

12 白酒金三角 Liquor Golden Triangle

以生态之名 塑造白酒产业未来

前不久，第五届贵州酒博会在贵阳国际会议展览中心开幕。与以往不同,2015 比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛颁奖典礼在酒博会期间举行，两大盛会让贵州再一次凝聚世界目光。

记者在采访中发现，无论是在酒博会期间的论坛活动上，还是在中外评委的交流互动中,生态成为各方关注的焦点之一,是决定未来酒类产业发展的关键词。

在阐述白酒产业发展时，中共贵州省委书记、省长陈敏尔表示,白酒是贵州民族文化的记忆符号,是贵州呈献给世界的飘香名片。贵州发展白酒产业，既有助于推动发展又有利于保护生态，是贵州守住发展和生态两条底线的战略选择。

从白酒产业的视角来看，业内多年来的研究探讨已经对生态形成共识：未来的白酒产业一定是走生态酿造，坚持生态消费，最终是全产业链的生态化。

生态酿造，白酒发展的题中之义

在经历了高污染、高能耗的产业发展后，发展的质量取代数量成为国家乃至全球排在第一位的追求。

当前，在中国经济进入新常态,产业进入转型升级新阶段的过程中，如何实现绿水青山与金山银山的互动双赢，成为政府部门攻关的课题。

陈敏尔从贵州白酒产业发展的角度强调,贵州正在大力推进酒产业的集聚化、特色化、绿色化发展,将贵州建设成白酒大省、白酒强省，更加注重市场营销，更加注重文化传承，更加注重生态环保。

近年来，越来越多的酒企发力生态酿造，借力生态为未来发展铺路。在业内，茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、迎驾贡酒、沱牌舍得、国台、景芝等数十家酒企都在实行生态化酿造和生态化经营。

中国酒类流通协会副会长兼秘书长刘员在接受记者采访时表示，未来白酒业的发展一定会趋向区域化、生态化,生态白酒是中亚竞争的一个方向，因为它是一种回归竞争原点的竞争形式,比拼的是产品力。

2014 年上半年,中国酒业协会“中国白酒



酒庄联盟”在四川泸州宣布成立,这种学习借鉴国外葡萄酒庄，突出小产区生态酿酒的发展模式，正在成为中国白酒产业的探索未来试水之举。

正是看到了白酒产业的生态大势，满竹香酒业近年来也在积极顺应趋势将自身的生态优势提炼出来并向一线消费者宣传。

“我们身在国内最优秀的白酒产区——宜宾蜀南竹海,拥有无与伦比的生态优势。”满竹香酒业董事长兼总经理陈锁海在接受记者采访时表示,我们形成了“生态产区、生态竹水、生态原料、生态发酵、生态循环”五大生态系统优势。我们要邀请消费者到企业参观体验生态白酒的酿造，要通过生态白酒向消费者传递生态追求。“未来已来,生态是我们撬开市场、黏住消费者的金钥匙。”

生态消费，白酒发展的必然选择

如果说白酒产业践行生态文明的体现在于生态酿造,那么“生态消费”则是生态文明的核心部分。

白酒生态消费的时代远未到来，就好比

消费者购买“蒙牛”、“伊利”牛奶,在其潜意识中，只知道来自于纯净的大草原；喜欢饮用“茅台”等名酒,只是知道这种酒知名度高,但这不叫“生态消费”。只有当消费者的行为具有了保护白酒生产的环境、推广白酒的功能，发自内心的钟爱白酒，消费白酒不埋怨，并客观地把一切有损社会形象的东西都与白酒划清界线,方可说白酒进入了“生态消费”时代。

应该说过去十年白酒产业的高速发展以及“三公消费”的限制,在一定程度上白酒行业被舆论妖魔化,消费者对白酒产生了误解。

随着白酒产业进入深度调整期，围绕白酒的生态消费问题，业内也展开了多方的探讨和研究。在知名白酒专家季克良看来,多年来白酒行业形象被社会责问，扭曲的消费模式是罪魁祸首,因为消费者对于白酒消费，主要体现在酒精对于人体的刺激，满足的是消费者的生理需求，而与白酒博大精深的文化内涵失之交臂，完全没有让白酒的精神价值展现出来。

同时，随着健康消费、理性饮酒潮涌，适量饮酒、文明饮酒已是必然趋势。业内人士认为,白酒应该倡导科学健康文明的饮酒,深度挖掘酒与健康的关系,让消费者从文化、享受

伊力柔雅 250ml 359 旅军垦第一犁新品隆重上市

■ 吕增强

10 月 19 日，在新疆伊力特公司酒三厂现代化包装生产线上,包装女工们正在加紧包装新上市的新品,伊力柔雅 250ml 359 旅军垦第一犁新品,这也是伊力柔雅销售商紧紧依托当地红军团场而精心打造的一款 359 旅新疆第一犁产品，旨在打造 359 旅军垦第一犁的风采。

作为 359 旅红军团,肖尔布拉克积极打造红色旅游的良好氛围,目的就是让更多的人了解王震将军领导的 359 旅转战新疆在

天山南北,在亘古荒原上创造了军垦人的丰功伟绩,歌颂军垦第一犁所创造的奇迹。

此款酒在包装装潢上,十分注重当地厚重的文化宣传，以五十年封坛窖酒为基酒，采用先进的勾兑技术,沿用伊力柔雅产品的绵柔风味,喝起来绵甜爽口、回味悠长。同时,在瓶型设计上独具匠心,以扁型麻灰色为主调,瓶型正面凸显“359”军垦第一犁字样,背面为红色五角星,瓶盖采用五角星旋转盖,另加有“正品”字样的防伪标识。在包装盒选用上,也匠心独运,正面以大红色为主,凸显“359”军垦第一犁为主,背面以王震

公明酒业：携手“五粮液”开启文化源酒

■ 郑青莹

10 月 18 日，宜宾公明酒业股份有限公司在中国宜宾正式开业,公司与五粮液集团合作,共同打造“驰骋天下”品牌系列酒。同时,将与五粮液打造第一款国内黑酒,引领贾姓族人共同打造出一个中国的黑酒品牌。

据悉，宜宾公明酒业股份有限公司是由“贾氏”家族打造的自己家人家族的酒庄,公司由川渝宗亲会会长贾正方会长出任公司顾问团总顾问，贾正方是全国劳模，十大代表,彭州市龙门山镇宝山村党支部书记、宝山企业集团董事长兼主席,几十年来,贾正方带领群众艰苦奋斗，把贫穷的宝山村改变成了富裕文明的新宝山。面对公明酒业这个为家族，为慈善服务而成立的企业，贾正方提出了几方面的要求。首先,要求公司必须以品质为根源,公明酒业必须以安全品质,良心企业为宗旨,让家族与社会，喝到健康,安全高品质的白酒。其次,要求企业必须有责任心,要有社会责任心,家族责任心,要担负起这个责任，为社会,为家族繁荣发展做出贡献。

记者从公司总经理贾力超处了解到,公明酒业将开创贾国庄园(真禄)酒馆连锁经营品牌。现如今传统专卖店成活率和赢利能力都非常差，真禄酒馆未来主要卖真禄黑酒系列,同时也卖五粮散装成品酒,又卖五粮液系列酒,还会从事川菜餐厅的经营,从而增加了经营者的利润链和赢利能力。真禄酒馆既是真禄品牌酒的专卖店，又是一个全新概念的川菜餐饮连锁经营品牌。

“为什么选择黑酒?因为黑酒目前是国内

上去引导中国白酒,给予人舒适感和愉悦感。

2015(贵阳)布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛的举办为中外烈性酒提供了一次正面交锋的机会。不少大赛国内评委在接受记者采访时普遍认为,中国白酒在品质上不输国外烈酒，很多获得金奖、大金奖的白酒产品更是得到了国外评委的好评。总体来看,中国白酒的生产、酿造具有生态的优势,顺应了生态消费的大趋势,前途一片光明。遗憾的是,中国白酒在生态消费文化积累、生态消费理念打造等方面落后国外烈酒不少。

“白酒的生态消费以生态酿造为基础,忽视了一点白酒就成为无源之水、无本之木。”著名白酒专家高明告诉记者，随着行业对“生态”概念的不断推广宣传,消费者已经在意识深处开始认可白酒是生态化的产物，生态化的产物必须通过生态化的方式来消费。

生态产业，白酒发展的终极形态

如果从产业链的角度来看，从生态酿造到生态消费实际上代表了产业链的上下游。对于酒产业而言，未来的发展方向是整个产业的生态化。胡永松认为,只有建设和发展好产业生态链，才能实现白酒产业健康可持续发展。

知名白酒专家、国家酒检中心主任、2015(贵阳)布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛评委钟杰在接受记者采访时表示，白酒的生态化最终是通向白酒产业新型工业化和生态文明。“白酒产业要将传统技艺和现代科技相结合、技术和市场相结合,让中国白酒在传承中创新、创新中发展,实现传统白酒的转型升级。”他认为，这当是白酒行业企业共同努力的方向和目标。

“在与行业专家的探讨交流中,我们也坚定‘生态产区、生态竹水、生态原料、生态发酵、生态循环’的方向。”陈锁海表示,在做白酒的过程中,越来越发现好的产品会说话,无论辞藻多么高难,无论包装多么精致,其实最终消费者消费的是酒水本身。“回到原点,我们白酒人做的就是一瓶生态的白酒，一杯健康的白酒，一份健康满足的享受。从酿酒原料到白酒生产,直至最终的白酒消费,生态贯穿始终。”

(许坤)



郎酒 浓香型生产基地 投产动工

近日，记者从四川省泸州市龙马潭区获悉，石洞郎酒浓香型白酒生产基地于本月 18 日正式投用。

据介绍,201 车间是 20 个连跨的大车间,共筑窖池 2240 口,每口 16 立方米,车间于 10 月 18 日点火投用，这意味着石洞郎酒浓香型白酒生产基地正式投用。同时,该项目的储酒功能区也在快步推进，目前 4 万吨罐区已 7 月开工建设,将于 2016 年 1 月完工；用于储存高端调味酒的 1 万吨陶坛库已于 7 月开工，预计明年 5 月建成投用。

(刘健)

白酒文化

孔子六艺 得酒性之本

曲阜,历史悠久、钟灵毓秀、人文荟萃,作为我国古代伟大的思想家、教育家、儒家学派创始人孔子的诞生地。“千年礼乐归东鲁,万古衣冠拜素王”,奠定了孔子千百年来在中国、在世界的历史地位。

神圣史城 终得文化明珠

作为一座文化圣城,一座历史名城,一座令华夏儿女魂牵梦绕的东方圣城，曲阜这片神奇的土地不仅孕育出儒家文化的丰厚内涵,也铸就了许多经典的文化符号。长河奔腾,岁月悠悠,打开曲阜这片圣地的历史文化大门，我们在揭开她那神秘面纱的同时，也领略着她深邃广博的文化底蕴。

其中，非常璀璨耀眼的文化之一就是“孔子六艺”，“六艺”不仅仅对于中国时代的发展有着深刻的影响,在“酒文化”中也意义非凡。春秋时期孔子开私学也授六艺，“一曰五礼,二曰六乐,三曰五射,四曰五御,五曰六书,六曰九数。孔子曰：六艺于治一也。”

微言大义 重构人文关怀

孔子的话“微言大义”,就像我们看“论语”,内容非常简洁,但字里行间都蕴含着很丰厚的涵义文章来源中国酒业新闻网。“六艺于治一也”;六艺对于管理、对于治国来说,它们的作用是相同的,只是侧重点不同。

“礼以节人”——“礼”是用来规范人的生活方式的,或者说,“礼”从规范人的生活方式这个角度来谈怎么治理;“乐以发和”——“乐”是用来促进人们和谐团结的,或者说:“乐”是从促进和谐团体这个角度来解决治理的;“书以道事”——“尚书”是用来记述往古事迹和典章制度的，它通过记录古代的事件和典章制度来教人们怎样治理;“诗以达意”——“诗经”是用来抒情达意的，它通过表达感情来谈怎么治国;“易以神化”——“周易”是用窥探天地万物的神奇变化来谈怎么进行管理的;“春秋以义”——“春秋”是通过让人们通晓微言大义、衡量是非曲直来推动社会治理的。

文化照存 终归商业实践

正是源于这样的理论魅力,“六艺”在当前心态浮躁、价值观沙漠化的时代中,尤为被社会所认同。如今,在孔子的家乡,笃学六艺成为曲阜人必备的人生课程。人们推崇六艺,学习六艺,实践六艺。

左手是儒家精髓,右手是酒业文明。左右之间，如何能够在时代变革的当前获得精神与文化属性的最佳结合,最完美解构?

作为复圣颜回的子孙同立强，继承先贤,不忘历史责任感与时代使命感,将六艺再次展现于人面前。对于优秀的历史文化传承,能够将文化落地商业,深入到中国传统产业的发展历程中,核心在于落地,关键在于实践。幸运的是在近日,“孔子六艺”酒商标成功在国家工商总局注册，增添了中酒国的“文化符号”,也最大化了中国白酒产业的历史文化价值，必将成为世人追捧的文化特质。

饮孔子六艺酒，品孔子六艺文化。美哉! 乐哉! (中国酒业)