

名师带徒 经典品牌酿经典



■ 衣涛

21 世纪最重要的是什么? 人才! 质量是根,人才为本。确保酿造出的啤酒品质上乘,是每一代青啤人不懈的追求。有人说,青啤人对于产品质量有着近乎神圣的敬畏感,在那里,每一位酿造者都有一种渗透到骨头里的对品质的严谨和信仰。百年来,究竟是怎样的环境和机制才能“酿造”出青啤非凡的“酿酒师文化”? 记者近日带着疑问走进青岛啤酒二厂,探寻青啤公司人才培养的奥秘。

名师带徒如教子

李新海, 青岛啤酒二厂酿造部过滤工段工段长,自进入青啤工作以来,就一直从事啤酒的过滤工作。凭借 25 年来对本职工作的极致追求, 他逐渐从一名普通过滤工段操作工成长为青啤公司过滤技术的顶尖人才。日前,记者在青岛啤酒二厂的酿造车间,见到了这

位山东省首席技师、人称“过滤王”的李新海。据悉,自 2004 年成为工段长之后,李新海便着手开始了过滤清酒生产操作系统的升级换代,他将多年的操作经验,与新设备、新工艺、新标准有机结合,重新编写了从清酒系统操作标准到刷洗操作流程等一系列过滤标准文件,在全公司范围得到推广和复制。

“工匠就是一门手艺,青啤的酿造手艺,要通过师傅的‘传、帮、带’和口传心授一代代传承下去;工匠精神是执着地追求这门手艺的精湛,要一丝不苟、精益求精,这种精神更要代代传承,这是百年青啤的魂。”记者了解到,作为前辈,李新海还把自己一身的技术毫无保留地传授给自己的团队和同事,目前

“青啤的酿造手艺,要通过师傅的‘传、帮、带’和口传心授一代代传承下去;工匠精神是执着地追求这门手艺的精湛,要一丝不苟、精益求精,这种精神更要代代传承,这是百年青啤的魂。”



所教徒弟有 5 人成长为公司酿酒师,20 多人成长为各个工厂的技术骨干, 青岛啤酒二厂酿造部过滤工段乙班班长孙世忠就是其中一位。

“师傅平时很和善,生活中一直将我们兄弟几个人当孩子来看,但只要涉及工作、研发,我们总能被他身上那股精神所感染。”孙世忠告诉记者,自己入厂至今,他不但从师傅李新海身上学到了啤酒生产的技术,更继承了那份追求极致与完美的精神。“啤酒生产是一门技术,更是一份责任,在未来的时间里,我一定会把这份责任承担起来,并传承下去。”孙世忠这样说。

构建定岗师徒体系

“除名师一对一带徒外,我们还引入差距分析和 OJT (上司和老员工对普通员工通过日常工作,对必要知识、技能等进行教育)培训模式,在全公司提出建立了标准化定岗师徒体系。”青岛啤酒管理学院院长助理史传珉透露, 青岛啤酒公司目前有一线员工技能操作人员 1.6 万余人, 分布在全国各地 60 多家工厂, 庞大的员工基数使得构建标准化定岗师徒体系成为必然。

据史传珉介绍,青啤公司通过明确岗位技能标准,组织专家对每个工位的技能点进行详细梳理,制定岗位技能标准,形成岗位

春来之际 做酒商必须做对这四件事

■ 云涛

2 月 3 日农历立春,也是二十四节气的第一个。一年之计在于春,对于酒商而言这也意味着新一年打拼的开始。想要实现鸡年大吉开门红,酒商必须做好哪些准备呢?

谋战略: 格局决定未来

在酒类流通行业竞争已经充分白热化的今天,酒商的前途和未来,很大程度上取决于其战略格局的高下。

按照经营方式,酒商分为品牌运营商、区域代理商、二批商、零售商等。而按照商业模式,又可以划分为传统代理商、酒类连锁商、电商、团购商等。

从发展趋势看,传统的酒类代理、批发、团购生意越来越难做, 酒类销售中零售、电商、O2O、定制等业务大幅上升已经成为趋势。

看清了行业趋势,酒商还要结合公司去年经营实际复盘。如果您是一家主要以传统酒类代理为主的公司, 切换到 B2B 电商模式难度很大,因为 B2B 模式对供应链要求很高。而您公司如果主要经营茅台、五粮液等名酒,要代理中低端系列酒运作商超、烟酒行、餐饮渠道,在销售网络和团队匹配等方面也会水土不服。老板要考虑的,就是怎样找到最符合公司实际、最能发挥公司效率、又符合行业发展的经营模式。好高骛远和故步自封,都将成为公司发展的大敌。

春来之际, 酒商谋划何种战略播下什么

种子,将决定收获的是龙种还是跳蚤。

炼团队:21 世纪人才最值钱

春节后酒商业务团队迎来大调整已经成为行业惯例。一是员工的职业规划一般按照年度进行,想要离职的员工一般会在年底提出,部分人还会在年初拿到年终奖后离开。一句话:想走的人年初都会走。二是公司也会根据业务规划和去年运营情况调整团队,补充新军、裁减冗员。因此很多酒商开年后都会出现“大换血”。

酒商“大换血”一是要注意管理团队的相对稳定,二是要注意人员正常离职率不要太高。广东酒类行业资深职业经理人周巍表示,如果团队人员正常离职率一次超过 15%,那就说明公司在管理体制、薪酬设计、业绩考核等方面有问题,应该引起老板高度重视。

实施“换血”之后,团队是否具备狼性能打硬仗还需要“锤炼”。而春节之后到五一之前,白酒、葡萄酒基本都是小淡季。按照行业“淡季做市场、旺季出销量”的原则,这也是进行市场建设、团队打造的最佳时机之一。对于希望实现“开门红”的酒商,团队建设要把握三大原则。

第一,如无特殊情况,保持中高层管理团队的相对稳定,避免临阵换帅军心不稳。第二,对于业务执行层,合理的人员流动和淘汰不可避免。但是对于离职的员工,最好听取其意见,双方好说好散而不是反目成仇。第三,酒类流通行业人员流动频繁,春节以后是人员调整最大、最明显的季节。酒商必

须建立好内部人力资源流程, 依靠规章制度选人、用人,才不会出现旺季人手短缺、淡季人满为患的情况,实现公司化运营。

补弹药:打胜仗还要产品硬

酒商在区域经过一年甚至多年的运作后,对产品在当地是否适销对路,厂家合作和支持力度,竞品市场格局等都有了相当了解。新的一年开始了,对代理的品牌也应该梳理和取舍。上海观峰咨询董事长杨永华表示,经销商对自身产品也要优胜劣汰,通过产品梳理,结合上年度和春节期间的产品走势及竞品的走势,确立主推产品以及需要补充的新品。部分行业领军企业也会根据市场反馈,进行产品品类的增加或者调整,例如将白酒和进口葡萄酒的销售比例从 8:2 调整为 7:3 甚至更低,增加进口啤酒的销售比例并取得了较好效果。

产品调整对于酒商而言属于日常工作,只不过开年以后调整的比例和几率会比较大。酒商要把握好三项原则:

第一,厂商合同一般以一年为限,开年以后也是厂家调整经销商的高峰期。每年 3 月的糖酒会是厂商对接最佳时机,要换产品补充弹药的经销商应该提前准备。

第二,经销商不管是接新品还是增加老产品品类,基础是销售和市场数据。“不打无把握之仗”,酒商的把握就是自己对市场的掌控运作能力。

第三,产品都有生命周期,经销商只有具备前瞻和预判能力才能骑上黑马获得高速成



长。就像近几年的毛铺苦荞酒等,造就了一批成功的经销商。

研战术:落地和执行是关键

完成了战略布局、团队构建、产品梳理之后,新年伊始酒商能否实现开门红,关键就在于能否将营销动作落到实处。

上海观峰咨询董事长杨永华认为经销商需要做好如下战术动作:一是渠道整理,经销商要对下线网点按照销量和合作忠诚度实施分类,重新定位金、银、铜牌合作伙伴。并根据分类实施具体的年度合作方案。二是根据酒类的市场运作规律和周期,制定相应的市场运作规划。主要是渠道开发和新品推广计划。

技能清单。例如,糖化工岗位可分为 6 个技能模块,共 79 个知识技能点,对这些技能点掌握的熟练程度,是一名糖化操作工是否胜任岗位的标准。此外,史传珉还告诉记者,在日前开展的定岗标准化师傅带徒中,青啤公司按照每个岗位的技能标准和工序,组织专家编写培训课程,针对不同岗位、不同对象,体裁衣,制订合理的授课计划,保证员工能够安全、独立、高效地完成本岗位技能操作任务。

名校合作培养酿酒骨干

对青啤公司而言,啤酒酿造是其立足之本,为培养更多的酿酒人才,近年来,青岛啤酒还与国内外多所优秀高校、企业建立了长期人才培养合作徒关系,从一线操作人员到高级酿酒师,汲取最新的酿造技术,为青岛啤酒不断注入新鲜活力。以江南大学为例,由于拥有国内首屈一指的啤酒酿造专业,早在上世纪 70 年代,青岛啤酒就与其建立了酿造人才联合培养的战略合作关系,选拔一线酿酒师到高校深造;之后,随着青岛啤酒发展步伐的加快, 青岛啤酒与江南大学的合作也不断深入。

此外, 青岛啤酒持续推进人才国际化战略,开展更丰富、更多维度的人才培养计划,为啤酒产业升级打通更广阔的发展空间。“青啤公司还与慕尼黑杜门斯啤酒学院有合作关系, 由他们为我们专门培养酿造技术和管理人才。”史传珉透露,双方合作定制的“青啤-Doemens 酿酒师班”已经毕业两届共 27 人,并针对性建立了“未来酿酒大师”的培养方案。这是青岛啤酒公司培养国际化酿造人才的新尝试,也是为支持青岛啤酒公司的可持续发展储备国际化酿造人才。

教学研发并重 服务推动产业发展

四川理工白酒学院酿酒行业人才培养贡献突出

生物研究、酿酒工艺及副产物综合利用研究、酒体设计及应用研究、酒类信息技术与自动化研究等科研团队,通过学术交流和合作,促进了科研人员的成长。学院的团队精神发挥了巨大的潜能,在酒类研究领域取得了良好的成绩,积极抢占行业技术制高点,凝聚和培育了一批行业优秀领军人才。

强化教学科研平台建设。近十年来,自建与中国科学院成都生物研究所、宜宾五粮液集团公司、泸州老窖集团公司、四川大学、四川省生物技术协会、四川省酿酒协会等单位企业,共建酿酒生物技术及应用四川省重点实验室、四川省白酒生物工程技术研究中心、四川省绿色酿造技术创新联盟、四川省川酒产业技术创新联盟、四川省食品和发酵工程实验教学示范中心、国家固态酿造工程技术研究中心、人工智能四川省重点实验室、川酒发展研究中心、固态酿造四川省博士后创新实践基地、固态酿造关键技术研究四川省院士(专家)工作站、川酒国际文化传播研究中心、传统酿酒产业改造升级四川省 2011 协同创新培育中心、食品质量与安全四川省 2011 协同创新中心、四川省白酒酿造产业技术研究院等主要教学科研平台。

硬件设施得到进一步完善。近年来,学校大力加强硬件建设,本学科共投入 3000 余万元资金,购置了一大批大型精密仪器设备,进一步完善了实验室的硬件设施。主要配置的

设备有气相色谱质谱联用仪、全自动凯氏定氮仪、自动微生物鉴定仪、连续流动化学分析仪、高通量测序分析系统、发酵罐、微生物鉴定系统、厌氧培养系统、蛋白质纯化仪、双向电泳仪、正置荧光光学显微镜等 70 多台大型进口仪器设备,目前设备运行状况良好。诸多设备的引进,具备从事酒类物质定性、定量研究的能力,有力地支持了实验室的科研工作,在省内甚至国内处于领先水平。

白酒学院诸多仪器设备长期服务于大曲质量、酿造微生物、酒类成分分析检测等方面的研究。每年有近 380 人次的校内教师和学生利用实验室大型仪器设备开展科研项目,检测样品数已达 6 万个。同时,白酒学院还与多所高校、科研院所、企业进行技术合作,结合学院科研平台的基础优势,开展仪器设备协作共用,实现了仪器设备的开放服务和资源共享。十年来,为大小型企业分析检测样品总数已多达 5000 个,大大提高了仪器设备的使用率,充分发挥了仪器设备在科研、人才培养和社会服务工作中的作用。

加强人才培养。白酒学院利用地处中国白酒金三角核心位置优势,积极融入区域经济发展,围绕人才培养需求,在酿酒原材料质量控制、白酒酿造生物技术、产品质量安全控制等领域开展了众多具有重要意义和价值的理论研究和技术开发, 学院已发展成为食品发酵领域人才培养特色鲜明, 综合办学实力不断增强, 国内具有一定知名度的应用型创

新型学院。

专业彰显特色优势

白酒学院所设专业在白酒等发酵食品的科学研究、人才培养等方面彰显学科特色与优势,形成了本科生、硕士生的多层次办学格局,培养具有较强的学习研究能力、信息处理和综合应用能力、创新创业和实践能力、有责任感和奉献精神白酒领域高级专门人才。

在招生与就业方面,学院在 30 多年的办学中,共招收食品、发酵类专业学生 4918 人,毕业派遣人数 5468 人。毕业派遣人数超出高考招生人数 550 人,主要来自校内外专升本学生和转专业学生。近年来,高考招生人数不断增加,2016 年突破 560 人,生源主要来自四川、贵州、重庆、云南、湖北、山西、安徽等省份。高考录取分数也逐年攀升,2016 年二本录取分数段 499 分,高出省控线 54 分。酿酒工程自 2015 年起在一本招生,酿酒相关专业生源质量不断提高。生物工程专业招生与毕业派遣人数逐年增加,酿酒工程专业自招生以来已累计招生 414 人。

近年来,白酒学院白酒酿造相关专业就业率始终保持在 98%以上。就业对口率高,大多数毕业生选择到白酒、啤酒酿造等相关企事业单位工作, 学生考研和创新创业人数也逐年增加。约 63.5%的学生选择到白酒企业工作,其中绝大部分在川内白酒企业供职。作为以白酒酿造为主要特色的学院,白

酒学院近年来在内涵建设和外延发展方面取得了长足进步,专业设置、师资队伍方面的行业特色不断加强,重点学科建设、实训平台与社会服务建设成果显著。

学院根据白酒酿造行业企业实际需求,面向企业各级各类管理与技术人员,提供技术提升、工艺优化、管理创新等各类培训,共培训学员 2000 多人,为白酒行业的健康发展提供持续的人力和智力支持。

近 5 年,白酒学院共承担各级各类横向项目 150 余项,其中省部级项目 40 余项,横向课题 90 余项。白酒学院科研人员在《食品科学》、《现代食品科技》、《酿酒科技》等行业权威刊物上共发表学术论文 550 余篇,其中核心期刊 330 余篇,SCI 收录 20 余篇,EI 收录 60 余篇。出版酒类著作和教材近 20 部。申请专利 220 余项,获得授权发明专利 30 余项,实用新型专利 10 余项。技术成果转让及产业化项目 10 余项。获得省市科技进步奖 20 余项。完成酒类科技成果鉴定 20 余项,均达到国内领先或先进水平。共举办各种学术报告 50 余场,30 多名国内外著名专家莅临该校进行学术交流与合作。

据了解,四川理工生物工程学院、白酒学院院长罗惠波,长期致力于酿酒工程科研与教学工作,在酿酒微生物、酿造工艺、新产品开发等研究方面卓有成果。近 5 年来发表学术论文 80 余篇,承担及完成科研项目 30 多项,其中国家、省、部级 12 项,横向项目 15 项,科研成果产业化 3 项,获得国家发明专利 4 项,获省科学技术进步奖 2 项。

“白酒产业是四川食品工业的核心产业,我们在推进白酒产业提升方面做出了一些成绩,我们希望在新一轮四川加快产业转型升级发展中积极作为, 使四川白酒产业在整个经济发展中占有更大比重。”罗惠波谈到。