

扭转乾坤，第一款互联网+文化白酒如何练成？

■ 李文萍

雷军推出高性价比小米手机，单日销量刷新吉尼斯纪录；酒仙网推出三人炫“青春型白酒”，引得话题种种，一时间可谓得屌丝者可得天下，传统产业纷纷切合“屌丝思维”进行产品创新。

然而，老子故里宋河酒业却另类创新，用“道家文化”理念打造国内第一款互联网+文化白酒——扭转乾坤，这是一款怎样的酒？除了“屌丝思维”，产品创新有没有另一种思路？宋河用“传统文化+”的方式作出了回答。

“股票狂跌时，有人买瓶扭转乾坤放在电脑前，结果股票涨停了！”宋河电子商务有限公司总经理赵治丹大笑不已。

扭转乾坤顾名思义从根本上扭转局面，且瓶身设计正好契合“扭转乾坤”的主题：陶瓷的墨黑瓶身，为上中下三层，《易经》中乾卦和坤卦正、背面相配，可 360 度旋转出八卦。

宋河扭转乾坤的野心显而易见，那么宋河到底想要扭转什么？

一、高端酒和互联网小酒腹背夹击，地方酒急需脱颖而出

受三公政策影响，高端酒遭重挫，纷纷实行“腰部”产品战略，从高端市场转移到大众消费。这些降低身段的明星抢占“腰部”市场轻而易举。2014 年茅台曾大幅度降价，最终在酒业寒冬中同比增长 9.8%。

同时，互联网新晋白酒品牌“江小”、“三人炫”、“金沙”等前仆后继，不断利用互联网制造种种关注。而面对介于资深名酒和新贵小酒两者的激烈竞争，区域强势品牌企业倍感压力，而有着 3600 多年酿酒文化，在河南地区首屈一指的宋河，将如何利用这个互联网给予的机会脱颖而出呢？

互联网时代，消费者的利益被前所未有的重视。通过互联网企业可以直接与消费者互动，提供服务。而一款痛击用户需求的单品，可以形成自来水现象，从而引爆产品，打响整个

品牌知名度，进而有了为更多消费者服务的基础客户。宋河需要一款这样的产品，一举打赢这场硝烟弥漫的市场争夺战。

二、扭转白酒行业产品互联网创新的想法
80、90 个性张扬、自我无厘头，喜欢所谓的“亚文化”，自嘲为“屌”。企业纷纷针对这个强大消费群体进行产品创新：产品不断更新迭代、操作极其简单；性价比越好越高，免费最好；产品切合愤怒、调侃等情绪诉求。

作为传统行业，酒品互联网创新案例较少，江小白率先试水：针对年轻人的屌丝情结和文艺情结，江小白打造爆款“青春型白酒”。帅气的卡通人物和“小心地滑扯着蛋”等接地气的屌丝语言，加上擅长社会化营销，江小白很快成为酒业新贵，从 0 实现年销售过亿。

江小白试水成功后，很多酒企都依样画瓢，淘宝上出现各种青春小酒，刻印屌丝语言，“屌丝酒”成了热潮。

但自古以来，酒都不仅仅一款饮品，满足口腹之乐，它更是一种文化符号，承载着酒的制法、品法、作用、历史等酒文化，代表着一个区域文化的传承。茅台文化体现“忠孝节义”，汾酒文化来自晋商文化，宋河酒则源于道家文化。

既然酒都有自己的文化符号，那么“文化+产品”不能成为另一个创新方向？

老子文化+

老子出生在河南鹿邑，据说正是饮用鹿邑宋河水酿制的白酒后，醍醐灌顶，顿悟得道。公元 743 年唐玄宗躬亲鹿邑，用“宋河酒”祭祀老子。

老子文化潜移默化地影响着宋河酒，成就了宋河酒独特的品牌内涵。道家文化酒成为了宋河酒独占的文化名片，那么“扭转乾坤”将如何使用这张名片使产品一出世便惊世呢？

九道自然工艺

吃生禽畜类要吃野生的，吃蔬菜瓜果要吃有机无公害的，美女要是氧气美女，连空气都要过滤为绿色空气……随着人们生活水平的



提升和健康意识的加强，人们越来越倾向原生态、纯自然的东西。

“回归自然、顺其自然”这点与老子文化“道法自然”同出一辙，讲究自然而然、不加造作。老子故里酒，宋河如何做到“道法自然”呢？

参观宋河酒酿制过程，河南省唯一一位国家级首席酿酒大师、宋河总工程师李绍亮为我们大白话解读酿制过程中的几个关键控制点。

高粱需选择籽粒饱满、含淀粉量高，利用传统老五甑工艺蒸煮，确保堆糟坝纤尘不染，避免母糟受到污染影响酒的酒质和香味；使用单一制曲工艺，最大程度保存自然微生物菌群，在 50 多度的高温中，仍采用人工踩曲，以保证白酒口味的纯正；采用老窖泥池发酵，历经多年的微生物群落积淀、窖养将使得白酒香气四溢；最后采取自动控温体系，将温度恒定在一个较小波动范围内，避免白酒香气受温度的影响。

酿酒从粮食粉碎、蒸熟、加曲、发酵、出窖、蒸酒、量质摘酒到储藏等九道工艺中，须提取优质原材、纯天然操作，才能确保酒质的纯真和香型的自然，才能回归“自然”本质。

匠心独运、潜心打造文化白酒的宋河，在 10 月 26 日“中国酒业发展高峰论坛暨品类冠军颁奖典礼”上，宋河粮液获得“自然香”品类冠军品牌。

用“易经”包装瓶身

除朋友聚会，当下的 80、90 后很少喝白酒，他们对白酒的识别度特别低，他们认为白酒就是辣的，冲的，土的，很多企业会通过时尚有趣的瓶身包装来吸引眼球，加强品牌认知。例如，可口可乐的歌词瓶、江小白的屌丝语等等。

那么，浸淫传统文化几千年的宋河，它将怎么玩瓶身包装呢？

扭转乾坤瓶身设计为三层，每层左右分别有两条灰白色横条，上刻有缩写版的《道德

茶马古道文物特展开展 8 省区 500 余件文物亮相

10 月 10 日，大型特展《茶马古道——八省区文物特展》在云南省博物馆开展。

本次展览由中国博物馆协会“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会发起，云南省博物馆主办，内蒙古博物院、广西壮族自治区博物馆、四川博物馆、陕西历史博物馆等博物馆联展。该展见证了“茶马古道”的历史，展现了“茶马古道”文化遗存的独特魅力，是目前国内规模最大的“茶马古道”文物巡回展览。

茶马古道是唐宋以来汉藏等民族之间进行商贸往来的重要通道，是中国西南各民族自古以来迁徙、交往、融合的走廊，是一条中国在对外经济文化交流和文明传播中重要的通道。展览以西南古代交通史和茶马古道的

发展演变为背景，以滇、川、藏大三角为茶马古道核心区域，以道路和时间的发展脉络，采用移步换景的展示方式，逐步将观众带入茶马古道滇藏线、川藏线、青藏线、滇桂线，展示出这些路线所跨越的不同文化区域。同时，展览将在茶马古道的空间上进行拓展和延伸，汇集展示云南、内蒙古、广西、四川、西藏、陕西、甘肃、青海 8 省区博物馆的精品文物。

特展共分为 7 个部分，第一部分《茶马古道的早期形态》铺陈出西部古代交通、迁徙与交流的历史背景。第二部分《海上丝绸之路》展示了茶马古道与海上丝绸之路的连接点——广西。第三、四、五、六部分《滇》、《川》、《藏》、《青》集中展示了茶马古道核心区域最重要的景观。第七

经》，上中下三层分别寓意“天、地、人三才”，立天之道曰阳，立地之道曰阴，立人之道曰义，讲述着“天人合一，自然和谐”的道家文化。

瓶身可 360 度旋转，随着灰白色横条的不断组合，分别呈现出“易经八卦”中的“乾、坤、震、巽、坎、离、艮、兑”，三五个朋友传递着把玩，可调节酒场氛围，并制造酒场话题。且八卦主要用于风水中，八卦镜、八卦盘、八卦车挂等吉祥物寄存着人们“出入平安”的愿望。

这种“文化+时尚”的设计理念一方面融入了宋河的道家文化，通过传统文化增加品牌价值的认知；一方面将趣味性设计到瓶身中，增强用户体验，从而满足人们文化和趣味的双重情感诉求，形成强关系粉丝群体，实现品牌价值的传递和产品的高销量。

这是一个眼球经济时代，一款能够击中用户痛点的极致产品，超出用户的预期，自然能赢得尖叫和目光。

宋河扭转乾坤采用 450ml 的小瓶装容量，分三层，寓意道家“一生二，二生三，三生万物”的思想。瓶身三层可分别拆卸，每层 150 毫升，每喝完一层就明确传递出当前喝酒量。宋河这也在用一种无声的语言友善的提示，美酒虽好，切莫贪杯。

无论酿制方法还是瓶身设计，扭转乾坤将老子文化运用到极致。考虑到用户体验，扭转乾坤尝试增强包装的时尚性和趣味性，并通过小瓶装、分层喝的方式将健康理念融入之中，极具匠心的打造一款让用户尖叫的产品。

产品如何创新？互联网时代，各种花样玩法层出不穷。但归根结底，用户需求才是创新方向。作为中国最古老、传统行业之一的白酒行业，面对创新这个关键词，应该是更多更深入的从文化层面进行思考，总不能一直赔钱赚吆喝。只有扎实研究当前用户群体的需求本质，紧跟消费者，真心实意的将消费者放在最重要的位置，潜心打造极致痛点的创新产品，才能在风雨飘摇的商海中独善其身。没有夕阳的产业，只有夕阳的企业，你说呢？



● 仰韶酒业董事长侯建光(左)到白酒博士后研发基地考察

仰韶加强研发陶香型白酒

11 月 8 日，中国白酒工艺大师、仰韶酒业董事长侯建光，走进仰韶白酒博士后研发基地与博士后公寓，考察了陶香型白酒课题的研究进程及仰韶技术人才的工作生活环境。

参观过程中，侯建光说，“我们做的一系列努力只为两个目的，一是白酒食品安全，就是要为消费者生产质量过硬、品质优良的好酒，喝着放心。二是要研究白酒风味，做陶香独特风格，要好喝，喝着舒心。”

早在今年 4 月 8 日，河南首个“白酒博士后研发基地”落户仰韶；今年 6 月 9 日，河南仰韶酒业有限公司博士后研发基地陶香型白

酒科研项目开仪式举行之后，一直以创新营销与品质担当引领豫酒风尚的仰韶酒业即依托自身资源，就陶香型白酒中特性香味成分、陶香型白酒中多香整合工艺，以及陶香型白酒酿造环境中微生物成分等多项领域展开科研。

通过半年多的技术攻关，陶香型白酒的理论基础目前正逐渐完善，仰韶当地区域特异性微生物的环境变化过程、窖泥老熟、糟胚微生物变化过程，以及这些对陶香型白酒的风格和口味形成的影响等，也均得到有效的技术支撑，陶香型科研项目取得了突破性进展。

(霍坤峰 文 / 图)

皇台酒业遭遇亿元诉讼

连续两年业绩亏损被实施退市警告的皇台酒业，今年以来接二连三遭遇债务诉讼。

11 月 9 日晚间，皇台酒业发布重大诉讼公告称，公司收到甘肃省武威市中级人民法院就甘肃皇台酿造(集团)有限责任公司(以下简称“皇台酿造”，为北京皇台商贸有限责任公司的控股股东)诉公司的借款合同纠纷一案的应诉通知书（2015 武中民初字第 80 号）。

值得注意的是，北京皇台商贸有限责任公司是皇台酒业第二大股东，持股 2466.79 万股。

公告显示，皇台酿造在起诉状中称：自 1998 年开始，双方之间发生经济往来，经核对，截至目前皇台酒业欠付其款项共计人民币 60851238.13 元及利息 38742133.66 元。皇台酿造请求判令皇台酒业偿还欠付的全部款项。

白酒行业分析师蔡学飞表示，皇台酒业正处在退市保卫战的关键时期，此时关联企

业提起诉讼，主要是由于前任股东股权分割不均，内部利益博弈造成。事实上，这不是皇台酒业第一次遭遇债务诉讼。今年 5 月，皇台酒业刚通过土地转让款折抵方式摆平与前任大股东北京鼎泰亨通有限公司纠缠数年的借款纠纷。

据悉，6 月，北京中视智扬广告有限公司因拖欠广告费将皇台酒业及其子公司与经销商分别告上法庭。10 月，法院判决皇台酒业偿还广告宣传费及相关逾期利息。

皇台酒业发布三季报显示，营业收入 2873.33 万元，同比上升 61.28%；归属于上市公司股东的净利润 792.71 万元，同比上升 270.28%。

由此可以看出，上亿元的债务对于皇台酒业来讲绝非小数字。数次诉讼官司以及债务偿还，让刚刚扭亏为盈的皇台酒业前路更为艰辛，皇台退市保卫战的获胜几率也大打折扣。

(刘一博 朱欣悦)

白酒业创新产品破困局

近日，安徽省城市民唐先生收到了从网上定制的婚宴白酒，酒瓶包装、白酒度数、年份等都是私人定制，独一无二。“虽然定制白酒的价格高一些，但定制白酒上有新人的印记，我相信在之后的婚宴上，白酒也将是出彩的一环。”

据了解，目前市场上各大酒企都相继开展了定制酒业务。自去年开始，茅台成立个性化定制营销有限公司；古井贡酒推出“年份原浆原窖定制”服务，定制业务从单纯的产品定制到酿造、存储、勾调、包装、运输一条龙式定制服务的升级。此外，不少区域品牌也加入了定制酒的行列。

除了定制酒，健康酒也日益成为消费者关注的焦点。10 月 26 日，记者在随机采访中发现，消费者对白酒的需求从质到量都发生了很大变化，不少人笼统的认为白酒有害身

体健康，白酒面临着“健康危机”。零点研究咨询集团发布的《中国白酒消费趋势白皮书》调研显示，关注白酒酒精度数过高带来的健康问题，正成为消费者饮用白酒的考量因素。在这样的背景下，除了推出个性化定制酒，不少白酒企业也开始关注健康养生酒。

10 月 24 日，记者走进位于安徽省亳州市的古井集团，酿造车间内一条条生产线正忙碌运行中，科技楼中“质量为天”的宣传标语随处可见。“今年推出了不少健康酒新品，包括‘九酝春酒’‘养生酒’‘健康开坛酒’等，升级预调酒品牌‘佰色’，酒精度由原来的 9 度降为 4 度，满足市场需求。”在一堆精密仪器中间，技术中心副主任何宏魁说，“我们不仅对酒的品质进行严格把关，还会对白酒的有益成分，以及对如何更好贮存白酒进行相关研究，这样才能不断优化酒体，满足持续升级

变化的消费需求。”

白酒的质量安全一直受到社会各界关注。安徽省食药监局日前印发的《关于白酒生产企业建立质量安全追溯体系的指导意见》指出，各地将通过指导白酒生产企业建立质量安全追溯体系，实现白酒质量安全顺向可追踪、逆向可溯源、风险可管控，发生质量问题时产品可召回、原因可查清、责任可追究，切实落实质量安全主体责任，保障白酒质量安全。

“白酒经历了 2 年多的寒冬时期，产业要发展，必须把握市场消费趋势的变化，为消费者提供质优、安全、放心的白酒。”安徽省酒业协会相关负责人表示，“少喝酒、喝好酒”的观念已经日益深入人心，基础好、创新能力强，符合国家政策和社会发展要求的酒企，将迎来更好的发展机遇。(何朝)