

创领中国芝麻香

专访山东景芝酒业股份有限公司党委书记、董事长、总经理刘全平

酒以镇而得名,镇因酒而知名。这说的就是被世人誉为“千年古镇”的山东景芝镇。自古名酒多出于古镇,景芝亦然。到过景芝镇的人都饮过景芝酒,而饮过景芝酒的人却未必到过景芝镇。只有饮过景芝酒又到了景芝镇,才能领略到景芝的神奇。

9月25日,秋高气爽,记者如约赶赴山东景芝酒业,见到了该企业董事长、总经理刘全平。初次见面,刘全平更多的是一份平易近人,一份淡定洒脱。随着他幽默而睿智的谈吐,我们开始感受他的景芝人生,开始感受景芝的佳酿神韵……

□本刊记者 李寅华

“芝麻香有了”

在中国酿酒史上,茅台的酱香、五粮液的浓香、汾酒的清香等几大香型见证着中国的酿酒文明,创造一个白酒新香型,成为中国白酒界追求的一个方向。

目前在山东的白酒行业,提及最多的无疑是芝麻香,当被问到如何评价山东的“芝麻香”时,刘全平说:“无可争议,景芝芝麻香不仅是景芝的,也是山东的,更是中国的。”

让时光回溯到上世纪1957年9月,山东著名酿酒专家于树民在景芝酒厂品酒时,从传统白酒——景芝白乾中品出一股淡淡的芝麻香味,这是白酒中第一次发现芝麻香。这“芝麻香因子”,让景酒人率先在全国踏上了追梦的漫漫长途。专家认为,“景芝酒”是融合当地地质、水质、气候等自然条件以及特有的微生物菌种,凭独特的酿造工艺,经高温发酵堆积,形成的一种独有的“芝麻香因子”。

从上世纪80年代起,景酒人和山东各类科研机构合作,从生产工艺、微生物菌种、原酒储存、特征成分剖析等方面入手,对芝麻香作了大量深入研究,分析出产生芝麻香的主要成分,掌握了酒类发酵、蒸馏、贮存过程中香味成分的变化规律,并化验分析出了产生芝麻香的主要成香成分。

景酒人抓住这一科研项目不放,在芝麻香的明显特征上狠下功夫,取得了初步成果。1985年,景芝酒厂召开山东芝麻香科研成果评鉴会,时任贵州茅台酒的总工程师季克良应邀出席,他为景芝攻克了芝麻香难关感到高兴,他一口一个“难得!”当场挥毫题写了“芝麻香有了”五个大字。

岁月悠悠,当年的这种芝麻香风味在景酒人几十年的艰苦历练中成长,并逐步走向成熟。由他们开发出的芝麻香代表产品——景芝神酿(一品景芝),2001年与

茅台王子酒、五粮春酒等一举获得“中国白酒著名创新品牌”,显示出“芝麻香”在中国白酒家族中的重要地位。

此后,经过进一步完善酿酒工艺,“芝麻香”口感的典型性达到了新的水平。至2006年在全国成功首创了芝麻香型白酒——一品景芝,对于山东而言,弥补了快快酿酒大省、销售大省一直没有自己香型代表的遗憾。2007年受中国标准化中心的重托,公司为主制定了“芝麻香型白酒国家标准”。2008年7月1日被国家质检总局批准公布一品景芝为“国家地理标志保护产品”。2009年9月11日,茅台集团董事长季克良再次专程到景芝酒业考察,并亲笔题词“一品景芝,芝麻香鼻祖”。

都说十年磨一剑,景芝酒业历经50多年的探索和磨砺,芝麻香这把宝剑已经出鞘,闪耀出耀眼的光芒。

一品景芝,三味天下

酒品,其实也就是人品。很难想像,没有高品质的酿酒人,能生产出高品质的酒!

问及“一品景芝,三味天下”何意,酿酒师傅娓娓道来:一品景芝醇厚、幽雅、爽净,故曰“三味”。又有师傅说:一品景芝集酱香、浓香、清香三种香型之精华,确有“一味三品”之效。而景芝的当家人,董事长刘全平的理解却更富有多层寓意,一种理解是“三味”融合了儒家、道家和佛家的禅意;另一种理解,刘全平认为“一品景芝”将来一定会成为白酒行业的一面大旗而“三分天下”。当然,他还曾给出过这样的答案:一品景芝有三种妙味固然不错,但人品品景芝酒,就如同品尝到天下人生的美好,这种境界又何不美哉快哉!人生三味“真善美”,一品景芝全具备啊!

刘全平告诉记者,一品景芝之所以有独特而高贵的品质,与其酿造工艺和历史传承有直接联系。“清蒸续楂、泥底砖窖、大麸结合、多微共酵、三高一长”是景芝独特的酿酒工艺,成就了景芝芝麻香型白酒幽雅、高贵的风格特征,决定了景芝芝麻香的珍稀个性,成就了芝麻香走向高端的一个突破。

“古人酿酒是一个艺术创造的过程。”景芝酒业技术负责人说,桃花盛开时是酿酒的好时节,景芝酒的传统酿酒工艺是,冬天把酒醅埋入土池里发酵,桃花盛开时取出酒醅,把池子用土填上,在原地放上一排排大瓮当发酵容器。到了寒露前后,把填了的池子掘出来,酒醅又入池发酵,这样可以使发酵保持较适宜的温度。

作为一种上等白酒饮品,一品景芝还有“三境

界”,给人带来身与心的双重愉悦和享受。一是一品景芝的制造过程精细而严密,被称作醉世神工:粮必精,水必甘,曲必陈,器必洁,工必细,储必久,管必严;二是“三正”:酒体正,酒味正,酒香正;三是“三香”:闻着香,入口香,回味香。尤其是闻香以芝麻香风味为主,入口清爽幽雅,带有焦香味和甘爽协调等典型特征,饮用时先闻、后品尝,确有回味无穷之特点,特别适宜在20摄氏度左右时细品,此时芝麻香愈发突出。众多酿酒专家和白酒爱好者在品尝了“一品景芝”以后,都为其醇厚和谐的芝麻芬芳所倾倒。

一品景芝,三味天下。“醉世神工”的酿酒工艺与现代质量控制体系,保持了一品景芝那如同神来之笔、天籁之酿的特性,成就了一代国香,醉世神品的美名。

“高举高打,升空落地”

纵观白酒发展历史,一再证明,能不能成为大品牌,能不能成为香型的创领者,不是专家说了算,而是市场和消费者说了算。

在时代大背景和大众消费趋势下,企业要想赢得市场,必须快速出击,抓住行业最重要的本质。至于芝麻香型白酒,通过长期的市场

传播,其独有的产品特色以及市场逻辑在消费者头脑中已经形成了一定的心里和思维定势,“环境独特、资源稀缺、工艺复杂、成品有限、高贵幽雅、绿色健康”也决定了芝麻香型白酒的高端定位。随着大众生活水平的提高,“芝麻香热”自然风生水起。

那么景芝酒业的“一品景芝”作为芝麻香的鼻祖,又当如何应对竞争,傲视群雄?刘全平认为品牌力是关键。梳理近10年来成功的高端品牌,“茅台”、“五粮液”、“国窖1573”等都在“厚重历史传承”和“品质个性诉求”两大传播点上使足了功夫。而“厚重



人物名片:

刘全平,中共党员,潍坊市人大代表;1985年8月至2003年4月在山东海龙股份有限公司工作,历任纺织车间主任、驻北京办事处主任、法规处处长、亚龙公司总经理等职务;2003年4月至2008年10月任山东海龙博莱特化纤有限责任公司董事长、总经理、党委书记;2007年6月至2008年12月任山东海龙股份有限公司副总经理;2008年至今任山东景芝酒业股份有限公司党委书记、董事长。

历史”和“独立个性”这两个条件,“一品景芝”正好都具备。“景芝”是有名的千年古镇,1957年山东省文物考古队在景芝镇发掘出土了大汶口文化时期的一系列酿酒器具,最具代表性的蛋壳黑陶高柄酒杯,技艺精湛,华美绝伦,现收藏于中国历史博物馆。“芝麻香鼻祖”的酿制工艺是“一品景芝”的独特个性,风格突出、幽雅细腻,成为芝麻香型白酒鉴赏标准级酒品。由此可见,景芝酒业可以借鉴“茅台”、“五粮液”等高端品牌白酒的推广模式,如此“拿来主义”

的做法完全是可行的。有了清晰的品牌运作模式后,刘全平提出“高举高打,升空落地”的推广策略,在山东省内,景芝酒业与大众日报、齐鲁晚报、山东卫视等省级高端媒体形成战略合作伙伴关系,巨资倾力挖掘和打造品牌价值,把历史上“景芝”最具有含金量的“双国标”、“芝麻香鼻祖”等数不胜数的“第一荣誉工程”,全方位传达到消费者的头脑里,起到了很好的“价值传播”效果。2009年以来,景芝酒的市场实现了翻倍快速增长,其品

牌战略定位和高水平的市场营销力,也令业界刮目相看。目前,芝麻香型白酒占全国白酒总产量不足0.1%,而景芝酒业芝麻香型酒占全国芝麻香型酒总产量的95%以上。

2010年,“景芝”品牌再次升级,大力进军中央电视台,打出“一品景芝,创领中国芝麻香”的口号,吹响了进军全国市场的号角,大思路、大品牌、大传播,必将产生大格局。在鲁酒家族中,景芝酒业以前曾经是,将来必然是美誉度最好、各方面实力最强的企业。

“三步走”战略

“芝麻香”是高贵的,我们需要用一种高度和胸怀,不断超越。大行业林立之下,谁主沉浮?谁又能引领芝麻香未来?

谈到景芝酒业的未来规划,刘全平给出了“三步走”战略规划。第一步是继续强化和巩固本省根据地市场;第二步是进军国际市场;第三步是在全国市场上占位。

对此,记者提出疑问,一般来说,企业的发展往往需要先在国内站稳脚跟,再向国际市场迈进。为何景芝酒业提出先进军国际,再转而占位国内?刘全平肯定地告诉记者,这正是立足于“景芝”的现状而作出的战略规划,国际市场的繁荣可以促进全国性市场的发展,“景芝”的出口前景比较乐观,在东南亚等华人比较集中的国家和地区很受欢迎。目前,前两步规划已经实施,未来三年将考虑全国性市场,积极做好前瞻性准备。刘全平指出,在国内,广东将是景芝酒未来重要的目标市场之一,他们现在正在做市场开拓的前期工作。

其实早在数年前,景芝酒业就提出了“百年景酒”

的愿景。要实现这个愿景,实现景芝品牌的可持续发展,刘全平有自己的一套理解,那就是必须调动三个方面的积极性:团队的积极性,消费者的积极性和产业链的积极性。用他自己的话说就是:“这三个积极性,归结起来,实际上就是以人人为本。”刘全平追求以一种和谐的、理性的姿态融入,融入企业、融入市场、融入产业。只有这样,才能走出山东,走向国际,向全国化的市场迈进。

2010年,景芝酒业的任务目标是依据“三年翻两番,五年翻三番”的中长期规划指定的。用五年的时间打造二十亿级企业,用十年的时间打造百亿级企业,构建北方第一酒城。另外,为了使企业有一个长远的发展,在刘全平的带领下,他们还加快了景酒产业园的建设步伐。目前的企业规模扩张工作已经陆续展开,景酒产业园规划、土地修编和可研立项工作已经完成。要尽快把三个产区连成一片,实现三区合一,全面提升酿造能力、包装能力、科研能力,改善职工工作生活环境,为将来的市场拓展提供

强力支撑,依靠“真工实料酿造”支持景芝酒业的快速发展。有了规模保障,其核心就是市场营销,市场的拓展需要靠“景芝”的精锐营销团队来执行。

战略规划是方向,是高度。2010年对于“景芝”来说,仍然是一个调整年。刘全平和他的景酒团队正乘势而上,信心满满的向全国化市场迈进,势必将进入中国白酒行业的第二集团军。

采访接近尾声,刘全平告诉记者:“景酒人不搞闭关,不封存自己的技艺,与同行们倾心交流。让‘芝麻香’遍地开花,助推鲁酒进军全国市场,使芝麻香成为鲁酒的代表香型,是景酒人不懈追求的目标。”如今的景芝酒业在“诚实守信,开拓创新”的企业精神指引下,倡导“市场决定品牌,品牌源自品质”的理念,以“真心酿造真诚”为己任,实实在在地在酿酒,规规矩矩经营,实现了新的跨越和腾飞,赢得了世人的目光。正如中国酿酒专家高景炎先生所说的:承前启后创新香,与时俱进科学酿;工艺独特风格殊,不争名来名自扬。