

美公坊——英雄创造历史

——透视美公坊酒业的三大跨越



●美公坊厂区一角

■ 本报记者 许强

英雄造时势,时势造英雄。

公元2014年,中国白酒业徘徊在“L型”底部,深度痛苦、深度调整,洗牌、重组、资金链断裂、品牌下沉,这些时代的关键词跳跃在白酒业的字里行间,直至“英雄一去豪华尽,唯有青山似洛中”。酒类电商异军突起,互联网思维漫卷,世界进入了新常态,这一切都让“跨越”一词当做了白酒业一个符号被定格。未来白酒业怎么走?向何处奔腾?记者听见了全国人大代表、稻花香集团董事长蔡宏柱先生的回答:“英雄创造历史!”

“英雄创造历史!”这是稻花香集团控股的湖北美公坊酒业有限公司的广告语,在经济进入新常态的历史时期,蔡宏柱为什么还是如此地豪迈?近日,记者深入观察了美公坊酒业,了解了美公坊酒业的三大跨越。



●美公坊人对产品品质精益求精

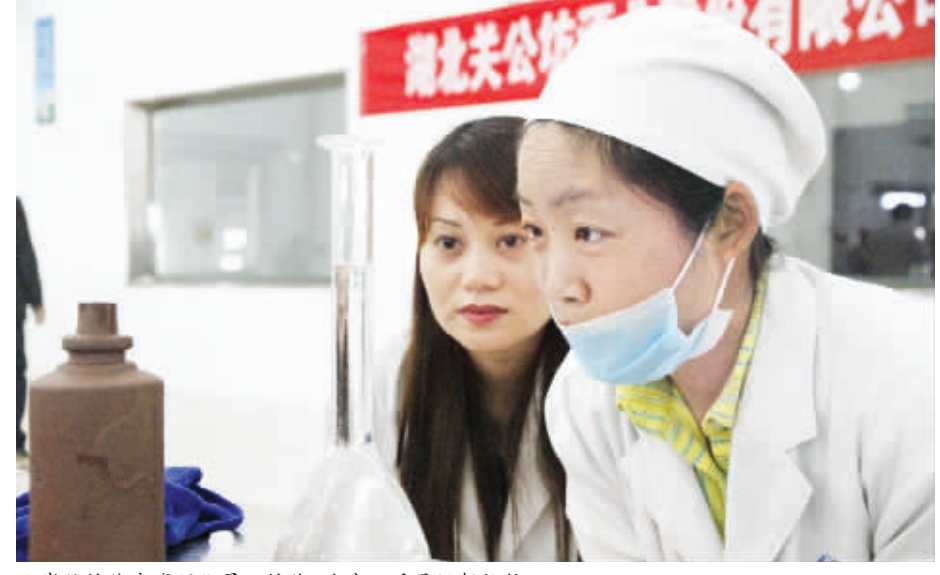
文化跨越: 从白酒到“忠、义、仁、勇、信”

公元209年,蜀军取荆州、下襄阳、定荆襄九郡,关羽镇守荆州,练军于季家湖(位于宜昌境内)。一天,关羽练军兴起,登上季家湖边上的鸡头山观看军阵。忽然一阵清风吹来,香气扑鼻,关羽顿觉心旷神怡,便循香而寻,在山脚下发现了一个酒坊。关羽随手接酒一尝,连呼妙绝。于是便把这个酒坊所酿之酒收为军酿,改名为水军坊。公元219年,关羽率众攻打樊城,水淹七军,威震华夏。这年冬,关羽为计所害,魂安玉泉。蜀汉军民闻听,无不悲痛,便纷纷用他所喜爱的军酿来祭奠他,并改称为“美公坊”。

1951年,当阳建立了河溶美公酒厂,实现了美公酒的规模化生产。1999年初,当阳市政府重组河溶酒厂,并搬迁至当阳市玉阳镇,成立当阳国营美公酒厂。2002年,湖北稻花香集团收购重组当时面临困境的当阳美公酒厂,更名为宜昌市美公酒业,并迁址至湖北名酒之乡龙泉镇,后改名为湖北美公坊酒业股份有限公司。由此开始了美公文化的跨越征程。

美公一生忠肝义胆,诚信磊落,“忠、义、仁、勇、信”就是美公的代名词。美公坊通过当代创业实践,将美公的“忠、义、仁、勇、信”的特殊品质的追求,作为自己品牌的核心价值诉求,融入于品牌之中,创造了信义之酒、仁勇之酒、忠义之酒,统称“英雄的酒”。美公坊酒业董事长秦道禄称:“美公文化是美公坊使命的最好诠释,是确保美公坊持续发展的根本!”

美公文化的内核“义”字当头,美公坊每年在为国家交税做贡献,也会做公益,为需要帮助的人捐款捐物,献爱心。2014年,农历小年,在武汉汉口火车站一层候车区,美公坊酒业联合湖北经视《欢乐送》栏目推出了爱心行动,让1000余名在武汉务工的农民工朋友,乘上“2014爱心接力·帮农民工兄弟姐妹回家”的K8091次专列,踏上了回家之旅。1月14日,秦道禄率先捐出爱心款,434名爱心人士纷纷解囊、无私相助,共



●岗位技能竞赛强化员工技能 为产品质量保驾护航



●洞藏



●至尊

捐款8695元交到了困难职工方庆玲的手中……

品牌跨越: 从“英雄的酒”到中国驰名商标

2014年1月6日,“榜样湖北·宜昌2013年度传媒大奖”大型评选活动获奖名单公布,美公坊荣获“最受市民喜爱的白酒品牌”称号。实际上,美公坊创牌之后,以品牌建设为核心,多措并举,立足美公文化内核,大力塑造文化品牌,近年屡获殊荣。2003年,“美公坊”荣获“全国质量信得过产品”、“湖北省消费者满意商品”等荣誉称号;2004年,被确立为“中国著名品牌推广单位”;2013年初,被新华网湖北频道、湖北省烹饪酒店行业协会评选为“武汉市民新春十佳酒水品牌”;2013年5月,被评选为“中国酒类流通行业年度成长性企业”及“宜昌首届文化经济创新发展奖”;同时,美公坊连年被湖北省消费者协会评选为“消费者满意商品”。

为什么美公坊品牌在创牌的短短时间里能暂获这么多的殊荣呢?秦道禄先生认为“美公文化就是美公坊品牌的核心DNA”。“我们不仅期待通过企业创造的差

异化价值,让我们的品牌不仅是具有较高价值的使用功能与物理属性的产品。更要通过贯注文化、传承文化,与消费者进行情感和生活中的沟通与共鸣,变得有血、有肉、有生命、有性格,成为消费者的一种心灵依恋”。

其实,在美公坊刚刚成立,决策者们就考虑这一个问题,美公坊凭什么能傲立于“硝烟弥漫”的白酒市场?仅仅凭着美公的品牌,或许消费者不会买账,因为名人白酒品牌多的去了,只有弘扬美公文化,做“英雄的酒”,才能与消费者感情相通。美公坊人意识到美公文化的精髓是“诚信”二字,于是亮出了“喝美公坊酒、交诚信朋友”的品牌旗帜,树立起“诚以待人、信以立业”的经营理念。一方面在美公坊酒品质上下功夫,酿出了好酒;一方面在在市场上讲诚信,取信于消费者,走品牌之路,坚持商标发展战略,坚定地打造具有“诚信”血统的白酒品牌。

美公坊在树起了“英雄酿造历史”旗帜的同时,大力推进商标战略。除“美公牌”、“美公坊”两枚核心商标,美公坊还拥有20余枚防御性商标,并在俄罗斯、蒙古、日本、韩国等11个国家和地区提出了商标注册申请。目前,“美公坊”已在日本、新加坡、蒙古及中国香港、台湾地区获准注册,为进一步打造国际化品牌奠定了基础。2011年,国家工商总局认定美公坊为“中国驰名商标”。

品质跨越: 从历史“民酒”到当代特色白酒

好水酿美酒。美公坊创业初始从当阳整体搬迁到酿酒之乡龙泉,就是瞄着离龙泉镇的法官泉水来的,法官泉水,清冽甘醇,它千年流淌。稻花香投资580万元,架通了8.2公里封闭式管道,将清泉水引到镇上,成为镇上居民日常生活饮用水,所以美公坊将法官泉水作为酿酒专用水。

美公坊酿造继承了纯粮手工酿造的传统工艺,为了更好地适应市场,美公坊酒在口感上力求适应大众消费者,价格定位在普通消费者能够适应的水平上。随着竞争的加剧、时代的发展,美公坊与时俱进,具体问题具体分析,力求美公坊产品与市场产品切割开来,针对不同的市场和客户群,开发不同的特色产品,创新产品品质。经过创新、研发,至尊、珍品、精制、家宴、韵、V等系列相继进入市场,因为“与众不同”,产品品质赢得口碑,呈现出越来越强的市场生命力。

为了顺应市场消费需求,美公坊围绕品质升级、产品结构调整下功夫,实现了多重突破,建立了独有的白酒生产质量管理体系,确保“道工序创优质,人人手中无次品”。从原辅料的购进、酒体贮存、到成品酒的灌装出厂,每一道生产工序都精益求精,每一个环节都层层把关。在质控中心,每个人对公司的所有产品、规格、包装、各个环节、每道工序、工艺流程、作业标准、文件记录等都了如指掌。质控部的全体人员都充当了公司质量宣传员,和一线作业员谈心,对不合格的产品不厌其烦地督导

返工,直到完全符合出厂标准为止。质控人员对质量把控非常苛刻,“破坏性”地检验材料是否合格,杜绝了次品出厂。

据观察,美公坊酒业始终坚持创新品质的发展思路,将产品个性与酒体品质作为企业发展的灵魂,着力从塑造自身的技术个性、酒质安全等方面入手,制曲、发酵、后期储存及勾调采用自己独特的生产工艺,使其达到高沸点挥发物质的相应减少,其微观分布均相应提高,成功研发出独具美公坊特色的“醇爽淡雅型”白酒。美公坊被誉为中国“醇爽淡雅型白酒”的开创者,跻身于名酒创新者之列。

经过数百名大众评审的品评,饮用“醇爽淡雅型”白酒,口感绵柔醇和、回甜爽净,色香味的自然协调更凸显出独特的淡雅风格,人体代谢相对较快,感觉舒适且不上头。由于“醇爽淡雅型”原酒采用陶坛贮存,利于原酒催陈老熟,形成醇爽淡雅效果。

近年来,美公坊已经通过了ISO9001质量管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证,并获得国家定量包装商品生产合格的“C”标志使用权。2012年,美公坊产品通过中食联盟(北京)认证中心审核认证,获得“优级产品认证证书”,美公坊自主制定并全面实施的质量管理规范总计120余项,覆盖了原辅料检验、酒体配制、生产工序、产品销售、售后服务等过程,把稳定的产品品质建立在科学的流程、制度之上,铸就了美公坊坚实的“质量壁垒”,赢得了消费者的口碑,市场占有率不断增强,连年获得“消费者满意商品”荣誉称号,产品销往湖北、湖南、江苏、安徽、江西、重庆、福建等省份。2014年6月,美公坊酒业顺利通过酒类产品质量等级认证审核。

2014年12月13日,美公坊酒业的“醇爽淡雅白酒生产关键技术及应用”、“立式陶质酒瓶高效自动清洗技术及成套装备”、“不锈钢储酒罐外壁的缓蚀与循环清洁技术集成及应用”三项科技成果通过专家鉴定,这标志着美公坊已经进入科技酿酒崭新的时代!

近日,美公坊选送的“38度V6”和“42度青花韵”产品荣获湘鄂赣渝闽白酒质量检评金奖,这是美公坊系列产品第五次获此殊荣。

美公是一种文化,美公是一种精神。有人说,美公坊延展了美公精神,成为了新时期的道德楷模;也有人说美公坊的跨越书写了美公文化的崭新历史。其实,美公坊也是中国白酒业的一个缩影,它的跨越凸显了中国文化的渊博与精彩,它的成长展演了新时代的精神和梦想!

美公坊——英雄创造历史!



●现代化包装



●大门



●半成品库



●美公坊年会现场