

梁明锋的酒业传奇

■ 本报记者 张建忠

贵州之酒业界，可谓人才辈出，群星闪耀，梁明锋自然是其中甚为璀璨的一颗。

梁明锋 1968 年出生于中国酒都仁怀，从小学习成绩优秀，初中毕业会考时成为仁怀市的状元，1989 年 7 月以优异的成绩毕业于天津轻工业学院（现天津科技大学）发酵工程专业，分配到茅台酒厂生产技术处工作。10 年茅台酒厂的实践，给他打下了坚实的酿酒基础。

大胆创业 在酿酒技术上走出一条新路

1998 年 8 月，梁明锋创办了贵州省仁怀市茅台镇国宝酒业有限公司，并出任董事长、总工程师。

2001 年 7 月，成功发明了“植物埋藏陈酿法”，又称“酒类绿色陈酿法”。这是梁明锋首创的一项专利。

它通过将贮酒容器埋入种有四季常青的植物的土壤中，使酒在负氧离子极为丰富的环境中贮存，加速了白酒的氧化反应，使酒质

白酒小百科 ▶

睡前饮酒 损胃伤肝

失眠是一种常见病症，有人认为，睡前饮酒可助入睡。医生认为，“饮酒助眠”实不可取，因为饮酒虽可暂时抑制大脑中枢系统活动，使人加快入睡，然而酒后引起的睡眠与正常生理性入睡完全不同，酒后入睡其大脑活动并未休息，甚至比不睡时还要活跃得多；所以人们酒后醒来常会出现头昏、脑胀、头痛等不适症状。

经常夜饮入睡的人，可能导致酒精中毒性精神病，神经炎及肝脏疾病。专家认为，人体生理节律要顺应昼夜阴阳之变化，方能不病。白天属阳、夜间属阴，而酒性属阳，性温热。夜主静，人入睡时，以静为主，不仅要外静，且内也要静，夜间饮酒必然扰阳，阳动则阴不安，从而会导致人体气血紊乱，五脏六腑之阴阳失衡。

睡前饮酒还易致“胃不和”，所谓“胃不和则夜不安”，这不仅影响胃肠消化功能，还必然影响睡眠质量，使人休息不好，致使精神不振，久而久之对人体会造成诸多危害。

酒中含有许多有害物质，如甲醇、杂醇油、铅等，这些物质进入人体后，要靠肝脏的解毒功能，才能排出体外。白天人体新陈代谢较旺盛，酒中毒素相对容易被排泄（如从汗液和尿中排出），但夜晚饮酒入睡后，人体新陈代谢减慢，肝脏的解毒功能也相应减弱，有害物质积蓄在肝脏，对健康极为不利。故失眠者切莫饮酒助眠，而应对症施治；健康人在夜间入睡前，也切莫贪杯。

（闻酒知香网）

酒文化 ▶

生活中有酒，电影艺术反映生活必定涉及到酒。中国电影从 1905 年诞生起，酒便与之如影随形，并呈现出鲜明的阶段性特点。

第一阶段，从 1905 年到民族电影辉煌的上世纪三四十年代，这是中国电影的起步时期。开始为戏曲纪录片，历经家庭幽默片，发展到社会电影。我国的电影创作以其思想内涵与民族特色，成为世界电影的重要脉系。

酒在这一时期，先是作为生活“伴侣”出现在餐桌上，后又介入人的日常交往中，酒也从血缘亲情、接风壮行等等社会常态里形成艺术趣味，给年轻的中国影片增加了或温馨、或欣喜、或幽默、或愁苦、或悲愤等等有滋有味的回忆。至今完整保存在中国电影资料馆里的影片《劳工之爱情》，是这样借酒表现人的：年轻木匠想要老中医的女儿为妻，老中医不同意，并拒见木匠。小伙子就动脑筋巧设机关布下“陷阱”，让酒馆里的酒徒在酒后迷迷糊糊地摔得腿伤腰疼，纷纷去老中医处看病。中医生下一子生意兴隆，大赚其钱。木匠乘机频繁接近老中医的女儿，最终喜结良缘。酒在影片中，既是酒徒的“身份证”，又是木匠的“通行证”——借此捉弄酒徒向老中医献殷勤，以达到娶其女儿之目的。

酒在这里既是艺术的，又是生活的。

第二阶段，中国电影成熟期，指三十年代党领导的以“左翼电影运动”为主潮的中国电影。从《大路》到《万家灯火》，从《渔光曲》到《一江春水向东流》等等，都紧扣时代脉搏，关注社会问题，反映民族精神，关心祖国命运。在这些影片里，酒被赋予了丰富的社会内涵。杜甫诗中的名句“朱门酒肉臭，路有冻死骨”，在我国电影成熟期得到了具体而生动的再现。典型的例子是《一江春水向



更加绵柔、细腻，质量大幅提高。酒界专家对“植物埋藏陈酿法”给予了高度评价。“植物埋藏陈酿法”至今仍是国内独一无二的绿色陈酿方法。

非同凡响 在科学发明领域创出奇迹

2002 年 7 月 15 日，香港国际专利评估

交易事务所依照国际惯例和遵循独立、公正、客观、科学的原则，对“植物埋藏法”的专利无形资产运用收益价值进行评估，“植物埋藏法”价值人民币 1.3501 亿元。

“植物埋藏法”被日内瓦国际专利技术博览会授予金质奖章这一科学发明领域的最高荣誉。因为对中国酿酒业的杰出贡献，梁明锋被接收为日内瓦全球发明家公会会员，英国实用技术开发研究所高级研究员。

蓄势待发 洞藏青酒

■ 本报记者 樊瑛

“喝杯青酒，交个朋友”，这一成功的广告语，让青酒风靡大江南北，深受消费者喜爱。在近年来酱香大热的市场现状下，青酒集团及时推出新品“洞藏青酒 18 年”，其酱酒腰部黄金价位，更是紧锁住了消费者和经销商的目光。

走入青酒 体验洞藏文化

近年来，青酒集团在品牌宣传方面，采取的是体验式洞藏文化营销，与经销商一起建立洞藏模式的专卖店，其中融入了浓郁的贵州少数民族文化。为了使这种营销落地，他们加快了洞藏青酒的研究和开发。

据了解，青酒集团斥巨资建成了中国最大的洞藏基地，2 万余平方米的原生态溶洞拥有 1 万余千升的储酒能力，其窖酒洞库规模为当今中国白酒业之最。

攻坚克难 呈现良好发展态势

2012 年，青酒集团积极响应省委、省政府实施“工业强省”战略和“做大、做强白酒产业”的号召，抢抓机遇，攻坚克难，大力实施项目建设，扩大产能，集团整体经营状况呈现出“投资增加、产能扩大、实力增强”的良好局面。

2012 年 1-11 月份，青酒集团销售青酒系列产品 17000 多吨，同比增长 5%，销售回款 5 亿多元，同比增长 8.2%，上缴税金 1.2 亿元，同比增长 26%。



厚积薄发 企业进入发展快车道

青酒集团董事长、总经理文义长向记者介绍说：“目前青酒从生产销售情况看，主业白酒产、销稳定增长，发展总体形势看好。”

根据省、州、县的“十二五”发展部署，青酒提出 2015 年白酒产量力争实现“5308”发展目标：即年产量 5 万吨，年产值 30 亿元以上，年税收达到 8 亿元，白酒主业进入全国 20 强。公司目前具备年产 1 万吨中级白酒规模，集团公

2002 年 8 月 30 日梁明锋出席了在人民大会堂召开的中国科技界最高、最有影响力的“首届中国科学家论坛”盛会。

2002 年 4 月，贵州茅台镇国宝酒业有限公司的一瓶老酒在广州拍卖了 89 万的天价，在当时的白酒界引起了强烈的反响。

2004 年 8 月 18 日，国家知识产权局授予其发明专利证书。从 1998 年起，梁明锋获得十多项专利证书。

科技进步使企业效益倍增，2011 年，国宝酒业产酒 2447 吨，实现销售收入 2.17 亿元，实现利润 2821 万元，净利润达 20%。

在梁明锋的带领下，企业现已成为集白酒专业生产、销售、服务、管理为一体的股份制企业，是仁怀市三大明星企业、遵义市五强白酒企业之一。

走上富裕路 大力承担社会责任

2005 年 11 月，梁明锋顺利获得国家高级品酒师资格。并相继担任贵州省政协委员、省管专家、贵州省白酒评酒委

员会委员、民进省委委员等。

走上富裕路后，梁明锋没有忘记社会，十几年来累计上缴利税 3567 万元，他用浓浓热情默默地为社会奉献着自己的爱心。梁明锋说，自己儿时，家庭贫寒，为了上学，吃了很多苦。少时父亲最能“威胁”的话，就是不准我上学。我也最怕他说这个话。我如今企业有这个样子，首先怕他说的就是能多帮助一些孩子学，并帮助农民就业。

他先后解决当地 400 余人的就业问题，为了提高大学生的研究实践能力，他每年邀请酿造专业的学生免费在自己的企业进行科研和实践锻炼。

他多次救助贫困家庭的孩子，帮助学生，他从来不统计；他还于 2004 年参与捐资修建了渭县华夏英才希望小学。他希望学子们都能接受良好的教育，能学成报效国家。

茅台白金酒入驻酒仙网 2013 年酒类网购 预计突破 60 亿

2012 年，对于白酒行业来讲可以说是平常的一年，在诸多不利因素下，创新营销以及与电商的合作成为白酒企业谋求发展的新的展露举措。近日，酒仙网与贵州茅台集团旗下白金酒品牌签署战略合作协议，并授权酒仙网为独家网络销售平台。对此，业内分析师表示，茅台白金酒此次发力网购填补了其线上销售的空白，同时建立起线上线下“双驱动”营销体系。

白金酒挺进网购市场

据介绍，此次合作完成后，茅台白金酒将推出酒仙网专属产品进行销售，在蛇年春节档期以白金养生酒和干红葡萄酒为切入。

对此，茅台白金酒 CEO 陈宁表示，此次白金酒“入网”瞄准的是礼品酒市场和年轻群体，热衷于网购的“80 后”、“85 后”已逐渐成为主流消费群体，他们也正在慢慢地融入酒水消费群，随着他们在事业、家庭生活中角色的变化，对白酒、健康养生酒等传统酒水的需求量也逐步扩大，正在成为白金酒新的购买主力。

酒仙网董事长郝鸿峰则表示，茅台白金酒选择酒仙网作为线上独家代理，说明茅台白金酒对酒仙网电子商务平台的高度认可，白金酒进驻也将对酒仙网的产品线的扩展，尤其是礼品酒产品线的丰富起到重要作用，双方将共同推进白金酒在网购市场的发

展。酒仙网已经上线多款白金酒系列酒品，消费者可通过酒仙网及其合作平台等官方指定的线上销售渠道进行购买。

对于此次合作，不少酒行业内人士也纷纷看好，“以茅台为首的国内传统酒企正在加速向电子商务领域进军的进程，而以白金酒为代表的高端酒品牌力图通过酒仙网这样他山之石图谋前景更广阔的网购市场，这对传统酒行业释放出的是一个积极信号，而这种明智的做法将可能得到双赢的结果。”

酒类电商成酒企“新宠”

在业内人士看来，此次茅台白金酒杀入网购市场，与酒类产品网购交易量的爆棚不无关系。数据显示，仅 2012 年双十一期间，酒品在线交易金额就突破 2 亿元大关。这也吸引大量酒企纷纷进入网购市场。来自酒仙网的数据显示，在其“共赢 100”战略的推动下，包括茅台、五粮液、郎酒、国窖、汾酒等知名酒厂在内的 100 多家国内传统白酒企业都与其建成长期战略合作伙伴关系，借道电商平台染指网购，意图在迅速膨胀的网购市场分一杯羹。

电子商务观察员鲁振旺表示，2012 年对于酒类网购市场是爆发之年，经过近年的市场培育，酒类网购市场已经形成一定的气候，2012 年双十一的巨大销售额已经展示了网购市场的巨大潜力，而这一点也已经得到了资本市场的认可，预计 2013 年酒类网购市场将更加繁荣。

而据中国电子商务研究中心数据显示，2011 年酒类网购市场交易规模不到 20 亿元，而 2012 年其交易规模则出现明显的大幅增长，预计年底将达到 38 亿元，到 2013 年则可能突破 60 亿。酒行业内甚至有观点称，未来 10 年内 B2C 将占据传统酒类行业 50% 左右的市场份额。

“酒类网购市场繁荣创造了足够机会，当前局面下，传统酒企触电并非难事，关键在于如何更好地融入电子商务模式中，这对高端酒行业尤其是个挑战。目前看来，类似茅台白金酒这样的双驱动模式更有前景。既能在线下通过庞大的连锁体系继续巩固传统市场，又能借助酒仙网这种成熟电商平台进军线上市，进而实现两条战线通吃双赢的结果。”酒行业内人士分析。

（证券之