

打造国蕴高端品牌 引领企业创新发展

□古贝春集团有限公司董事长 周晓峰

积蕴文化大成 打造高端品牌

多年来,我们古贝春集团有限公司深挖以运河为载体的古贝春酒文化,坚持“以质量求生存,以品牌谋发展”的经营思路,严格内部管理,狠抓产品质量,创新科研成果,加强品牌文化建设,成功打造出了适合高端消费群体需求的新产品,主要经济指标增幅连续多年保持30%以上递增速度,特别是在品牌文化建设上更是捷报频传,古贝春酒继2005年全国浓香型白酒质量夺冠、荣获中国驰名商标后,2006年先后摘得中国白酒工业十大区域优势品牌、国务院机关事务管理局专供酒、中国著名品牌、苏鲁豫皖风格金奖、山东老字号等等一大批殊荣。2007年至今,我们继续致力于以产品的高质量争创国家级荣誉,作好品牌带动文章,古贝春先后被国家商务部公示为“第六届中国名酒”,被中食协批准使用“纯粮固态发酵白酒标志”,可以说,通过打造高端品牌,为企业的快速发展注入了不竭的源泉和无尽动力。2010年,为进一步适应终端消费群体需求,提升产品文化附加值,我们提出以运河文化为中心,打造中国人文鉴赏级白酒之本,将目光锁定在国蕴产品的研制和开发上。

在此,我想向各位介绍一下“国蕴”一词的由来,在中国古代典籍中,蕴一词有包含、包藏的意思,我们古贝春集团有限公司地处黄河古道边,京杭大运河畔,中华五千年文明发源地黄河冲击而成的千里沃野和始于隋唐时期的大运河将江南文化、齐鲁文化、中土文化、江淮文化、黄



河文化、燕北文化错综融合为一体,形成了独特的“蕴文化”,这种文化在影响当地人风尚的同时,也深深植根于当地酒文化中,为我们打造霸气而不张扬,丰厚却又内敛的中国人文鉴赏级白酒提供了独特的地理条件。另外,古贝春早年与茅台以及现在与五粮液的合作生产经验积淀下来的独特生产工艺,也为我们打造国蕴品牌提供了可靠的保障和有力的基础。

掌控科技引擎 植入现代元素

白酒酿造是中国的一项传统工艺技术,建国60多年来,随着科学技术的不断发展和进步,过去神秘而不可测的酿酒工艺逐步被科学化、数据化、规范化,变得有据可依、有理可循。可以说,是科技的引擎带动着古老的酿酒行业向现代化行程迈进。而要想打造适合消费者心理需求的新产品,就要勇于突破传统,坚持与时俱进,在继承中创新,在

创新中发展,国蕴产品就是我在继承传统酿酒工艺的同时,将现代先进科技生产元素与“蕴文化”相融合的产物。

在生产工艺技术的科学化、机械化改造上,我们于2005年开始,先后分两期进行了10万吨白酒扩产工程,耗巨资先后购进全自动粮食粉碎设备、全自动制曲设备、中小型叉车,以及采用最新物联网技术的酒灵通设备,既降低了工人的劳动生产强度,又节约了生产时间和成本,同时,传统酿酒工艺技术和现代化操作规范的完美结合,也进一步提升了企业的生产效率,例如,酒灵通设备,就是通过无线测温湿度传感器,将各曲房、窖池的计量数据采用无线传输方式传输至中控室,管理人员在中控室中就可以对各曲房、窖池温度、湿度实时数据测量、监控。去年11月份,我公司机械化酿酒车间被省食品工业办公室、省食品工业协会评为山东省白酒行业浓香型白酒标准化生产示范基地。技术改造工程的实施,为打造国蕴

新产品提供了有力保障。去年,我们在北京人民大会堂召开国蕴新产品开发研讨和品评鉴赏会,中国白酒协会秘书长赵建华、副秘书长宋书玉、山东白酒协会常务副会长兼秘书长姜祖模三位白酒专家对国蕴酒进行了现场品评,专家们一致认为:国蕴三合酒具有清澈透明、窖香浓郁、醇厚甘甜,香味协调、酒体爽净、回味悠长的特点;国蕴六道酒具有酒体微黄、酱香醇正、幽雅细腻、酒体醇厚、回味悠长、空杯留香持久的特点。同年,国蕴产品荣获“联合国千年金奖”,今年5月,国蕴酒生产工艺技术被德州科技局鉴定为国内同行业领先生产技术。

立足当前基础 谋划未来发展

作为正在成长和发展中的白酒企业,我们深深感觉到要想获得长足的进步,必须在稳定现有产品质量和消费人群的基础上,主动谋划未来,创造未来。为此,我们按照当地十二五发展规划纲要,结合古贝春发展实际,制定了《古贝春集团有限公司“十二五”发展规划纲要》,并围绕“突出白酒主业、统筹发展辅业”这一发展思路,提出全面打造“一城、一园、一基地”发展目标,即力争在十二五末,将古贝春集团打造成“中国古贝春酒城、古贝春科技工业园、古贝春生态农业基地”三大产业基地为一体,涉及白酒生产、生态农业观光、文化旅游、绿色循环产业、金融经济服务、房地产开发等一系列产业的综合性大型企业集团。

总体规划布局为:“中国古贝春酒城”,围绕集团现驻地

外扩建,规划总占地面积约6平方公里,以高档白酒生产为主,新建不同香型白酒、房地产开发等12个主业项目,建成后的中国古贝春酒城将成为包括职工生活区、大型商超、五星级酒店、医院、幼儿园、小学等在内的集生产、生态、生活于一体的大型企业集团。我们的规划目标是:按照五粮液集团规划模式,将古贝春酒城与古贝春集团驻地武城县县城有机衔接,全力打造集中华酒文化于一体,融绿色、人文、环保为一体的城中城。

“古贝春科技工业园”,是在现有古贝春东区工业园基础上,实施好燃料乙醇、生物煤、供热管网建设等10个非主业项目。“古贝春生态农业基地”,以武城县大屯水库为中心,建立5万亩复垦种植基地,引进先进技术管理经验,从五粮源头抓起,在白酒主业生产方面形成绿色循环产业链条,打造“有机、安全、绿色”的新产品。

当然,我们产能规模的扩张,必须立足于稳健的企业发展战略定位,具体来说,就是要不折不扣地执行“四个服从”即产量服从质量,成本服从质量,速度服从质量,效益服从质量,切实保证古贝春的高质量恒定不变,并将坚持质量第一理念和提高企业市场运营能力作为衡量规模扩张的一把“标尺”。

各位领导、各位专家、各位朋友,以上,我将古贝春集团有限公司国蕴品牌发展现状及企业发展动向向各位做了简要汇报,真诚地希望各位提出宝贵意见和建议。同时也欢迎各位莅临我们古贝春集团有限公司参观指导工作,让我们携起手来,为鲁酒的又好又快发展贡献自己的力量!

传承文化 创新品牌

□曲阜孔府家酒业有限公司董事长 邱振新

近年来,白酒产业取得快速的发展,市场潜力巨大,特别是茅五剑一线及二线高端产品呈跨越发展之势。目前,我省白酒也有了较快发展,但是与川酒等相比,仍然有较大差距,以至于我省白酒市场长期被省外高端品牌所占领。这反映出我省白酒高端品牌的严重缺失。因此,加速我省白酒品牌建设,提高企业品牌意识,用品牌赢得市场,是当务之急,也是立我省白酒产业之本。下面我就根据本次组委会给我安排的题目——品牌创新,谈两点感想,如有不当之处,请批评指正。

传承民族文化 创新孔府家品牌

中华民族是一个有着五千年文化传承的民族。中国文化博大精深,源远流长,不仅影响了中国,而且影响了世界。现在的中国已经跃升为世界第三大经济体,并成为世界经济进一步发展的巨大引擎,中国经济崛起已势不可挡。但是研究世界历史可知,从经济崛起文化崛起,是所有落后国家追赶先进国家的必由之路,今天的中国就已经处在文化崛起的关键时期。

我们知道历经岁月历练的白酒,是中国文化的重要载体之一,白酒产业必然要承担起传承优秀传统文化的历史使命。“在发展中传承,在传承中发展”。“孔府家”作为我省重点白酒企业,而且是中国传统文化结合最为紧密的企业。她源自孔府私酿酒坊,是历代宫廷御酒,是现在全球祭孔大典的唯一指定用酒。因此,在白酒产业新一轮发展大潮中,“孔府家酒”必然要



担当起这样一份传承和复兴中国传统酒文化的神圣使命。我坚信,“孔府家”会因为这样一种担当精神而延续她的辉煌梦想。

可以说,在“孔府家”发展的每一个过程中,也从来没有放弃过这样一个神圣的使命和责任。在每一滴孔府家美酒中都浸透“中庸和谐”的传统精神。上世纪90年代,我们曾经聘请著名影星-王姬女士做孔府家酒代言人,一句“孔府家酒,叫人想家”唤起了无数中华儿女的思家之情,成为他们无法释怀的心灵鸡汤。2007年以后,我们曾以“喝孔府家·成就大家”的品牌诉求阐述了孔府家酒层的强国梦想。2009年以来,我们又以“喝孔府家·不亦乐乎”唱响了全球化背景下的中国风范。中国传统文化熠熠生辉,“孔府家”品牌历久弥香。紧扣时代脉搏,传承酒道精神,传承儒家文化,创新孔府家品牌。这是历史赋予我们的伟大责任和时代使命。

民族文化是品牌创新之根,

孔府家把民族文化与品牌创新有机结合,形成一种新的管理思路,成为培育“中国强势文化品牌”的支柱精神。孔府家成为强势文化品牌,品牌与质量来源于何方?文化是“帆”,科技是“舟”,技术与中国酒文化、儒家酒文化的交融创新,酿出了全国闻名的“孔府家”强势文化品牌。

坚持品牌创新 打造“强势文化品牌”

孔府家是全国知名品牌,孔府家酒是山东省唯一的国优粮食酒。孔府家人围绕品牌创新,将“孔府家”打造成儒家文化酒第一品牌,一是坚持“以创新为核心”,在坚守孔府家产品独特风格的前提下,注重科研,做好技术的发展与创新,产品开发与创新。高技术带来高品质,高品质决定高价位,高价位则直观体现了名酒品牌的高附加值。我们注重科研,与全国著名的江南大学联合成立研发中心,形成产、

学、研一体化研究,从理论角度深入研究,从研发创新抓起,从实践中验证,在坚守孔府家产品传统工艺与独特的风格、锲而不舍地精心酿造的同时,不断研发创新,走出了一条继承与创新有机结合的路子。我们在基酒酿造、储存、勾兑和新产品研发过程中重视技术进步,积极采用新技术、新工艺、不断进行工艺创新、产品创新,探索具有孔府家特色生产工艺和产品。在全国著名酿酒专家权威沈怡方和中国科学院成都生物研究所教授、著名白酒专家庄名扬先生的指导下,进一步探索孔府家酒在生产、技术、质量等方面的新观念、新思路,为技术创新找准方向。从制曲、窖泥、酿酒生产及勾兑、调味等方面讲述了传统浓香型白酒的发展方向与目标,以此提升孔府家酒优雅、丰满、醇厚感的方法和技术。

二是坚定不移地推进了品牌重塑与创新。逐步改变孔府家原来重战术、轻战略,重渠道、轻品牌,重推动、轻拉动,重短线收益、轻长期发展,重一时之得、轻长期占有的现状。着眼于未来发展,积极推行了品牌战略,积极主动地与消费者沟通,实施情感营销,价走高端,加快品牌重塑与创新和价位提升。紧紧围绕孔府家品牌进行价值营销,利用孔府家品牌竞争和价值竞争优势,展现孔府家品牌的影响力,以孔府家产品独特的儒家文化内涵和丰富的精神价值,倡导社会文明、高雅、科学、时尚的饮酒之风,通过光大儒家文化,提升孔府家酒文化含量,始终不渝地坚持走品牌化经营之路,打造孔府家“第一文化酒

“品牌,使其独有的文化内涵,承载一种精神,创造一种信仰。让广大消费者重新认识孔府家品牌、重新接受孔府家品牌、更加忠诚孔府家品牌,崇尚信仰孔府家品牌,使海内外宾朋认知孔府家“儒家文化第一品牌”,分享儒家酒文化。

三是以消费者为导向,创新品牌。孔府家从满足消费者从“香”到“味”转变,开发出高端产品“儒雅香”孔府家酒。在总结孔府家酒生产的历史经验和借鉴白酒行业先进经验的基础上,按照传统儒家文化中庸、和谐的理念,经过科学研究分析,大胆创新工艺,推出了一种全新风格特点的白酒——儒雅香孔府家酒。它吸取了清香型酒“高温润料,清蒸清烧”,酱香型酒的“高温堆积、高温发酵”浓香型酒“老窖发酵”工艺精华,形成了自己独特的新工艺;在配料上充分考虑美拉德反应的需求,调整发酵温度、碳氮比,优化碳源、氮源比例,合理配料;在曲子上自主分离出适合该工艺的优良菌种,对传统曲子进行强化;在储存上采用孔府传统容器和陶缸相结合的方式,经长期储存,精心勾调而成,具有“酒体清亮透明、香气幽雅细腻,口感甜柔和、丰满醇厚,尾味清爽、悠长”等特点。儒雅型品牌是孔府家人重视科技创新、视质量如生命的结果。也是传承民族文化,提高质量、品牌创新的结果。

做优品牌,做强企业,走“品牌引领、创新驱动、人才聚集、优质高效”是我们的发展目标,我们将会立足新高度,拓宽新视野,谋求新发展,坚持传承与创新,铸就百年品牌辉煌。