

品牌再造带动产业提升

□山东扳倒井股份有限公司董事长 赵纪文

近年来,在各级党委政府和行业协会的关心指导下,山东扳倒井集团积极贯彻落实《山东省白酒工业调整振兴指导意见》,认真贯彻“发展山东特色白酒知名品牌,全面振兴山东白酒工业”指示精神,加大在产品风格创新、营销创新、品牌创新、人才和技术创新等方面的工作力度,取得了很大的发展。为推进鲁酒的品牌再造与风格创新打下了很好的基础。

随着消费者消费的逐步理性,对于品牌的要求已经到了空前的地位,“喝品牌酒,喝名牌酒”成为目前消费者的主要需求。一系列白酒品牌通过品牌再造,获得了消费者的重新认可。茅台从三个品牌到国酒茅台的整合,泸州老窖到国窖1573,全兴到水井坊,杏花村到国藏汾酒等,在白酒市场取得骄绩的品牌,无一不是企业品牌再造的成功案例。这些品牌的升级打造,激发了消费者新的消费需求,使老企业焕发了新春。

然而,鲁酒在品牌再造方面却显然落后于全国的脚步。在近几年,鲁酒才清醒的认识到了这一点,好多高端品牌呈现在山东消费者面前,让山东甚至全国的消费者对于鲁酒有了全新的认识。而山东扳倒井集团大力推行“双香型、双品牌”战略,“淡雅浓香”与“芝麻香”齐头并进,“扳倒井”品牌与“国井”



品牌交相映辉,带动企业不断加速发展,为快速成长型企业破解桎制探索新路。

千年文化孕育“国井” “扳倒井”名酒品牌

中华文化起源黄河文化,而黄河文化的根基主要是商周文化。扳倒井所在的高青陈庄西周文化遗址列入2009年度中国十大考古新发现,证明这里是齐国的第一个首都“营丘”所在地。遗址出土的大量尊、彝、盃、觥等酒器,证明这里在商周时期酿酒业已经非常发达。

海岱之间,自古多出佳酿。国井扳倒井所在地高青地处古济水三角洲腹地,天高水清,河环水抱,适宜酿酒。经过成千上万年的冲刷和渗透,在数百米的地下,沉积形成了一条绵长宽阔的地下矿泉带,滋润着国井扳倒井的成长。

酒是中国传统文化的重要载体,而扳倒井本身,因一千年前

宋太祖扳倒水井为大军解渴的神奇传说,而更具文化内涵。数千年的白酒文化,孕育了“扳倒井”和“国井”两大名酒,已成为齐鲁大地上师出同门却各有所长的两颗耀眼的明星,成为了扳倒井集团翱翔于全国市场的黄金双翼。

品牌再造,成就“国井” 中国高端芝麻香

创立“国井”品牌,是“扳倒井”走向成熟的重要标志之一,是“扳倒井”自身优势资源和品牌传统有机结合的产物,是“扳倒井”在感性与理性之间平衡取舍的智慧之作。向国内白酒最高品牌看齐,不仅以国家白酒最高标准把握从产品研发到推介、从原料筛选、粮食酿造、成品灌装,到市场营销的每一个细节,并让相关的制度、装备及时跟进,在国内白酒界和广大消费者心目中迅速树起了“国井”高端形象。

1、打造全国最强大的芝麻香酒研发能力。

多年来,扳倒井重视技术团队的打造,拥有了以中国第一品酒师、全国技术能手、国家白酒评酒委员、中国白酒酿造科技专家、山东省首席技师及多名高级技师在内的国内一流的375人研发团队,专门进行芝麻香型白酒的科研与创新。在首届全国品酒技能大赛上,总工程师张锋国勇夺第一,成为中国白酒历史上第一个“品酒状元”。并被授予“全国五一劳动奖章”和“全国技术能手”称号。2009年,总工程师张锋国获国务院特殊津贴,成为鲁酒第一人。副总工程师信春晖,在首届中国白酒科学技术大会上被评为中国白酒优秀科技专家称号,他主持发明的“二次窖泥技术”获全国食品科技奖。在2010年第二届全国品酒技能大赛上,集团副总工程师胡凤艳、工程师王凤丽以优异的成绩成为新一届白酒国家评委,其中胡凤艳获全国第六,名列山东选手第一名,成为了中国食协和中国酿酒协的国家白酒“双料评委”。作为国内白酒界知名的酿造专家,他们的共同努力成为了芝麻香型白酒研发生产的重要参考。

2、打造高端芝麻香品牌。

在芝麻香酿造这个领域,就在绝大多数鲁酒企业寻求在单粮芝麻香领域获得突破的同时,山东扳倒井集团开始从单粮思维中跳出来,思考进一步引领芝麻香升级的问题。扳倒井把芝麻香的研究扩大到“复粮”范围。“复”有多层次的含意,它表明了酿酒原料的复合性、菌种的多样性、香味成份的复杂性。经过多年的潜心钻研、反复尝试,扳

倒井终于在复粮芝麻香领域形成了自己独特的酿造工艺,较之单粮芝麻香,复粮芝麻香型白酒香味成分含量丰富,芝麻香幽雅细腻、口味圆润、典型性突出。形成了“多香韵、多滋味、多层次、多功效”的风格特点,是中国白酒行业不可多得的极品佳酿。随着国井扳倒井成为国家地理标志保护产品,国井芝麻香酒作为国家原产地认证产品,受到了国家保护,国井“中国高端芝麻香”的地位正式确立。中国食品工业协会白酒专家委员会认定“扳倒井集团复粮芝麻香型白酒工艺技术”为“中国白酒工业优秀技术创新工程”,授予“国井”酒“中国白酒工业复粮芝麻香型典型代表产品”称号。同时,被中国酿酒工业协会授予国井“中国芝麻香型白酒代表”。

国内一流的研发团队,全国最大纯粮固态发酵酿酒车间提供产能优势,与第十一届全运会开展战略合作的品牌优势。品牌再造和产品风格创新的成功,成就了国井高端芝麻香品牌。扳倒井曾荣获“国家地理标志保护产品”、“中华老字号”、“山东省质量管理奖”、“中国驰名商标”、“中国食品工业质量效益奖”、“中国白酒质量优秀产品”、“中国历史文化名酒”等多项荣誉。

鲁酒要想真正实现过去的辉煌,必须在品牌再造上作文章,创新品牌是行业发展的需求,同时也是目前消费者的需求。必须要改变消费者对于鲁酒过去的印象,才能树立起鲁酒在高端的根基。因此,鲁酒必须遵循品牌再造的路线,创新性的进行品牌再造,才能更好的走向全国市场,成为能在全市场叫响的高端品牌。

狠抓质量 创新发展

□花冠集团酿酒有限公司董事长 刘法来

首先,我代表花冠集团,对您多年来对花冠的关心、支持、帮助和厚爱,表示最衷心感谢!今天,省白酒协会给我提供了一个向各位学习的极好机会,我感到非常荣幸。也借此机会,向各位汇报一下花冠的情况,不当之处,敬请批评指正。

一、生产经营情况

几年来,我们花冠集团,时刻牢记“实实在在做人,认认真真酿酒”的经营理念,狠抓“诚信、质量和服务”三条主线,使企业实现了稳步、健康发展:

1.提高产品质量。

质量是企业的生命,只有过硬的质量才有市场的发展,为了提高产品质量,突出花冠特色,我们公司的技术团队,先后到河套老窖、衡水老白干、四川水井坊、山西汾酒、江苏洋河、安徽古井贡、口子窖等兄弟单位,考察学习白酒生产工艺,到台湾金门、河套老窖,学习机械化和清香型白酒酿造工艺。经过对不同生产工艺的学习、探讨和研究,大大提高了花冠的技术创新



能力。

为了突出产品风格,我们建立了芝麻香、清香、酱香、多粮白酒生产车间,对不同类型的生产工艺,进行了系统的实验和研究,对不同香型的白酒进行了配比试验,丰富了产品口感。

为使花冠产品更好地贴近消费者,我们提出了口感定制的产品理念,专门成立了科技创新小组,针对不同地区的不同口感,相应开发了具有花冠个性不同风格的新产品。产品上市后,得到了消费者的认可和好评。

2.实施人才战略。

长期以来,我们高度重视人才的引进、培养和使用,充分发挥人才专长,为他们提供展现和实现自身价值的平台,实现了人尽其才,才尽其用。

首先,把有发展前途的员工送出去培养、深造。先后选派30多名员工到华中科技大学、山东大学、山东轻工业学院、无锡轻

工学院等院校深造,公司现有12名高管在读研究生。

其次,请专家学者到企业进行讲座。我们先后聘请了多名国家级白酒专家、6个相关高校的30多名教授,到企业进行专业技术知识、管理知识讲座,全面提高了广大员工的综合素质。

三是鼓励支持员工自我学习、自我提高。我们设立了员工活动室,图书室,购买了大量图书,做到了员工学习有场所、有条件。

四是引进人才。公司先后招聘大中专学生180多名,充实到生产经营的每一个环节;聘用了2名国家级白酒评委,聘用了2名副总经理,引进了一支具有大区域营销实战经验的营销队伍,大大提高了企业和管理和营销能力。

五是留住人才。为了使人才能引得来留得住,公司以感情留人,以待遇留人,以环境留人,

以制度留人,吸引了越来越多的人才精英。

3.加强窖池管理。

在原酒生产环节上,我们实施了“窖池过程管理”,对窖池进行技术承包,责任到人,建立了窖池档案,对出酒率低或出酒质量不稳定的窖池,明确专人负责,跟踪管理,分析原因,重点改进。提高了原酒产量和质量。

4.减轻劳动强度,提高劳动效率。

近几年,面对劳动力成本逐年增高的压力,我们把工作重点放在了机械化生产上。首先,在新扩建的4个酿酒生产车间,配备了航吊、封闭式自动凉茬机、自动上料机,可移动吊甑。其次是对原有的酿酒生产车间,逐步进行机械化改造,对厂区内运输、装卸、仓储等环节,全部使用叉车、装载机、机动车等设备。尽最大可能减少人工成本,降低劳动强度,提高生产效率。

二、下步工作打算

在下步工作中,我们将以“机械化生产、创新生产工艺、提高产品质量”为主线,建立健全内部考核体系,不断完善产品结构,逐步加大科技创新力度,改进生产工艺,进一步增强企业自主创新和研发能力。

金秋十月花冠集团即将迎来企业的重点活动“九月九储酒节”,这也是集团第十届储酒节。十年来,储酒节成为了企业的一个特色活动,通过储酒节让

来自五湖四海的社会各界人士到集团参观、考察、指导,让我们收获颇多。这些朋友也见证了花冠集团近些年的发展。他们也因此成为了花冠集团永远的好朋友、好伙伴。作为第十届储酒节,我们要搞得比往年都要隆重。请全国更多的消费者代表到厂里去参观、品鉴。我相信他们只有亲自来看了,才会形成一个更为直观的印象。通过这些年的发展、沉淀,我们对自己酒的品质很有信心。前不久我们刚上了10个1600吨的储酒罐,这使我们的储酒能力达到4.6万吨,这也有助于让我们的产品风格更为稳定。在今后的工作中,这个数字还要增加。同时我们也要在营销方面下功夫,特别是活动营销,通过活动让更多的人品鉴花冠,了解花冠、认同花冠、爱上花冠,是这些年来我们企业一直在努力的方向。在这里也希望在座的各位领导专家多到我们企业参观、调研、指导工作,为我们提出更好的发展建议。

这几年自己相比有所发展,但和领导的要求和兄弟单位相比还有很大的差距。还请各位领导、各兄弟单位对我们的工作多批评、多建议、多帮助、多指教。我们将带领全体员工,继续坚持“实实在在做人,认认真真酿酒”的经营理念,继续发扬艰苦创业的优良传统;大力弘扬真抓实干的工作作风。扎实做好各项工作,决不辜负各级领导、社会各界朋友对我们的亲切期望,为鲁酒的振兴、和谐健康发展,做出我们应有的贡献。