策略,发挥优势,促进销售。一是要进一步加大研发人才队伍建设力度,建设一支既能打硬仗

又能快速反应的技术队伍,有力地支持和促进销售;二是要进一步转变产品研发和技术提升的工作思路,建立起真正面向市场的研发激励机制,调动技术人员关注市场、参与售后服务、支持销售的积极性,切实提高产品竞争力和用户满意度;三是要进一步加强与科研机构及改装单位的科研合作,探讨以多种形式共同做好项目研发,在未来几年,不断向社会提供更多的低碳环保新车型和具有高附加值的研发和创新成果,增强市场竞争力和品牌影响力。

面对即将到来的 2013 年,公司已制定出了切实可行的营销措施:一要深入调研市场,做好产品定位和市场定位;二要实施品系化经营,重点打造“威冻工程勇士”营销网络;三是要进一步加强同改装网络单位的合作关系,鼓励专用车厂做大特种车底盘改装;四要落实营销培训、策划和巡访制度及客户信息采集和使用管理办法等四个制度,切实加强营销队伍建设;五要充分利用各类金融支持手段,增强市场竞争能力;六要认真落实主动服务要求,打造星级服务体系;七要进一步强化质量管理体系,用军品体系保障民品生产,不断提升产品质量,实现军工品质在民车上的传承与发扬;八要创新营销模式,全面加强企业管理,培育富有特色的营销、服务企业文化,创造发展新优势。

本次商务大会的成功召开,有效建立起公司和各经销、改装单位之间商务信息交流的平台,加深交往、增进信任,形成更为紧密的资源共享、信息共享的经营战略合作关系,树立拓展商机、合作共赢、共同发展的战略目标,为特种车公司更大、更快发展奠定坚实的基础。

本次商务大会由中国重型汽车集团有限公司副总经理于有德主持。集团公司副总经理刘伟、总会计师万春玲、副总会计师兼财务公司董事长宋其东,以及特种车公司常务书记马刚、常务副总经理王东风、副总经理匡西友、总会计师周晨、副总经理厉宏伟和王希华等领导出席了本次会议。