

苏全龙 酒品如人品

特约记者 张其玉 张春燕
山东报道

山东广寒宫酿酒有限公司是一家承载着 54 年酿酒实力的老企业，为打造精品类白酒，2012 年 3 月，该公司在原有生产酿造工艺上，下气力寻求新的突破，加大了生产性经营的投入，狠抓技术改造，进一步夯实质量根基，打造过硬产品质量，在精耕细作上赢市场。

隆冬时节，记者来到山东广寒宫酿酒有限公司采访了公司总经理苏全龙，在轻松和谐的氛围中，谈酒文化，谈风俗人情，离不开一个“酒”字，细品鉴广寒宫酒的酿造工艺，记者瞄准时机确定采访中心，从中领悟酿造的“诀窍”。

传承 54 年工艺

山东广寒宫酿酒有限公司酿造，酒源远流长，有着 54 年酿造历史，近年来，先后被评为莱芜市“纳税先进企业”、“莱芜市明星企业”、“守合同重信用企业”、“山东省第七届、第八届消费者满意单位”、“山东省著名商标”、“山东省十大文化名酒”2010 年该公司酿造的馐王、广寒宫、三结义三种白酒，被评为“中国市场用户满意品牌”。透过这闪闪发光的荣誉，我们对广寒宫有了初步的了解。

记者：苏总，请谈谈当前广寒宫酿酒有限公司的基本情况？

苏全龙：山东广寒宫酿酒有限公司前身是建于 1958 年的国营莱芜市酿酒总厂，我们传承古传酿酒作坊，公司占地总共是 280 亩，现有职工 600 人，陈年窖池 800 多个，具备年产 5000 吨粮食酒，拥有 12 条先进白酒灌装线。至今已沿袭传承 54 年，工艺、质量稳定，是我们莱芜地区一家传统的专业化生产白酒的企业。目前，公司研发了鲁莱珍、馐王、广寒宫、三结义、鹏泉等上百种，有着不同的档次、不同的口味，能够满足不同层次消费者需求，有一整套的系列产品。

记者：面对激烈的市场竞争，作为重组后的新班子，你们是如何应对的？

苏全龙：攻坚克难，在发展中酿造品牌新活力，提升公司品牌的影响力，不断挖掘和演绎酒文化，加大对传统酿酒技艺的保护和创新。因此，新的领导班子适时提出了整合资源、全力打造中国品牌的战略构想，着重强调了通过抓好产品质量，始终把消费者的利益放在首位。

记者：据我们了解，公司重组后，采取了新的举措，请你谈一下这方面的工作？

苏全龙：成绩只能代表过去，在日趋激烈的市场竞争中，品牌价值彰显“影响力”。我们明确提出了“321”战略目标，即：抓好原料求新、工艺求严、销售求畅，全方位引入竞争机制，致力开发新产品三重点；发挥“老字号”、“中国市场用户满意品牌”两个优势；全力打造广寒宫品牌。其中，三个发展重点是基础，两个优势是条件，提升广寒宫品牌是最终目标。

责任铸就品牌

走进广寒宫酿酒有限公司，除了感觉到有一种典型的、浓重的老字号企业韵味外，格外醒目的就是挂在广寒宫酿酒有限公司办公楼上那幅“质量是企业的生命”的横标。当谈及公司的质量管理时，总经理苏全龙深有感触地说，现在许多企业都在谈“质量是企业的生命”这个话题，但我们谈“质量是企业的生命”的理念，靠的是责任。

记者：据我们了解，你们在企业管理中强化问责制，从而保证了产品质量。请你介绍下对责任的诠释。

苏全龙：“责任就是担当，就是付出，把份内应做的事做到位。责任意识，是“想干事”；责任能力，是“能干事”；责任行为，是“真干事”；责任制度，是“可干事”；责任成果，是“干成事”。”这是广寒宫酿酒有限公司对员工行为为的准则。

这个责任：一是对消费者的责任，就

是要为消费者的生命安全负责。因为白酒属食品范畴，不同于一般的消费品，我们向来把食品的安全问题当成头等大事来抓，所生产的每一批次的酒，都首先由专业人员品评，鉴定等级，经多道检验方可储存入库，以确保每批产品拥有统一的风格和过硬的质量。

第二，搞好食品安全也是传承老字号所赋予的责任。因广寒宫酿酒有限公司是老字号企业，在人们的心目中有着较高的地位和信任度，这是广寒宫酿酒有限公司有 54 年的酿酒历史留给莱芜人的宝贵财富，广寒宫酿酒有限公司有一百个理由把食品的安全问题作好，而没有百分之一的理由容许对产品质量的忽视，决不能让这一宝贵财富在广寒宫人的手中缩水、褪色。

实际工作中，我们重点抓好落实，加强源头管理，从强化职工教育入手，教育大家牢固树立责任意识，干事是担当的本分，抓班长带员工，坚持问责制。叫响各项生产销售指标，不是喊出来、叫来的，只有通过求真务实、真抓实干，才能创造出实实在在的业绩。对一个员工来说，不干事，无异于丢掉了立足之本，作为一个干部来说，干不成事，无异失去了担当的本分，干不成事、干不好事，就等于失去了成长和发展的支柱。

干事体现了一种责任，干成事体现了一种能力。执行力是担当的关键。教育每个职工要始终保持一种“等不起”的紧迫感，“慢不得”的危机感，“坐不住”的责任感，只为成功想办法，不为失败找理由。抓好事前问责提醒，事中问责督促，事后问责诫勉。牢记立标、赶标、达标、超标的对标管理。在精、细、准上下功夫。牢记发展的紧迫感，比着干，看谁的效能高。比生产看效益，牢固树立“效益第一”的思想，建立上下一致、稳定可靠的考核体系。完善考核制度，保持效益的考核力度，加大发展指标考核，增加任职贡献考核；比发展看市场，以市场的销售额度检验自身发展的速度，不断开拓新业务，探索新途经。

比管理看成本，有效地控制费用率，提高产出率。实施开源节流，增收节支各项措施，将费用最大限度向一线倾斜；对当月的生产销售情况，拿出发展好的经验，发展慢的原因，并拿出整改举措，褒奖先进者，鞭策落后者，批评空谈者，动真的，来实地，做到“有位者上，无者为让，乱为者罚”，真正让中层知道“没有效果，就有后果”。

结合落实《食品安全法》的内容，严格做好酿造自查，从生产和销售的各个环节进行自查梳理，找出不足，及时纠正，确保各项指标符合《食品安全法》及其他法律法规要求。为适应《食品安全法》的要求，质检部门在各个环节上做了大量工作，例如，从灌装车间到成品酒入库，保证每批产品的验证性，哪个环节出现质量问题就问责那个环节的责任人，视情处罚。

酿造之道

广寒宫品牌得到众口皆碑的好评，口碑是新品畅销的最佳途径。

记者：据了解，你们建立了集绿色环保、高效节能、科教实践、文化传播于一体的广寒宫生态园，请谈下这方面的工作。

苏全龙：“绿色品牌”是打开市场销售渠道，凸显的是种社会责任。值得一提的是，新的领导班子很早就认识到，企业要想赢得市场，应该肩负起对社会的责任。科学发展观的第一要义是发展，而企业的和谐发展是对建设和谐社会最好的回馈。

为此，我们利用企业重组的良好契机，开始了建立集绿色环保、高效节能、科教实践、文化传播于一体的广寒宫生态园，今年公司董事会变更后，全面承担了原公司的所有责任与义务，加大了投入，投资两千余万元储存了一万吨高粱，扩充了四条粮食酒生产线、新建四百余个窖池，使公司的窖池达到了八百余个，并投入数百万元从四川购买优质窖泥，对其中的四百多个窖龄在三十年以上的窖池进行了养护，确保公司所有的产品均为正宗优质粮食酒。同时更换了两条现代化的全



企业家小传

苏全龙，生于 1972 年，大专学历，1995 年毕业于天津理工学院，热能工程专业，1995 年 9 月进入山东广寒宫集团工作，先后担任广寒宫集团白酒厂热电车间副主任、办公室主任、灌装车间主任、白酒厂厂长助理、白酒厂副厂长等职。现任山东广寒宫酿酒有限公司党总支书记、总经理。

本人传承弘扬“求实、创新、诚信、进取”的企业理念，信守酒品如人品的经营宗旨，积极带领广寒宫酒业干部职工，以满足顾客需求为宗旨，以质量、规模、效益为工作重心，大力实施品牌战略，依托现代科技之优势，挖掘传统酿酒之精华，持之以恒地追求品质的卓越和完善，使公司不断实现阶段性的突破和飞跃发展，为经济发展创造财富。

自动灌装生产线，使的酒质从根本上得到了提升。

记者：你们是如何处理好产品质量与提升发展速度、扩大规模关系的？

苏全龙：在产品质量控制方面，我们坚持“重在落实，重在持之以恒，重在严格管理”的原则，在处理产品质量提升与降低成本的关系时，坚持“质量优先权”原则；在处理产品质量提升与发展速度、扩大规模的关系时，把好“质量优先权”的落实；在处理产品质量提升与履行社会责任的关系时，树立起“提升产品质量是履行社会责任”的思想，抓好“质量优先权”责任的考核验收。

记者：你们是如何保证产品质量的？

苏全龙：抓管理练内功，突出重点，打造全无忧的服务体系。为了保证产品质量，公司的科研人员付出了大量心血，建立了 ISO9001 标准质量管理体系，为进一步保证食品的安全和质量，又强化建立了 HACCP 管理体系：从原材料到成品出厂的整个过程进行质量检验分析，建立了关键控制点和纠偏改进措施。在确保产品质量的同时，我们本着“广寒宫人做事永远要让对方感动”的宗旨，力争让消费者买

得实惠、喝得舒心。

对发酵工艺的质量管理。发酵工艺中常规的控制指标是杂质、甲醇和杂醇油。杂质是原料中多余的成份；果壳中所含的果胶酶容易产生甲醇；原料中蛋白质含量过高则容易产生杂醇油。公司为了保证产品的质量，在进入发酵工艺之前，还要通过粉碎清蒸的工艺过程，首先把杂质和果壳去掉；然后通过确定合理的发酵温度和发酵时间把多余的蛋白质消耗掉，达到广寒宫酿制优质酒所要求的标准。

对勾调工艺的质量管理。广寒宫酿酒有限公司的盛原酒容器采用的是瓷器，有效地保证了原酒的长期存放；其勾调用水需经反渗透处理；在勾调之前首先对原酒逐坛品尝，确定合适的基酒，在勾调中充分利用各基酒的不同风格特点相互组合，充分彰显广寒宫酒的风格特色，确保了广寒宫酒的风味特点和优良品质。通过质量管理措施的不断落实，山东广寒宫酿酒有限公司从未发生过质量安全事故。

进料之关

一个好的品牌，要有质量过硬的原料

做保证。基础做实，才能平稳推进。重组启动后，他们把“质量是生命、质量是效益、质量是市场”的质量方针，贯串于生产的全过程，从原料的选购到产品销售，都由专人负责，保证品质，让消费者真正放心。

记者：保证产品质量具体有什么措施？

苏全龙：我们注重原料求新。东北是我国高粱的主产区，不但光照时间长，而且昼夜温差大，非常有利于高粱养分的积累。所以，在淀粉及各种养分的含量上毋庸置疑，这在业内已经得到了普遍的认同。但采收季节不对、水分含量、以及杂质含量过高都会对酒的品质造成影响。因此，广寒宫酿酒有限公司采用了严格收购、多次监测、达标入库、出库再检测等控制方法。保证了凡进入生产流程的原料都达到了工艺要求标准，公司派专职的原料采购人员，深入到东北高粮产地，对高粱优中选优，确保原料的上乘。

酿酒用水求天然。取自莱芜市莱城区茶业口镇所辖摩云山脚下，东经 117°42'00''，北纬 36°30'34''的天然矿泉水。经中国地质矿产部水文地质实验测试中心、地矿部岩矿测试技术研究所、中国预防医学科学院环境卫生监测所以及山东省有关四个实验检测部门对水质化验分析结果表明：该水达到 GB8537 标准，属含锶重碳酸硫酸钙镁型优质天然矿泉水。尽管如此，按广寒宫酿酒有限公司的工艺要求，在生产中每天还要对水质进行卫生、电导率等方面的化验和监测，用业内最先进的设备进行反渗透处理。使水质在达到卫生指标的基础上，还要使水中一些无机盐的含量以及电导率等指标也要达到酿酒的要求不惜路途遥远，每天从 80 公里外的莱芜北部深山茶叶口镇，天然矿泉水厂运进 50 吨富锶弱碱矿泉水，用于拌料、蒸酒、兑酒，确保水质优良，从根源上进一步提升了质量。

广寒宫为什么这么红

随着人民生活水平的不断提高、白酒市场的日趋成熟，多数消费者的购买习惯已经从随机购买转变为对某个品牌、对某种产品文化品位的选择。口碑好，客户的认可就大，必然促销，就能抢占市场制高点，提升公司效益。为此，公司积极采取措施，调动销售人员的积极性。

记者：为什么在消费者主导市场的今天，广寒宫产品走势能这么红？

苏全龙：随着人们生活水平的提高，品酒的口味也在提升，广寒宫酿造的产品正好适应了广大消费者的口味，这就为市场开拓奠定了良好基础。目前，我们在保障莱芜及周边地区的销售的同时，加大省外销售部的建设，积极与各大超市建立了良好的合作关系，在今年秋季产品订货答谢会上，来自北京、浙江的客户纷纷签订了购销合同。

记者：你们采取什么销售形式呢？

苏全龙：以业绩论英雄，从销售额看能力；采取零销售与批发同步的策略。广寒宫定位高档商务礼品酒具多，决定了它的营销模式。当今，营销已经不单纯是产品的销售，新品上市已经纳入整合营销的体系。广寒宫上市就是从以产品为中心的营销向以品牌为中心的营销转变。从实际情况来看，这样的决策是十分正确的，保证了新品呈增长趋势发展。

后记：

近年来，白酒业的发展可谓是险中求胜，胜中有险，虽然白酒一直在发展，白酒也一直在涨价，然而，山东广寒宫酿酒有限公司信守承诺，坚持把产品质量、保障消费安全、公正公平竞争作为企业的立足之本，坚持严谨的工作态度与务实求真的管理理念，认真履行社会责任，始终把消费者的利益放在首位，把质量安全牢记在心中，秉承“酒品如人品”的质量理念，做好人，酿好酒，以讲道德，守诚信，这是广寒宫品牌在竞争中迸发铿锵的法宝。