

做满足消费者需求的企业

——访四川泸州施可富大曲酒厂有限责任公司总经理陈拂

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 曾凡

前往四川泸州施可富大曲酒厂采访那天,公司总经理陈拂正在参加泸州市政府组织召开的企业创新研讨会。今年的“两会”上,一个经济热词被经济界的代表委员们高频引用,这个热词就是“新常态”,新常态对企业最大的挑战就是利润空间受到了挤压,利润减少以及产业结构调整的阵痛。新常态下的企业出路在哪里?政府和企业已有共识,就是通过创新升级实现持续发展。

陈拂在接受记者采访时即表示,随着白酒行业市场环境、消费需求的变化,行业竞争不断加剧,以及行业标准的不断提升,企业唯有实施创新与改革,放开手脚与市场对接,与客户衔接,充分发掘企业改革创新的活力,做满足消费者需求的企业,以不断创新推动产品和服务的差异化,为经销商和消费者提供更好的产品、价格和服务,才能使企业赢得先机,从而在新一轮竞争中再造优势。

四位国家级白酒顶尖专家 确保酒品卓越的品质

记者:我到过许多酒厂采访,这些企业基本上是在城郊区,施可富大曲酒厂怎么还在主城区生产?

陈拂:是由于历史的荣誉贡献和不可再生的百年窖池群落,泸州市主城区内仅保留了施可富和国窖 1573 两家酒厂企业。在上个世纪五十年代,当众多中国白酒品牌还处于“原始”发展阶段的时候,施可富(SCOF)大曲酒就已经成为新中国走出国门、注册海外(施可富)白酒品牌,在美国注册“SCOF”(施可富)商标,同时施可富大曲酒厂被国家商检局授予“出口商品生产企业”,被誉为“中国优质浓香型白酒出口生产基地”,施可富大曲酒迅速在国际市场上占领了一席之地。2005年,施可富(SCOF)大曲酒通过美国食品药品监督管理局(FDA)的严格检验,突破美国官方技术贸易壁垒,成为首家准入美国市场的中国白酒品牌。自1956年出口至今,施可富大曲酒已远销美国、俄罗斯、马来西亚、新加坡、香港等几十个国家和地区,60多年来取得了不凡的成就。

另外,施可富酒厂拥有的168口百年老窖池群落,也申请了省级文物,其原生态浓香正宗“古法技艺”获省非物质文化遗产。为表彰酒业在泸州举足轻重的地位,2009年,泸州市政府在市中心步行街树立城市形象雕塑“酒塔”,在树立的代表浓香正宗泸州酒的佼佼者中,施可富排名在国窖1573后,位列第三位。

记者:国内白酒企业用英文注册商标的很少,贵公司为何用这个英文名字注册商标?

陈拂:“SCOF”是出口型中国泸州·大曲酒的国际注册商标,也是中国四川省外贸粮油进出口公司的英文缩写。“施可富”是“SCOF”的中文译音和国内中文注册商标。四川泸州施可富大曲酒厂,原名“四川泸州外贸酒厂”,1956年外贸部和外交部共同决定,以泸州大曲酒为酒体,以“SCOF”为商标,作为中国国酒出口,并作为国家领导人接待外宾和中国驻外使馆的接待专用酒之一,指定四川省外贸粮油食品进出口公司组织生产和出口。早在1977年至1987年的统计数据就表明,泸州大曲酒当时每年出口就达几十吨,约占四川全省名酒出口量的60%-70%,已经是国内外知名品牌。

改革开放后,为满足国内需求,“施可富”牌泸州大曲逐步开始投放市场,产品在国际、国内多次获得“国际名酒”,“中国酒王”,“中国知名白酒信誉品牌”,“国家质量达标食品”,“新世纪中国著名白酒品牌”等称号。

记者:据悉施可富除了有百年老窖池群落,而且贵公司在为数不多的中国国家级白酒评酒专家中,现在就拥有四位这样的“顶尖专家”?

陈拂:是的。他们是中国浓香型白酒的开山鼻祖传人、泸州老窖酒酿造技艺第七代传人、国际酿酒大师——赖高淮先生,中国白酒协会理事、浓香白酒酿造第八代传人、泸州施可富大曲酒厂董事长陈继才先生,原东北酿酒工业集团副总张武举先生,原汝阳杜康酒厂总工程师陈国熹先生。四位中国国家级白酒酿酒大师采中华酒文化及风格之大成。集东北,西北,中原,四川等地传统技艺白酒风格之融合,恪守传统古法技艺,采取传世秘方最终形成代表中国浓香型白酒技艺精华的“SCOF”和“国窖”两大系列品牌酒。四位国家级白酒评委的呕心沥血、精心酿造,施可富遵循我国外贸出口产品更为严格的质量检测标准体系,确保了



● 施可富大曲酒厂总经理陈拂

独具特色的 CQ 陈氏酿造技艺

记者:可以介绍施可富酒厂获得省非物质文化遗产的原生态浓香正宗“古法技艺”吗?

陈拂:好的。这要从施可富掌门人陈继才的先祖说起。早在明清时代,陈氏先祖陈和义便世居泸州,凭借卓越的酿酒技艺,成为演绎泸州浓香白酒之风的显赫世家,其精酿的和义烧坊浓香白酒深受大众喜爱。陈继才十三岁就师从中国白酒界泰斗赖高淮先生,遵循千年代代传承的古法酿酒思想,弘扬先辈精神,保证了浓香白酒浑然天成的古朴品质;同时,通过科学创新,将在施可富大曲酒厂古窖中发现的神秘 CQ 生态菌群,提纯优化、繁衍壮大,与纯手工传统酿造相结合,逐渐演化出独具特色的 CQ 陈氏酿造技艺,缔造“SCOF 中国泸州·大曲酒”高贵而细腻的“天然本色,浓香典藏”名酒品格。

记者:神秘“CQ 生态菌群”是什么?

陈拂:该菌群是在施可富大曲酒厂酿酒车间持有的生态环境下发现的,是一种前所未见的特色微生物群落。陈继才先生经多年生产实践和科技创新,采用先进的微生物工程技术和生物技术,无数次的分离、筛选、提纯、扶壮、繁殖,终于获得了可用于大规模酿酒所需的独具特色的微生物群落,命名为“CQ 菌群”。使用 CQ 菌群酿造的 SCOF 中国泸州·大曲酒,不仅完美地再现了传统古典酿酒技艺的浓香特点,而且酒体中的天然成香物质丰富多样,酒体的香气、香味、口感更具特色。同时,CQ 菌群在参与酿酒发酵过程中的代谢产物含有丰富的激活人体分解酒精的生物酶活性因子,被权威专家赞为中国白酒酿造划时代的发现。

记者:这个特色相对于其他酒品有什么区别?



● 施可富大曲酒厂百年老窖池车间

陈拂:为了保证 SCOF 中国泸州·大曲酒系列白酒的独特风格,施可富在完全纯木修建的生态作坊里,SCOF 中国泸州·大曲酒的酿造周期超过两年,36道纯手工酿造流程繁复无比,极为考究,所有流程人工操作,非现代工艺生产的普通白酒能比,经陈继才大师精心勾调,具有“无色透明、回味悠长”的特点。施可富经典浓香白酒专家组鉴定,具有“闻香优雅、陈香醇和、丰润净爽、绵柔舒适”的特点,饮后具有“醒得早、不易醉、醒得快、头不痛、不口干”的特色,能较好地缓解饮酒带来的不适感和减少对身体的伤害。

白酒回归大众 “民牌”有利于行业健康发展

记者:据悉,白酒的好坏除了本身的工艺之外,最重要的关键因素就是水和窖藏,这方面贵公司的优势是什么?

陈拂:施可富酒厂位于中国浓香型白酒的发源地——泸州,具有丰富的历史传承和酿造美酒的天时地利条件。施可富选用一等糯红高粱,并在高海拔原生态山区,倾力建造专属的顶级原粮基地;再以百年古井水酿造,这个古井水为100米以下深地层水,早在400年前便已用于酿酒,具备甘甜、柔顺的口感特点,是酿造顶级白酒的最优生态活性水。

当然,白酒能散发芳香气味的乙酸乙酯,但新酒中乙酸乙酯的含量是微乎其微的,而酒中的醛、酸不仅没有香味,还有刺激喉咙的作用;所以新酿造的酒喝起来生、苦、涩不那么适口,需要几个月至几年的自然窖藏陈酿过程才能消除杂质,散发浓郁的酒香。储藏施可富酒的自然古洞,百年来一直用于贮酒,洞外山水环绕,气候温润;洞内极其幽深,空气流动缓慢,常年恒温20摄氏度左右,与外界完全隔绝。如此优良稳定的洞藏环境并不多见,是传世名酒不可或缺的修身之地。实际上,施可富酒

业经过六十多年的沿革,发展,已形成了酿造高品质美酒的一系列优势。

记者:目前,贵公司有几个品牌产品?是如何建立产品安全保障体系的?

陈拂:现在公司的主要品牌是 SCOF 大曲酒,还有一个国玺系列,是高端品牌。公司拥有多条 ISO9001:2000 生产标准专用外贸包装生产线,国玺酒有两条高端纯手工线,三条批量自动化流水线,共达到了日产量6000件(25吨/日)。食品企业的发展不仅要有科技创新支持,更要有质量安全的保证。中国有一句俗语:胜则王侯败则贼。谁不想成“王”?对于企业的市场竞争来说,王道在于产品的品质,品质决胜的时刻早已来临,市场竞争就是品质为“王”。

为此,施可富酒业积极导入卓越绩效模式关注发展质量和创造价值,建立起了以“基于全球视野的永恒创新,基于顾客导向的持续改进”为主线的生态生产环境和全过程质量监督管理体系。在管理上采取国际认可的 HACCP 认证体系,目的就是通过对加工过程的每一步进行监视和控制,确保产品在消费的生产、加工、制造、准备和食用等过程中的安全,保证每一滴酒的品质。

实际上,“施可富”商标还有一层含义:乐于助人者,方可获得人生的快乐和财富。因此,施可富在发展中努力将自身的技术优势与社会发展需求紧密地结合将产品和服务的价值进行增值,让广大消费者“放心畅享佳酿,开心享受生活!”施可富将这样的理念融入到了企业核心文化中,落实到采购、生产和销售每一个环节的执行力中,从而在这个“食品安全的乱世”,得到了全国各大城市经销商及广大消费者的信任和青睐;并在2005年就获得全球最严格的(FDA)认证,成为首家准入美国市场的中国白酒品牌。

记者:目前我国发展面临“三期叠加”矛盾,经济下行压力很大,加上近年来限制

“三公”消费、禁酒令等政策因素,严重地冲击了价位不断飙升的高档酒市场。这对施可富有什么影响?

陈拂:虽然目前我国发展面临“三期叠加”矛盾,经济下行压力很大,但作为一个拥有13亿人口的大国,内需的支撑力不可小视,食品品牌企业仍有很多发展机会。同时,白酒作为莘莘民众离不开的“刚需产品”,又决定了白酒业庞大的市场基础;由此形成了全行业从非理性的高端向切合实际的中低端转移,形成了从名牌向“民牌”、从名酒向“民酒”回归的趋势。

白酒进入大众“民牌”对于白酒行业是没有大的影响,中国的传统节日以及红白喜事,都有很大消费,高价格白酒做不下去了,就做物美价廉,这是白酒市场的理性回归。前些年国内白酒市场走向了不正常,是畸形的消费市场,大酒厂都去做高端品牌去了,低端市场就被小作坊、黑作坊占据了;有钱人喝高端品牌去了,普通消费者就喝没质量安全保证的低端酒。现在,大酒厂又回来做中低端酒了,低端酒的质量也得到了保证,这对消费者是好事,也有利于白酒行业的健康发展。虽然施可富在高端白酒市场也占领了一席之地,但白酒回归大众“民牌”,也更有利于施可富这样一心要做满足消费者需求的企业。现在施可富的当务之急是要“适应新常态”发展,创新和服务不能放缓,而要不断加强,进一步增强企业的市场竞争力。

坚持将产品和服务的价值进行增值

记者:现在是互联网正在改变未来的时代,据悉施可富针对电子商务的消费特点,在销售渠道上有新举措吗?

陈拂:施可富大曲酒在远销美国、俄罗斯、马来西亚、新加坡、香港等几十个国家和地区的同时,也在不断重视国内市场,目前国内办事处已分布北京、成都、天津、南京、广州、珠海、唐山、昆明、沈阳、抚顺等十几个省市。近年来,我们不断拓展国内市场,整合各方优势资源,积极建设泸州知名白酒网络销售 B2C 平台,联合泸州当地优质地产酒业,展现群体优势,打造一个适合市场销售,产品相对集中的产业群体,厂家直接网络授权经营,原产地发货,让消费者更放心,面向消费者提出假一赔十,瓶瓶保真的营销观念。

记者:“瓶瓶保真”这是一个诚信的承诺吗?我进贵公司就看见墙壁上“诚信、进取”的标语,施可富在以诚信来增强企业的生命力这方面有什么经验分享?

陈拂:随着全社会生产能力的提高及信息传播环境的改善,消费者选择的余地越来越大;今日的消费者已变得更加理性,甚至更加挑剔,大家都将产品品质和企业诚信服务作为选择的重要条件之一。从近几年媒体曝光的“诚信门”事件看,毫无疑问,一味地追求利润并不一定能够给企业带来长足的发展。正如乔治·斯蒂纳和约翰·斯蒂纳在《企业、政府与社会》一书中指出,企业与社会之间存在一种基本协定,一种社会契约;如果企业组织得不到社会认可,它是无法长期生存发展下去的。因此,不论对消费者还是施可富的合作伙伴,始终贯彻诚信经营,是施可富的企业文化。在原材料、人工等管理成本高涨的情况下,施可富始终坚持高标准、高质量,工艺不少、材料不减、标准不降,在高昂的成本之下,始终坚守着自己的“道德底线”,为大众提供优质安全、健康、绿色的产品。“诚信、进取”不是一句标语,就像一面镜子,时刻提醒施可富人诚信经营、合法经营,共同塑造良好的企业形象。施可富将始终秉承“品质诚信,服务诚信”的理念,坚持制度化、品质化、标准化、规范化及良好的服务意识,来满足广大消费者和合作伙伴的需求。

记者:做企业的都渴望做强做大,但成功者寥寥,在您看来这最关键的成因是什么?

陈拂:企业不要为做大而做大,而是要先做强。我们并不否认,追求利润最大化是企业和企业家的主要责任,就像管理学大师彼得·杜拉克所说的“利用目前可以支配的资源,努力获得最好的经济效果”。但追求利润绝不应该成为企业和企业家的全部责任,成功的企业很关键的一点就是一定要客户的角度去想问题,要时刻想着为客户带来效益,不能给消费者真正提供好产品和好服务的企业,将面临被风暴吞噬的危险。因此,施可富坚持做满足消费者需求的企业,将产品和服务的价值进行增值,使消费者不仅能从施可富的工艺研发优势中获取最大受让价值,更能享受到施可富“以人为本”的高品质服务,目的还是要让施可富成为消费者和经销商最为信赖的选择。



● 窖藏酒