

12 白酒金三角 Liquor Golden Triangle

打造中国白酒的世界标准



中国政法大学商学院院长、教授 孙选中

2013年,在白酒行业经历转型之殇的时候,“中国文化名酒复兴”的议题受到了行业的极大重视,之所以如此,主要是它对行业形势的发展做出了准确的研判——文化、名酒、复兴等核心词汇代替浮夸的名词,在行业上下形成一致的认可。在转型期里,我们有时间去突破壁垒,寻找它的明天。从整个白酒行业的发展历史来看,依靠文化突破壁垒,有其必然性。从本质上讲,这与白酒附着的物质基础和文化底蕴有关——白酒与时代、社会的发展一脉相承。同时,白酒与社会文化一同成为公众所认同的价值主张,美酒所代表的美好生活方式和消费者所欣赏的品位、趣味密切相关。如果说文化创新是白酒行业持续发展的必然选择,那么,在打造文化创新的首要方向上,我认为,规则建设是最重要的。

一、中国白酒业所处的三个形势

当下,中国白酒目前所处的形势比较复杂,可分为三个层面。

第一层面,国际化带来了竞争压力和发展挑战。

中国在全球经济格局中扮演的角色越来越重要,中国文化受到世界上很多国家和民族的关注。作为中国文化的优秀传承,中国白酒理应在国际市场占据一席之地,但现实并不容乐观,中国白酒目前在海外市场的销售规模极其有限,而且以海外华人为主要消费群体,而国内市场上,进口酒大量涌入,相比于进口酒品牌,传统白酒已经无法满足新世代消费需求。基于在国内市场和国际市场生存与发展,白酒行业需要有核心竞争力,但它来自哪里呢?我相信,产品、质量、品牌、文化底蕴,都不可或缺。但有一点同样不容忽视,即掌握国际竞争的规则。中国白酒不乏优秀的品牌,然而却迟迟无法转化为真正的国际竞争力,其根源在于我们缺乏规则的话语权。国际市场上最具竞争力的衡量是什么呢?是掌握国际竞争的规则。如果我们没有掌握规则,甚至未能与国际规则标准充分接轨,即便是再好的产品与品牌,也可能在一夜之间垮掉。道理很简单,市场规则的制定者是竞争对手,等于去对方的世界里探险,那我们凭什么去赢得竞争的主动权呢?

白酒泰斗沈怡方首次揭秘诗仙太白参评第五届全国评酒会

《华夏酒报》记者 许坤

为纪念诗仙太白在1988年第五届全国评酒会上被评为国家优质酒,去年11月,重庆诗仙太白酒业(集团)有限公司在万州举办了诗仙太白“盛世封坛酒,天成洞藏香——盛世唐朝·国优1988封坛洞藏定制酒专家品鉴会”。中国白酒泰斗沈怡方在品尝该酒后表示:“这是一款具有国家水平的特优白酒,仍有着1988年那时的味道。”

作为1988年第五届全国评酒会专家组组长,沈老在品鉴会上首次对外揭秘了25年前第五届全国评酒会的评选过程,并对当年诗仙太白酒的参评经历进行了回顾,认为“四个不简单”成就了诗仙太白酒的国优殊荣。

1.2分,决定是否国优

据沈老回忆,在此届评酒会之前,国家轻工部于1988年9月组织商业部、国家技术监督局、中国食品工业协会等单位,在辽宁省朝阳市召开了“酒类国家标准审定会”,通过了“浓香型白酒”等六个国家标准。这六个国家标准成为第五届评酒会的评选依据。

对于具体的评选方法,沈老表示,“对上届国家名、优白酒,采用了复查的方法,对本产品的降度酒及低度酒纵向和横向对比,质量优良者予以确认为系列酒,质量不理想的则进一步参与同类型新参评酒样的品评。对新参评的酒样,视数量多少,需经初赛、复赛、半决赛、决赛等赛程。参赛酒样按照集体研究制定的编组原则进行编组。评委也分为四组。每一轮次的品评都设置了明码的标准酒作为评分的参数。在统计评分时每个

所以,中国白酒要成功应对国际化的竞争压力和发展挑战,必须要解决规则问题。我们不仅要让国际消费者认同中国白酒的品质与风味,还要加快推动白酒标准与国际标准的接轨,要成功打造中国白酒的世界标准。

第二层面,是要正确对待外部环境的变化,把握时机,提升行业综合实力。

自2012年下半年以来,白酒行业屡屡遭遇突发性事件,引起公众对白酒行业、白酒品牌、白酒产品的广泛质疑,使广大白酒企业经营发展背负了极大压力。这些黑天鹅事件的背后,都暴露出白酒行业在规范化管理方面还存在明显不足,相关政策体系有待完善,及有关标准法规严重缺失。酒行业不能在每次遭遇意外风波之后才去应对。事实上,标准不足才是这类行业性危机事件的根源所在,其危险性超过了经营风险和商业风险。因经营和商业方面的风险,我们可以通过自身约束来尽量规避,而标准不足,往往导致企业在毫不知情、毫无准备的情况下马失前蹄。

没有标准,所以无从防范,危机事件随时随地有可能发生,白酒行业的生存发展环境就无法得到有效改善。相关标准不足,就没有足够的依据去向公众澄清问题,即便做一些解释说明,也很可能被误解,反而招致更大的质疑。白酒行业必须建立完善相关标准,用标准说话,用标准保护企业乃至整个行业。

第三个层面,是通过转变方式和自我创新,引导行业走出困境,持续发展。

现在全社会提倡勤俭节约,这是理性消费的表现,同时政府出台了八项规定等,这些

因素短期内对白酒市场造成了一定冲击,但长远来看却有益于行业的成熟壮大,转危为机的关键就是转变方式和自我创新。

过去白酒行业谈团购、谈政务用酒很多,不是经营市场,而是经营权力。而今后我们必须不遗余力地去贴近消费者,去经营市场。

在这个转变过程中,法商化的管理不可或缺。企业必须在充分遵从规则的基础上进行商业活动,让公众意识到白酒行业是讲规则、讲信用的产业。从另一个角度来看,正是由于我们此前的法商意识不强,很多营销行为都行走于风险边缘上,才使我们陷入困境、举步维艰。自觉接受“法商”规则的约束,事实上将带给白酒企业更广阔自由的施展空间。

对于中国的文化名酒品牌来说,无论从社会责任、行业使命来看,还是本着发展传承、拓展市场的考虑,都有必要在“规则”方面多下些力气,多做些表率工作,为走向国际化市场铺平道路,在创新升级后的行业格局中占得先机。

事实上,“规则”也是文化的一个必要组成部分,没有规则的酒文化必然会误入歧途,白酒行业的持续发展,离不开规则的完善和约束,而文化名酒复兴,要首先成为“规则”的领先者。

二、标准建设有助于成就领袖企业

我长期致力于企业战略研究,也曾开展一个大规模研究课题,专门研究企业发展的三种境界。通过研究数据发现,这三种境界依次是这样的:第一种是成功企业,我们认为这种企业做得很好,但仅局限在成功层面上,我将之归纳为成功企业。成功企业的标准是什么?一般来说,衡量成功企业的标准是经济指标,经济上有了一个超越本行业平均水平的显赫绩效,这是成功企业的核心标准。

成功企业之后是怎么做呢?有两个美国学者研究得出了跟我一致的论断,就是发展成为卓越企业。

卓越企业与成功企业的不同点在哪里?成功企业更多靠经济指标绩效评价,卓越企业不仅是经济上成功,而且要贡献文化和思想,这样的企业往往产生的作用不是仅仅在本行业,而是跨行业的。

我对大量成功和失败企业的案例分析得出,卓越企业在发展的过程中,更追求一种核心的文化指标,不仅仅是做产品,更是做文化或者做模式,而这应该成为白酒企业未来发展的方向。

卓越企业也不是发展到头了,有比卓越企业更高的层次。这里我要引出我们提出的一个新概念,就是“领袖企业”,领袖企业是企业发展的第三境界。

谈到领袖企业,我们知道领袖的作用是跨时代的,是超时空的,衡量这样的企业的影响力,是它不仅在本历史阶段、本国,而是在整个历史过程中产生影响,并且它的影响遍布全世界,就如同一个人类历史发展过程中

大家崇拜的领袖一样。领袖企业的指标又不一样,除了有经济的显赫表现,还要有文化的思想价值,最主要的是成了人们的一种信仰。

在中国尚未出现这样的领袖企业,在国外国像微软、迪斯尼、IBM,才可称得上最具有典型性代表的领袖企业,但它至少应该成为我们中国企业一个向上的追求,我们共同期待一个中国领袖企业的出现。

非常幸运的是,随着酒业调整期的到来,白酒行业大格局正在改写,具有文化内涵的白酒品牌,迎来这样一次从成功企业向卓越企业转变的机会,在这个机会中,也会有大量的企业要垮下去,它们是赚钱机器,只会卖产品,缺少文化。

今天的中国企业也开始讲理念,讲规则,这表示我们内部自身已经发生转变,白酒企业完全可以在这个酒业调整期转变传统的管理模式,树立新的管理模式。

三、“法商管理”

在十多年前,我曾提出一个新的管理思想,当时并没有引起很大的重视,但这三年却被屡屡重新提起。这个管理思想是我通过对中国的管理转型的总结后得出的,我把它叫作“法商管理”。

美国哈佛大学的知名专家曾请我去交流了一次,他最后给出了一个很高的评价,他承认,“法商管理”概念对世界管理教育将产生重大贡献。

我在社会调研时发现,其实我们白酒行业走到了一个新的瓶颈时期。所以,这就需要我们用法商管理理念指导企业发展,用新的管理方式去思考和解决,比如说一个项目,我们过去的投入产出完全是考虑经济变量,今天,我们则可以把所有的法律变量、规则变量等概念放进来重新考虑。

具体到白酒行业,随着竞争资源的理念转变,过去,我们生产、销售白酒更多考虑的是品质、工艺,最后上升到品牌,但都是一个产品的外延,缺少对内涵的关注,更不要说文化。同时,我们也应看到国内市场,现在的生产方式也在发生转变,我们要内涵式的发展,要降低速度。内涵式是讲什么?讲理性,讲理性的核心是什么?讲规则。我们不能盲目踩红线做事,必须先把规则搞清楚。所以,这个问题是中国企业现在面临的需要转变的重大问题,中国企业发展方式的变化告诉大家,最重要的就是一个“转”字,转变你过去的方式,用新的理念、新的方式、新的方法做新的商业模式。

而法商管理概念的引入,正在使传统的商业管理发生转变,白酒企业必须走法商管理道路,摒弃过去传统的商业管理模式,那已经不适应我们本身的发展。今天的中国企业也开始讲理念,讲规则,这表示我们内部自身已经发生转变,白酒企业完全可以在这个调整期里转变传统的管理模式,树立我们新的管理模式。现在,我们应该去关注酒文化的传播。

规划占地 13000 亩, 总投资 260 亿元 泸州老窖·中国白酒总部基地配套建设项目集中开工

本报讯(记者 李国政)去年12月26日,泸州老窖·中国白酒总部基地配套建设项目集中开工仪式在泸州临港产业物流园区B型保税物流中心建设施工现场隆重举行。

这次集中开工建设的有九狮路、春雨路延伸线暨临港产业物流园B型保税物流中心、龙港路等四个重大项目:九狮路(一、二期)总投资7.4亿元,总长4.7公里,计划2014年年底建成;春雨路延伸线总投资3.6亿元,总长约1.4公里,计划2014年11月建成;龙港路,投资18.9亿元,全长10.7公里,计划2015年6月建成;B型保税物流中心占地面积204亩,投资1.2亿元,计划2015年5月完成一期建设。B型保税物流中心项目和龙港路的开工建设,将实现泸州外向型经济的大发展,推动港、产、城一体化,实现港、园、城共生,使港口对经济的拉动能力进一步增强。泸州老窖·中国白酒总部基地项目是四川省、泸州市重点项目,规划占地13000亩,总投资260亿元,将建设“一区七中心”,即企业总部聚集区,以及教育培训、创意研发、电商交易、支付结算、金融服务、信息管理、综合服务七个中心。

据介绍,按照《全国物流园区发展规划》,泸州市被列为国家二级物流园区布局城市,成为川南唯一入围城市。发展临港产业物流园区,承接上海转移的高端产业,泸州港占天时地利人和。按照规划,泸州临港产业物流园区总面积达310平方公里,其中核心区78平方公里。园区将被打造成为全省最大、西部领先、全国一流的“港产城”互动发展示范区。自园区建设开工以来,泸州市启动了龙港路、成自泸赤连接线、B保进港专线、B保中心、滚装码头、进港路景观工程、港口大厦、港城新居等11个重点项目。

泸州老窖陈年老酒 上海嘉禾秋拍会 再创新高

本报讯(记者 刘晓琼)近日,泸州老窖携手上海嘉禾拍卖有限公司,精选出1963至1998年的陈年老酒在上海嘉禾秋拍会上再创拍卖新高。其中1963年的泸州老窖年份老酒创纪录地拍出最高价格1100万元,创出迄今为止白酒拍卖场上单一标的物成交额之最。

据有关方面介绍,2012年,泸州老窖五届金奖年份老酒北京拍卖专场,1952年泸州老窖金奖年份老酒创纪录的拍出最高价格1035万元,曾创下了至2012年白酒拍卖场上单一标的物成交额的历史纪录。

2012年3月以来,由于受“三公消费”、塑化剂风波、“八项规定”等因素影响,加上中国白酒行业产能过剩,全行业遭遇“寒流”,高端酒量价齐降,酒价由高端向中低端传递,消费信心不足,市场低迷;然而,当白酒消费遇冷之际,老酒收藏却逐渐升温。业内人士认为,收藏陈年老酒如同收藏字画,品牌、品质和其稀缺性决定着陈年老酒的日后价值。

酒百科

中国白酒 四种香型的最新国家标准

浓香型白酒最新国家标准自2007年5月1日起实施,参与标准制定的单位有中国食品发酵工业研究所、宜宾五粮液集团有限公司、江苏洋河集团有限公司,代替标准GB/T1078.1-1989,GB/T11859.1-1989。

清香型白酒最新国家标准自2007年5月1日起实施,参与标准制定的单位有中国食品发酵工业研究所、山西杏花村汾酒厂股份有限公司,河南宝丰酒业有限公司,代替GB/T10781.2-1989,GB/T11859.2-1989。

酱香型白酒最新国家标准自2011年12月1日起实施,参与标准制定的单位有国酒酒类及饮料质量监督检验中心、贵州省产品质量检验检测院、中国贵州茅台酒厂有限责任公司、四川郎酒集团有限责任公司、贵州茅台酒厂习酒有限责任公司、山东青州云门酒业。

浓酱兼香型白酒最新国家标准自2007年7月1日起实施,参与标准制定单位有湖北白云边股份有限公司、黑龙江玉泉酒业有限公司、中国食品发酵工业研究院等。

(编者整理)



家。”品评会期间,沈老一直强调对诗仙太白酒的印象很深。“我觉得这酒有一个非常大的特点:香和味组合得非常好,而且口味上很醇厚,回甜、干净,是诗仙太白的一个特色。难得的是,今天的诗仙太白酒仍然保持着当年评酒会上的质量水平,这实属不易。”

沈老说,诗仙太白是重庆市的一朵鲜花、一枝独秀,是渝酒的代表。“如果从地区平衡角度出发,诗仙太白很有可能已经成为了国家名酒。”

作为渝酒当之无愧的龙头企业,诗仙太白正担当着引领渝酒进军全国市场的重任。对诗仙太白乃至渝酒的前途和未来,沈老寄予厚望。

遴选出来参加全国评酒会,不简单。“1988年第五届全国评酒会举办时,诗仙太白尚属于四川省。”彼时四川省已经拥有五朵金花,实力非常雄厚。此外,由于四川省是浓香型白酒的主产区,企业较多,能够在四川省占据报送酒样的资格,就已经非常困难,并且它还是第一次参加国家评酒会。

二是在近200个浓香型产品中成为优质酒,不简单。在1988年全国评酒会上,浓香型白酒近200个,属于白酒香型中竞争最为激烈的一组。“其实很多白酒的品质都非常高,差距非常小。诗仙太白能够跻身决赛12个酒样,获评国家优质酒更是难上加难。”

三是诗仙太白第一次参加全国评酒会,第一次与有四届评酒经验的名优酒同台竞技,最后跻身名优酒行列,不简单。沈老对诗仙太白在评酒会上的表现相当惊讶,因为这是诗仙太白酒第一次参加国家级评酒会。同时,这也是诗仙太白第一次与有着四届评酒经验的名优酒同台比拼。“作为当时的一个地方品牌,能够傲视群雄,获得国家优质酒殊荣相当不容易。”沈老认为,这表明诗仙太白酒拥有毋庸置疑的高品质和绝佳口感。

四是哪怕当年的十七大名酒都有部分企业出现较大起伏,五十三家优质酒如今生存比较好的仅有十多家,其中就有诗仙太白,这很不简单。作为中国白酒界泰斗,沈老坦言,第五届评酒会以后,决出了国家名酒17个,国家优质酒53个。但是经过市场经济的竞争和淘汰,国家名酒到现在也不是百花齐放,部分企业发展了,部分企业则一直往下走。“而在53个国家优质酒中,衰落的、被淘汰的更多。在我印象中,能够保存下来并有所发展的,像诗仙太白这种类型的企业也仅有10多

酒样都去掉一个最高分和一个最低分。”

对于评酒会的一些特点,沈老进行了首次揭秘。

一是浓香型酒占据绝大部分,其中尤以四川省居多;二是评酒按照香型分,在12个白酒香型中,其他香型参评酒样较少,因此基本一轮就能确定能否达到国优水平。比如说药香型白酒,基本上在云南和贵州才有这一香型。“浓香型白酒的评选就像打乒乓球赛一样,要进行淘汰赛。5个酒样为一轮,在其中选出前两名,后三名淘汰,进入复赛。复赛还是5个酒样,再淘汰3个,保持前两名。然后进入半决赛,半决赛后的前两名才进入决赛。当时进入决赛以后的酒样,品质都非常好,很难区别。最后就定了12个酒样一轮全部进入决赛,而不是像其他香型那样决赛中仅有五六个酒样。当时浓香型白酒决赛中的12个酒样最终评分相当接近。这小小的1.2分,决定了产品是国家名酒还是优质酒。所以浓香型白酒能得到这样一个殊荣,相当之困难。”首次参评的诗仙太白酒一举夺得“国家优质奖”,成为评酒会上的一个焦点。

“四个不简单”成就诗仙太白国优殊荣

对1988年全国评酒会的种种细节,精神矍铄的沈老记忆犹新。“诗仙太白酒对我来说并不生疏,虽然我到厂次数不多,但是我对这个酒很有印象,因为它在浓香型白酒中质量非常出众。”对此次参评的诗仙太白,沈老用了“四个不简单”来形容。

一是诗仙太白从名优酒荟萃的川酒中被