



●杨朝辉表示:欢迎更多合作伙伴分享芝溪玉液产业融合发展项目,携手推动白酒行业的发展,共同促进,相互依存,共享多赢的成果。

# 聚家乡天地精华酿造一瓶好酒

## ——四川芝溪酒业有限公司董事长杨朝辉访谈

■ 本报记者 何沙洲

在记者的采访中,所接触的那些能够称得上企业家的人,骨子里都有一种叫做理想的东西,理想使他们去创造企业,构建企业持续发展的核心竞争力。四川芝溪酒业有限公司董事长杨朝辉无疑是个理想主义者,七年来,他奉行“孝忠诚善”的经营理念,努力酿造川中多粮复合的“清香型”白酒“芝溪玉液”产品,带动当地农户共同打造蓬溪的白酒产业。

从成都乘车往东行驶两小时就到蓬溪县,蓬溪全县森林覆盖率近40%,生态环境良好,自古有酿酒的历史和渊源的酒文化。记者12月走进位于蓬溪上游工业园区的芝溪酒业公司那天阳光灿烂。在参观企业文化展示和陶坛藏酒库时,杨朝辉看见记者闻着空气中的酒香舒畅表情笑着说:“一方水土养一方人,一方水土造就一批区域特产。”他表示,芝溪酒业公司就是采用“公司+基地+农户”的订单农业模式,聚家乡天地精华,在老祖宗传承工艺的基础上实施科技攻关,为家乡、为国人酿造一瓶好酒。

经过七年扎扎实实打基础,踏踏实实抓管理,老老实实帮用户,芝溪酒业目前正在规划建设第二期生产研发和文化产业基地。杨朝辉表示,下一步将全面推进白酒产业链建设,更好地提升“芝溪玉液”竞争优势,并确保税收、员工高收入、多解决就业人员,企业盈利发展,为当地社会经济发展贡献更大的价值。

采访交流中,记者和杨朝辉一样,对芝溪酒业的明天充满信心和期望!

### ●行善有福报,芝溪酒业公益事业投入还将增加

记者:走进文化及产品展示厅一眼就注意到墙上“孝忠诚善”四个大字,贵公司为何这么重视孝忠诚善?

杨朝辉:“孝忠诚善”不仅是中国传统文化的核心,也是感恩文化的灵魂。我们将孝忠诚善作为企业的核心理念,也是芝溪玉液人的经营行为准则。儒家思想认为:在家事亲有“孝”,才能在外做事尽责有忠诚之心;做事先做人,人品不好,就得不到别人的尊重,也不可能干好工作,更谈不上所谓事业。芝溪玉液人爱岗敬业做好产品就是对合作伙伴和客户最大的忠诚。食品安全是关乎人人的重大基本民生问题这一特性,决定了优良信用是食品企业的生命线。白酒这个产业可以带动20多个行业发展,芝溪人坚持以“诚信服务,质量第一”的经营原则做好酒,是“芝溪玉液”赢得良好信誉的前提,也是芝溪酒业实现持续发展为社会创造更多财富得以行善感恩的基础。

记者:据悉,贵公司成立了一个“芝溪玉液”冠名慈善基金会,支持蓬溪20多个社会组织。慈善已经是贵公司发展中的长期行为。

杨朝辉:在现代管理之父彼得·德鲁克看来,利润不是企业经营管理的目标,而是企业发展的结果。企业的存在远远比追求利润重要得多,要想实现基业长青,企业和企业家就必须将目光从“利润”上移开,为自己树立更加高远的目标。芝溪玉液在发展企业的同时,也在积极投身社会公益事业,“芝溪玉液”慈善基金会已经连续3年支持蓬溪20多个社会组织

在各个领域为蓬溪经济社会发展服务,帮助贫困学生、资助3个孤儿分别到18岁(现分别是7岁、10岁、12岁),困难群体解决实际困难,至今各类慈善金达170多万。一家有着良好的社会口碑、品牌形象正面的企业,必然敢于担当,勇于承担企业社会责任,对于食品企业来说,尤其如此。慈善基金会之举仅仅是芝溪酒业公益事业的一部分,随着企业发展未来对公益事业的投入还将继续增加。行善有福报,通过系列公益活动的开展,“芝溪玉液”品牌的知名度和影响力得到有效提升,深受社会各界和广大消费者赞誉;公司员工也受到很好的教育。

### ●做酒要继承和发扬白酒文化中以诚待客的经营之道

记者:作为四川多粮复合酿造的“清香型”白酒,“芝溪玉液”有什么特色?

杨朝辉:一般清香型白酒是单体粮食型,“芝溪玉液”是五粮酿造的复合清香型白酒。“芝溪玉液”采用老祖宗传承酿酒秘方和传统工艺,以高粱、玉米、小麦、糯米等纯粮为主要原料,用固态发酵,经蒸煮、发酵、糖化、醇化、蒸馏、贮存、勾调创新开发的清香型白酒,酒体柔和协调、酒味醇香清雅、余味悠长,且具佐餐、佐药、佐烹饪三大功效,该产品无论品质、口感还是香味以及内在理化指标均达到国家高端“清香型”白酒标准。

记者:目前,“芝溪玉液”正在申请中国地理标志产品保护标志。这对于贵公司的发展将是极大的帮助。

杨朝辉:芝溪玉液历史悠久,沉淀着蓬溪古老的酒文化,传承了独特的酿造工艺。为进一步提升和保护“芝溪玉液”地域品牌,促进地方经济发展,2014年9月县政府专门成立了地理产品保护领导小组,将多粮“清香型”白酒



●市两区人大代表对芝溪玉液高度赞赏

“芝溪玉液”纳入了地理标志产品保护申报。通过申报地标产品这一过程,充分突出地标产品的品牌价值,也充分说明品牌产品有强烈地域特色。比如白酒是有生命的,它生含的微生物达几千种,地域环境不同,微生物就不同,地理和区域性是不能复制的。原四川农业大学教授李勇长期研究丘陵地区绿色经济,他说,蓬溪的土质纯净,几乎没有对人体有害的重金属;蓬溪土壤系紫红色富钾土壤,植被茂盛,这些天时地利因素,为蓬溪绿色产品成长提供了温床。芝溪酒业就是充分利用蓬溪丰富的自然优质资源,聚家乡天地精华,在原有传统工艺的基础上科技创新,使“芝溪玉液”在当代更加醇美芳香,为家乡、为国人酿造一瓶好酒。

记者:贵公司提出“秉承传统工艺,彰显时代特色”,对于传承与发扬,贵公司是如何理解

和做的?我看见在公司文化展示厅,不仅诠释了生态、低醉、健康饮酒理念,还将“芝溪玉液”的酿造工艺展示了出来,这么做的目的是什么?

杨朝辉:新“芝溪玉液”在创业初期就大打科技创新牌,但是在秉承传统工艺基础上,既要传统白酒工艺进行改良,更要保存传统酿造的长处。国家酒检中心酒类感官鉴评专家委员会主任、国家酒检中心白酒鉴评组组长钟杰老师到公司指导工作时说,我们白酒产业要发展下去,就要将老祖宗传下来的与现代科技相结合;他提出了振兴白酒产业六个字“回归,理性,整合”。的确如此,白酒在工艺上不能过于用现代工艺,要合情合理去创新工艺,不是丢掉基础性的东西去创新,秉承传统工艺重在推陈出新,不是去搞花样翻新;要回归传统文化的诚信,要理性地去做酒,该用什么粮食就用什么粮食,要讲清楚,不能忽悠消费者,要继承和发扬白酒文化中以诚待客的经营之道。

同时,芝溪玉液除了整合统一原料、统一标准、统一检测、统一勾调、包装外,还在与社会各种有利芝溪玉液推广发展的资源进行整合。白酒业健康发展不是大鱼吃小鱼,是要按照共享社会资源的原则,来携手推动这个行业的发展。我们将芝溪玉液酿制的工艺流程公示,就是要让消费者和经销商了解芝溪玉液从生产到市场流通的全过程,通过这种形式,不仅让他们明白了解芝溪玉液是在继承的基础上有所创新,是始终在奉行“孝忠诚善”理念为他们提供一流的产品,一流的服务,而且拉近了企业和他们之间的距离,也是在整合积累支持芝溪发展的社会资源。

### ●欢迎更多合作伙伴分享芝溪玉液产业融合发展项目

记者:企业的发展不仅要有科技创新支



●杨朝辉向足球运动员介绍芝溪玉液

持,更要有质量安全的保证。芝溪酒业是如何建立质量安全保障体系的?

杨朝辉:市场经济,大浪淘沙,酒类企业的竞争已经演进了白热化的程度。为了能坚守在行业的制高点上,芝溪酒业在获得QS认证的基础上,积极导入并全面执行ISO9001质量管理体系、ISO22000食品安全管理体系、HACCP食品安全管理体系和ISO14000环境管理体系等国际管理体系的规范,目的就是通过对加工过程的每一步进行监视和控制,确保产品在消费和生产、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。芝溪玉液每一瓶酒在用蓬溪的好粮好水酿造出来经过检测陶坛封藏几年后,在瓶装前还要经过公司重金进口的设备检测。

芝溪一直绷得很紧的食品质量安全这根

弦的触觉,早已伸到原料种植的环境、水土环保等。芝溪玉液酿造粮食原料供应要求合作伙伴都要符合严格质量管理标准,依托于质量稳定的采供体系,不仅为公司节约了成本,支援了当地的新农村建设,而且还在提高经济效益的同时,提高了芝溪玉液五粮酿造复合清香型白酒的质量。实际上,“孝忠诚善”不是芝溪酒业写在墙上的口号,而是已融入到企业文化中,落实到了企业负责人以身作则的行为中,落实到了企业采购、生产和销售每一个环节的执行力中,并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”!

记者:您获得“2015川商明日之星”奖时,曾经给了创业者三个字“慢、准、稳”,这应该是您创业经营多年总结的宝贵经验。

杨朝辉:芝溪酒业创业七年来就是按这三个字在做,恢复和打造“芝溪玉液”品牌是创业初就定好了的战略目标,方向决定出路,但有了方向还要视企业的实际情况和社会经济环境来决定步伐;芝溪走得慢,是边走边思考,看准走的每一步,不乱投资,不这山看着那山高,不心浮气躁去急功近利搬了石头砸自己的脚。当然,芝溪绝不是消极的求稳,只是在发展中防止复杂环境下可能发生的系统性风险和重大错误;我们七年来是在扎扎实实做事打基础,努力以优秀的企业质量来赢得发展的空间和机会。2017年是芝溪酒业创业年,“抗战八年”后芝溪酒业将从战略准备走向战略相持阶段,要在市场辐射范围上拓展,为了支撑这个发展,芝溪酒业在工业园区的二期建设项目明年就要启动。

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觑;同时,白酒作

“全民健身足球赛”、“芝溪玉液”遂宁好吃嘴、“芝溪玉液”国光太极拳比赛、“芝溪玉液”网络年货节、“芝溪玉液”乒乓球比赛、“芝溪玉液”钓鱼大赛、“芝溪玉液”送温暖欢乐演唱、“芝溪玉液”散文诗歌笔会、“芝溪玉液”书画创作展、“芝溪玉液”大型摄影采风、“芝溪玉液”美丽蓬溪最美人物评选等一系列公益活动、交流活动,挖掘白酒文化精髓,演绎白酒文化时代风采。

企业产品最权威的品评人,是社会,是老百姓。当今企业面对的是一个买方市场,面对的是一个超竞争的市场环境,而企业竞争的本质是为社会、为老百姓创造价值。企业以什么方式对待社会、老百姓顾客,社会、老百姓将以什么方式回报你,这是市场经济的自然法则。企业起源于百姓,成也百姓,败也百姓。“芝溪玉液”每次活动中每一位参加和互动的人,都是芝溪玉液的品评师,都是芝溪玉液产品研发和市场营销的高参,都是白酒文化的传播人。多年来脚踏实地地策划开展活动,使老百姓不仅能从芝溪玉液获取最大受让价值,更能享受到芝溪“以人为本”的高品质服务。公司不仅取得了良好的市场业绩,也赢得了市场良好的口碑和业界的赞誉。这也说明,企业在为社会和老百姓创造价值的同时,就在提升企业的核心价值。

记者:您可以介绍就要启动的二期建设项目吗?这是一个携手共谋共享未来的时代,您在谋划芝溪未来有什么想法?

杨朝辉:芝溪二期项目将修建酿造车间,酒文化塔,两个五人制足球场,一个四合院综合大楼,包括酒文化展示、文化培训、酒检测中心和扩大酒藏库,将开展酒藏陶坛的定制活动。芝溪投入修建工艺更领先、标准一流的低碳环保的生产基地,是希望能更好的为社会、老百姓提供更好的产品、价格和服务,让奉行“孝忠诚善”理念的芝溪能主动更好承担起与社会各利益相关者之间的和谐义务,从而实现



●芝溪玉液酿造中

芝溪“人和,事和,财和”的和谐发展,芝溪玉液发展的最终目标为:为本地白酒产业的发展奠定坚实基础,能长久为本地制造税收,能够不断的为本地解决就业人员,能够让员工获得高福利、高工资,能够不断为慈善事业作贡献。

传统的企业都是立足于个人(股东)本位,以最大限度地营利实现股东利润最大化为唯一目标;而社会责任则要求现代企业除了实现股东利润最大化外,还应该尽可能维护和增进社会利益。就像克雷格·霍尔在《负责任的企业家》说过的那样:“企业家可以并且也应该成为推动社会发展的重要力量;企业家可以并且也应该相互协作,把饼做大,使各方都能获益。”芝溪酒业欢迎更多合作伙伴来分享芝溪玉液产业融合发展项目,携手推动白酒行业的发展,共同促进,相互依存,共享多赢的成果。