

成都蜀之源酒业系列报道之一：

创建技术中心 蓄积竞争能量

■ 本报记者 李国政 胥平 通讯员 赵小林

当下，中国白酒产业正在经历的品质回归和价值回归再次向世人表明：经营者在生产经营过程中，不但要守住法律和道德的底线，还必须高度重视科技这个“第一生产力”。

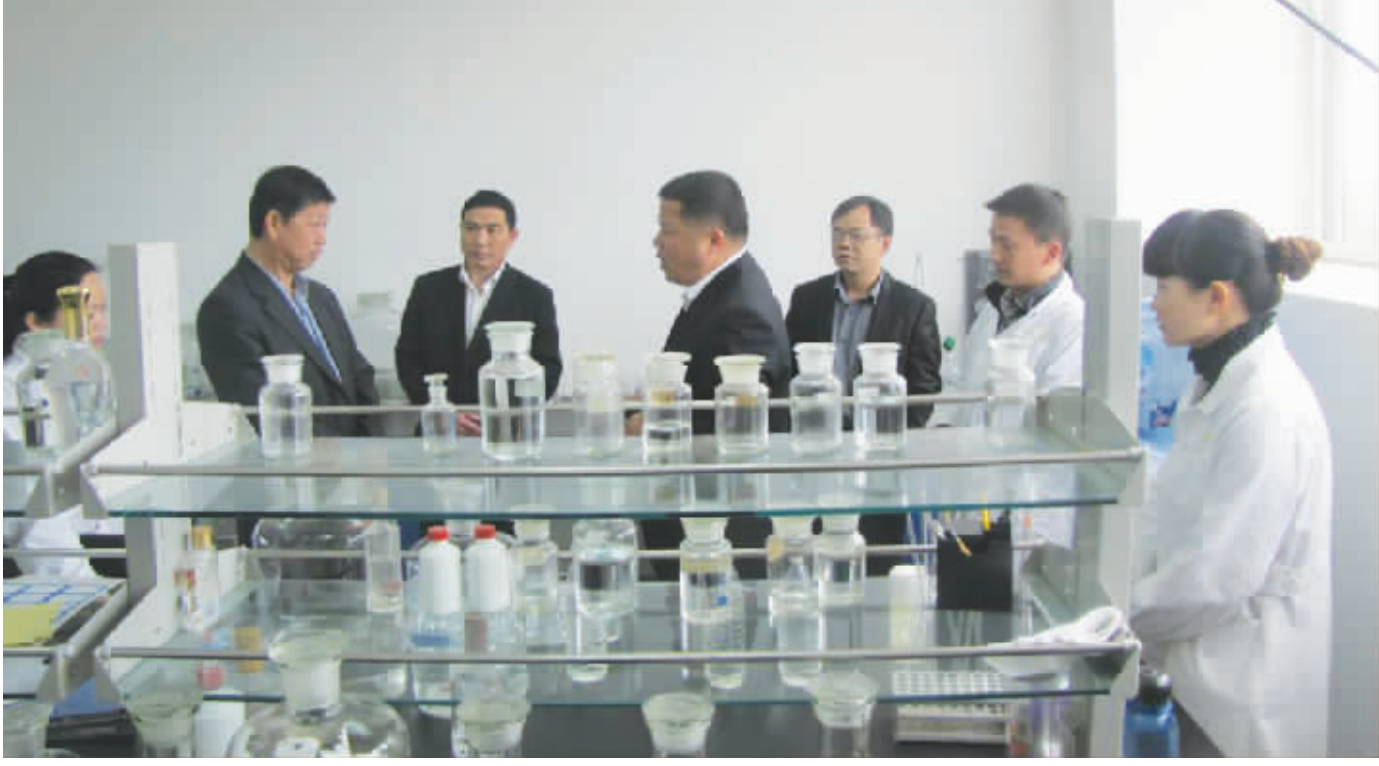
以尚红光为首的蜀之源酒业有限公司领导班子就非常重视这个“第一生产力”。他们认为，要实现企业经营转型和跨越式发展，就必须赶紧创建企业技术中心，打造竞争硬实力。

2006年，蜀之源开始创建企业技术中心，2012年又对技术中心进行扩建，投资400多万元购置各种检测设备，建成了市级企业技术中心（已经通过验收），并已经申报省级企业技术中心。

该中心先后引进各种专业人才共计39名，其中产品研发人员6名、产品检测及分析研究人员8名、质量管理工程师3名、信息化建设方案设计及实施技术员2名和高端专业型人才4名。该中心现有专业技术人员共计53名，其中国家级专家1名，国家级评委1名，省级评委5名。根据规划，该中心专业技术人员将增至56人。同时，在产品配方研究方面，公司将从现有的研究人员中筛选5名优秀人员组成专门的配方研究小组，完善企业现有的研发组织结构，提升企业技术中心的研发能力。

蜀之源酒业决策层深知，人才的成功引进还只是“万里长征走完了第一步”，因为人是生产要素中最活跃的因素，是最具能动性的高级动物，所以调动技术中心科技人员的积极性，使其最大限度地发挥能动性才是最重要的。

据蜀之源酒业人力资源部负责人介绍，为了调动研发人员积极性，鼓励科研人员在



科技研发中多做贡献，技术中心建立了多种激励机制。

一、升级机制：技术中心对研究人员的职位分为9个等级，每个等级又分为若干个小等级，技术中心每半年对与员工等级评定一次，主要是依据员工平时的工作表现及突出贡献由职称级别评委决定是否提升和升多少级。

二、奖励机制：技术中心设有科技创新项目奖励，对获得专利、通过科技成果技术鉴定、获得科技进步奖等进行奖励。公司还设立了特别贡献奖，每年从部门选出1-2名对公

司有重大贡献的员工，企业为这些员工提供一定比例的住房或购车的付款。除了物质奖励，公司还设有精神奖励。技术中心设有优秀团队奖励，每个季度对本部门进行评定，获得优秀团队的员工将获得荣誉称号，荣誉称号与物质奖励挂钩。

这些机制已经发挥作用，2009年，蜀之源酒业获得“四川省浓香型大曲酒标准化生产示范企业”称号；2010年，被评为“2009年度四川省白酒制造业二十佳成长型企业”；“蜀之源”已成为四川省著名商标，“蜀之源”系列产品被评为四川省名牌产品。企业产能和研发水

平也有了很大提升。蜀之源酒业现有发酵窖池2800多口，同时具备浓香型、酱香型、清香型和芝麻香型原酒的生产能力，年产各型原酒8000多吨，储存能力达25000多吨。

总经理尚红光认为企业是否具备创新技术往往对其发展有着决定性作用。技术创新要求实现的是产品的功能性、独特性以及超越行业平均水平的尖端性。这种优势技术，会为企业带来超过普通企业的客户关注度以及市场的广泛认可度。我们创建蜀之源酒业技术中心，就是为了形成这种优势技术，蓄积竞争能量，做鲲鹏，乘雄风展翅九万里。

茶叶市场乱象纷纷 5万元普洱茶饼真假难辨

近些年，从专业茶友圈到普通消费者市场，频频曝出以假乱真、以次充好等乱象，却鲜见权威的鉴定与查处。那么，茶叶真假究竟谁说了算？市场乱象究竟谁来管？

5万元的普洱茶，真假扑朔迷离

今年6月中旬，某茶叶资讯网站从广州八八青茶叶有限公司花5万元购买了一饼知名茶人陈国义签名版的“88青饼”普洱老茶，重约323克，准备分拆后在2013年北京国际茶叶展上作为奖品赠送给茶友。

主持“开饼仪式”的是北京一家茶楼的经营者、资深茶友高剑飞。活动之后，他与多位业内人士品鉴认为该“88青饼”为仿品，并在微博上发布了这一消息，很快引来众多茶友关注。

“88青饼”是云南勐海茶厂于1988年至1992年间生产的7542普洱青饼的统称，具有一定的收藏和投资价值。陈国义是“88青饼”的命名者和推广者，也是广州八八青茶叶有限公司的股东和发起人之一。

购入茶饼的茶叶网站在官网发表公开信，称“来源和渠道皆系正规无误”。网站总经



理张阳却告诉记者：“其实现在我们也无法确定这片老茶的真假，还在等陈国义的回复。按理说，从命名者手里最不应该买到假茶，没想到却受到这么多质疑。”

售出方陈国义香港工作室相关人士则表示，此次所售茶叶不可能为仿冒。

茶叶究竟是真是假？张阳表示，“事情至今，这片茶的真假已经不重要了。但是我们希望搞清楚，茶叶鉴定到底有没有规则，还是仅凭专家的几张嘴。”

“山寨”名茶、以次充好乱象频出

如果专门做茶叶的网站都无法识别仿冒茶，这么多专家都搞不清一饼茶的真假，普通消费者又怎么能买到放心茶？

中国茶叶流通协会常务副会长王庆说，近年来，市场上天价茶、山寨茶、以次充好、以旧掺新等乱象频现。同时，由于缺乏权威的行业专家与严格的认证标准，消费者维权难。

以信阳毛尖为例，当地茶叶交易市场所售信阳毛尖不少来自四川、湖北等地。一位茶商说，四川的茶叶要比信阳茶叶早熟一个多月，并且价格每斤比信阳毛尖低100多元，在本地茶上市前，很多人会赶到四川大量收购鲜叶，然后用信阳毛尖的工艺炒制售卖。

这位茶商告诉记者，“许多茶叶店会先让消费者品茶后再选购茶叶，品茶时经销商就能看出消费者究竟懂不懂。一旦不懂，就可以拿出价格相对便宜的外地茶以信阳毛尖的价格卖出。”

茶叶行业散小脆弱 评判标准难统一

据记者了解，目前国内茶叶行业并没有可以对茶叶真假、价值进行权威判定的专家，也缺乏统一的认定标准。

“中国的茶圈2005年才开始成形，还没有权威专家，鉴定无法达成共识也很正常。”高剑飞说，专业鉴定尚且如此，市场上以次充好、以旧掺新的现象就更难查处了。

在王庆看来，茶叶市场乱象的根源在于中国茶产业“散小脆弱”的特点。“中国有21个省900多个县产茶，茶企规模小，散户多，行业标准乱、品牌乱、价格乱，全行业发展能力弱、赢利能力弱。”

小茶企为了生存难免以次充好、以旧掺新。另一方面，混乱的行业标准让消费者难以判断茶叶是否质价相符，这又加重了经销商的投机心理，使茶价更加扑朔迷离。

业内人士普遍认为，受制于中国茶叶种类繁多加其鲜明的地理特征，很难建立统一的评判标准。

王庆、高剑飞等人认为，根本的解决之道在于提高茶产业的集中度，建立标准化的工业模式，打造有影响力的茶叶品牌，通过大企业来整合市场、规范标准、统一定价，让消费者以品牌选茶。

（李亚楠）

内蒙古奶酒业连续几年被曝造假泛滥

八成用奶油香精勾兑

曾经，“假奶酒泛滥，八成产品用奶精勾兑”、“持证企业勾兑奶酒”……2012年，内蒙古奶酒行业在被连续曝光后元气大伤，跌入低谷。

一年后，中国质量万里行记者在呼和浩特、包头调查发现，由于市场低迷，除部分龙头企业仍开工生产外，一批持证的中小企业或进入订单生产模式，或干脆停止生产，整体进入“疗伤期”。但市场上仍有一部分勾兑奶酒存在，有的是前几年的“存货”，有些则是刚刚生产出来的。

市场上仍有部分勾兑奶酒

传统意义上的奶酒是蒙古族牧民用古老的家庭作坊式生产工艺，将马奶或牛奶发酵制作而成。资料记载，奶酒也是我国最早的酒种之一，已有2000多年的历史。不过，伴随着奶酒的现代产业化进程，奶酒的生产材料和工艺已发生了更适合规模化生产的变化。

奶酒行业资深技术人员王军(化名)告诉中国质量万里行记者，现在奶酒的主要原料是牛奶和乳清。据《奶酒国家标准GB/T23546》，奶酒是“以动物乳、乳清或乳清粉等为主要原料，经发酵等工艺酿制而称的饮料酒”。

按此标准，奶酒只有发酵型奶酒与蒸馏型奶酒两种奶酒类型，且生产原料必须采用乳或乳清，经过微生物发酵后，再进行加工制作所得的产品才能称为真正的奶酒。

王军透露，发酵型奶酒一斤的成本不低于40元。按照国标规定的工艺，15斤鲜奶为原料发酵才能生产出1斤奶酒，15斤鲜奶按当前市价在30元左右；如果是从市场上购买乳清，按当前约2万吨的价格计算，生产1斤奶酒的乳清成本约为20元左右，外加设备折旧、人力成本，1斤发酵型奶酒的出厂价怎么也得40或50元。

“蒸馏型奶酒的价格则更高，”王军告诉记者，发酵完的奶酒酒精度只有十几度，而蒸馏型奶酒是在发酵的基础上再进行1-3次蒸馏，酒精度越高，蒸馏的次数越多，且蒸馏过程中营养损失较大，这就使得同体积的蒸馏型奶酒的成本高于发酵型奶酒，且度数越高，成本越高。1斤38度的蒸馏型奶酒成本至少也得80元左右。

但据此前媒体曝光，一些中小酒厂们普遍违反了国标中所规定的工艺，而直接使用食用酒精、白酒基酒(或不加入白酒基酒)为主要原料，添加奶油香精等勾兑调制成奶酒，制作简单、速度快，成本低廉，成本最高的也不到10元/斤。

“市场价只有十几元到三四十元”

记者了解到，2011年、2012年内蒙古质监部门曾分别对奶酒市场进行清理整顿，并进行过打击伪劣奶酒的专项行动。“一批所谓的奶酒‘品牌’就此销声匿迹。”

不过，6月记者在呼和浩特、包头等地市场调查发现，从十几元一斤到几十元一斤的

勾兑奶酒仍然存在。

记者走访发现，在当地一些大型超市，主打的大都是内蒙河套酒业百吉纳奶酒和包头的龙驹奶酒等龙头企业生产的发酵型奶酒与蒸馏型奶酒，前者价格大都在100元左右，而后的价位在300元左右。

但这些超市、商场也有少量的“低端奶酒”存在。记者看到的一款标称2013年生产的、配料为“鲜牛奶、乳清液”的38°乳香型“牛奶蒸馏酒”，价格只有14元（一斤装）。

“这个价位，可以确定是勾兑酒”

记者调查发现，在一些主要面对游客的“内蒙古”特产店，大都陈列着马蹄型、弯把型、马头型和元宝型等富有鲜明民族风情的皮囊包装奶酒，其中绝大部分都是38°左右的“蒸馏型奶酒”，不过价格基本在50元以内。“这些针对游客的奶酒虽然价格略高一些，但应该也都是勾兑酒。”王军分析，“实际是和14元款的奶酒差不多的东西，不过前者主要面向本地，后者面向游客。”

不过，记者注意到，这些奶酒的生产日期大都在2012年以前。而按照这些奶酒标称的地址，记者上门查看的结果是，一些已经关门大吉，一些只有值班人员，“有订单才开工，七八十元一件，一件6瓶。”

特色产业亟需科学规划与资金扶持

对于不符合规定的“三无”产品，特别是

“连续几年被曝光假奶酒泛滥，奶精勾兑奶酒后，内蒙古奶酒行业已元气大伤，跌入低谷。”王军告诉记者，“没办法，这就是野蛮生长付出的代价。”

记者了解到，在内蒙古，有奶酒生产资质的正规企业约20家，但目前正在生产的只有几家龙头企业，而且也是苦苦支撑。一些曾经的奶酒品牌如“一代天骄”、“乳香飘”、“元朝”等，或者销声匿迹，或者负债经营。

此前，这些企业的产能一度满足不了市场的需求。

王军告诉记者，真正的奶酒有“中华XO”之称，富含氨基酸、维生素、钙、锌等人体必需的各种微量元素，且可以像红酒那样加冰、可乐、雪碧和果汁，任意调配为多款鸡尾酒，颇受市场追捧。但大约2003年以后，原先70或80元/瓶出厂价的发酵型奶酒厂商们突然发现，他们的奶酒“卖不动了”，因为几乎一夜之间满城都是奶酒，且价格远远低于他们的成本价，“奶酒的价格渐渐乱了。”

从2003年到2009年，内蒙古一哄而上冒出数量惊人的大大小小的奶酒“生产线”，这些生产线上出来的奶酒，很多是“不合格产品”，“不但堵住了市场的缺口，也堵住了规范企业的生路。真正用奶酒生产工艺生产的企业一度极少，市场上充斥的假酒，反而把真酒淹没了。”王军叹息。

监管部门对此苦无良策

对于不符合规定的“三无”产品，特别是

茶文化

物超所值 喝茶应喝谷雨茶

谷雨是“雨生百谷”的意思，每年4月20日或21日太阳到达黄经30°时为谷雨。《月令七十二候集解》中说，“三月中，自雨水后，土膏脉动，今又雨其谷于水也……盖谷以此时播种，自下而上也”，故此得名。

民间流传着“谷雨过三天，园里看牡丹”和“芍药打头，牡丹修脚”的说法，还有一个凄婉的传说。相传，唐高宗年间，一个名叫谷雨的青年与牡丹仙女相爱，牡丹仙女约定“待到明年四月八，奴到谷门去安家。”后来，牡丹花仙的仇人秃鹰得了重病，逼迫牡丹姐妹为其酿造花蕊丹药医病。牡丹姐妹不愿取自己身上的血，酿下丹酒供恶贼饮用，于是被秃鹰抓走关押，谷雨历尽艰险，在自己华诞那天，终于闯入魔洞战胜秃鹰，救出了众花仙。当大家准备回家时，尚未咽气的秃鹰一支暗箭射中了谷雨。从此，每逢谷雨季节，牡丹就率百花开放，表示她们对谷雨的怀念。

明代许次纾在《茶疏》中谈到采茶季节时说“清明太早，立夏太迟，谷雨前后，其时适中。”朱权在《茶谱》中从品茶、品水、煎汤、点茶四项谈饮茶方法，认为品茶应品谷雨茶。有诗云：“诗写梅花月，茶煎谷雨春”。谷雨茶，是谷雨季节采制的春茶，又叫二春茶。春季温度适中，雨量充沛，加上茶树经半年冬季的养精蓄锐，使得春梢芽叶肥硕，色泽翠绿，叶质柔软，富含多种维生素和氨基酸，使春茶滋味鲜活，香气怡人。谷雨茶除了嫩芽外，还有一芽一嫩叶的或一芽两嫩叶的；一芽一嫩叶的茶叶泡在水里像张开的旌旗的古代的枪，被称为旗枪；一芽两嫩叶则被形象地称为雀舌；与清明茶同为一一年之中的佳品。

茶农们说，真正的谷雨茶就是谷雨这天采的鲜茶叶做的干茶才算是真正的谷雨茶，而且要上午采。茶农们那天上午采摘来做好的茶都是留起来自己喝或用作来招待客人。问其何故？茶农会郑重其事对你说，谷雨那天采制的茶，喝了对人身体特别好，通全身不畅之气，有病治病，无病防病。《神农本草》载：“久服安心益气……轻身不老”。看来，茶农们也不是毫无根据。

精明的茶商认为喝茶应喝谷雨茶，其理由有二：一是谷雨茶得益气温，发育充分，叶肥汁满，汤浓味厚，远比明前茶耐泡；二是价格实惠，物超所值。一般情况下，清明节一过，绿茶一天一个价，等到谷雨前后一个星期，就降到了消费者的心理价位，老茶客们往往瞅准了，挑些质优价好的谷雨茶藏了悠着喝。

中国茶叶学会等有关部门曾倡议将每年农历“谷雨”这一天作为“全民饮茶日”，并举行各种与茶有关的活动。看来此倡议是有群众基础的。

（编者据河南看茶网改写）



没有奶酒生产许可证的产品，质监部门相对容易查处。但在专项检查时大多数奶酒企业往往处于停产状态，专项检查风头一过，他们又开始组织生产；对于那些有资质企业生产的产品，质监部门主要是检查标志、标识是否符合相关规定，如根据国标，标注发酵型或蒸馏型奶酒的酒精度分别不能高于18度、42度。但鲜有企业犯这种低级错误。

工商部门似乎同样有难言的苦衷。记者了解到，奶酒抽一次样的费用最低600元，而一些工商局一年相关经费仅50万元，其中涉及食品领域的抽检种类繁多，预算不足，奶酒的委托抽检难有效率。而且，委托抽检主要是检测酒精度是否符合规定，难以起到实质作用。

这种情况下，假奶酒的低价倾销和无序市场流动，直接导致正规奶酒经营困难甚至不得不停产。为了突破这一困境，部分龙头企业被迫推动了奶酒国标的出台。但“国标仍管不住勾兑酒”，最终使得内蒙古奶酒在全国的声誉遭到重创。

“最近10年，伴随旅游业的发达，内蒙古奶酒行业发展迅速”，王军表示，“这本是一个黄金十年，可惜被野蛮生长搞坏了。”

专家指出，奶酒业作为内蒙古的特色产业，原本可以成为当地的重要经济增长点，但因为缺乏科学的生产规划和专项扶持资金，导致市场混乱，整个产业集群受伤。相关部门还是应该在这两方面下足功夫，重建奶酒信誉。

（中国质量万里行）