

被裹挟的茅台

本报记者 石念军

一方面是市场上供不应求,一方面是社会上备受争议。似乎从来没有任何一个品牌,像产自贵州腹地的茅台这样受到关注。

仅仅因为它是“国酒”吗?

“‘三公消费’禁止喝茅台?那我请问你,‘三公消费’应该喝什么酒?”全国两会期间,茅台高管刘自力对记者的咄咄追问令人意外,却也展露了茅台自我的焦虑。

国酒茅台为何如此焦虑?这让本报记者决定远赴茅台镇寻找答案。

这个以茅台而闻名的深山小镇处处都嵌满了“国酒”的烙印。从仁怀出发到茅台镇,窗外的标语告诉你,已经离开“国酒之都”进入“国酒之心”;署名茅台镇政府的条幅,则感谢“国酒员工”支持当地建设;更不必说茅台集团厂区了,招牌、标语、石刻、雕塑,无不言必称“国酒”。

就像无法复制的茅台镇的空气、水源、气候、生物构成了茅台一直被模仿、从未被超越的酱香一样,“国酒”二字同样蕴藏着茅台与中国革命、与新中国政治不可磨灭的历史神话。

这样的天时、地利、人和,自

然容易被羡慕、嫉妒、恨。尤其是当它时常被人与“三公消费”相联系,茅台,也就成为公众讨伐“三公消费”的出气筒。

而茅台高管刘自力的连声追问,与其说是委屈不如说是焦虑。毕竟,从价格的连番上涨,到总经理乔洪的东窗事发;从“政府特供”,到申报世界奢侈品名录;从政协委员的提案,到社会的群情义愤,自业绩开始连番上涨的2006年以来,茅台遭遇的非议出奇地密集。

同时,今年1月,贵州省提出了组建“大茅台集团”,实现“千亿茅台”的目标,要求茅台在“十二五”计划末期销售额达到500亿元,“十三五”计划末期收入达到1000亿元。目前,整个茅台集团的

年销售额只有200多亿元,与地方政府的预期相距甚远。

既要完成地方政府的规划目标,又要消除公众对茅台“类计划经济”生产营销模式的嘈杂非议,随便换另外一家国有企业,可能都会跟茅台一样备感焦灼。正如一位白酒专家所言,“茅台所遇到的问题跟其他国有企业一样,虽有特殊性,但也普通得不能再普通。”

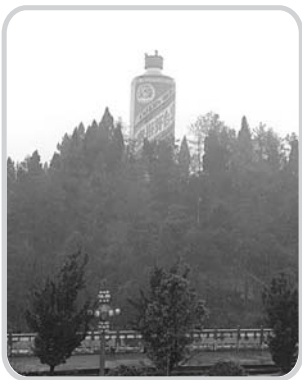
“大茅台”构想目标直指赶超近邻五粮液,这也被认为是茅台迈向创建千亿集团目标的第一步。然而,谈何容易!茅台集团去年提出在全国开设百家直营店,以期平抑市场终端价格、打击假酒泛滥。一年过去,规划仍旧更多停留在纸面上。茅台集团

宣传部长叶远鸣说,今年计划落实30家,但涉及方方面面的利益,目前尚未落实一家。

集团高层多出自一线酒师的组成结构决定了茅台现代化管理程度相对薄弱。这样一个必须恪守特殊的酿造工艺的老派特大型工业企业,既要实现地方政府拟定的规划目标,又要避免因涨价而丧失既有市场份额,求变之旅前路漫漫。

恰逢茅台建厂60周年,行走 在茅台集团,不时就会看见红色的庆祝条幅。60年来,茅台就像一个青年,纵然有着鲜明的个性和四溢的才华,但依然被各种利益和力量裹挟着前行。

抚今追昔,国酒茅台,甘苦自知。



▲仁怀市国酒门景区内7层楼高的茅台酒瓶。石念军 摄

本报记者 石念军

发自贵州仁怀茅台镇

三月的茅台镇如春天般繁华,飞扬的尘土中,一阵又一阵的汽车鸣笛声交织着此地的喧嚣。从地理条件上讲,这是一个十足的偏远山镇。

但站在街边昏暗的矮房前,目睹宝马、奔驰、雷克萨斯、路虎等豪车如流而过,你很难想象哪一种才是它的真实一面。正如你走在街上,可以看到鳞次栉比的白酒展销厅,推门而入,却常常看到只有店主人一人的独坐。

喧嚣与平静可以相隔一门内外,何况千里之遥。刚刚结束的全国两会现场关于茅台的争论,在这里没有任何一个人向记者主动提起,因为他们坚信“国酒只有一个”,茅台的地位不会被动摇——作为他们谋求美好生活的依赖,茅台也不能被动摇。

紧傍“茅台”的白酒生意

乘坐从仁怀市发出的巴士在茅台酒厂的牌坊前下车,刚一踏上茅台镇的土地,湿润的空气里就传来阵阵酒香。沿着牌坊左侧一眼望去,古色古香的小楼沿着街道一字对列,几乎家家都是当地白酒的展销厅。

茅台镇的白酒生意其实并不好,当然,除了茅台。在这个4平方公里的小镇上,那些小有名气或默默无闻的小酒厂,大小数以百计。在一家名为“名士流”的白酒展销厅内,店主告诉记者,虽然玻璃门外整日里车水马龙,但守在店里,常常一个月也见不到一个人进来。与茅台酒厂隔河相望的“茅台镇白酒品牌一条街”,多数门面紧锁,街面更显冷清。

蜿蜒的赤水河养育了茅台酒厂,也养育了更广袤的土地。以赤水河为轴,很多私人酿酒作坊就建在茅台酒厂对面的山坡上。

3月13日下午,记者徒步一个小时来到这里,稍走一段就会看到或高或矮或多或寡的储酒罐矗立在山野中,不经意间走进一间不起眼的窝棚,便赫然发现这是一家酿酒作坊。

虽然规模与茅台酒厂的酿造车间不可比拟,但看上去,这些小作坊的室内布局与记者在茅台酒厂内看到的并无二致:被碾碎的粮食堆放在一起发酵,酿造池填料之后使用红泥封住,旁

边是罐状的过滤容器。

被考证始自汉代的当地酿酒工艺在这个小镇不是秘密。几乎每一位作坊业主都会强调,“我们的酿造工艺和茅台一模一样。”逾千年的酿酒历史和代代师徒的传承模式,使得当地酿酒工艺就像其他地方的庄户人种地一样容易。而在推销中,与茅台同处一地,气候、环境以及酿造工艺等统统一模一样,是他们不约而同的说辞。

但他们也承认,“虽说我们酿的酒品质也不错,但要往外推销,还得靠着‘茅台镇’这三个字,而茅台镇之所以名扬海外,当然是因为茅台酒。”当地一家名为“大唐酒业”的销售经理张晓芳说,茅台镇独特的气候环境构成了茅台酒的核心竞争力,实际也为当地的其他酒厂提供了天然的竞争优势——只要标上了“茅台镇”这三个字,就是天然

的广告。而就市场预期而言,当地人认为酱香型白酒的市场刚刚开启——“外地人到茅台镇投资白酒生意,这几年刚刚兴起。”秦勇原是一名建材商,去年,他刚刚收购了当地一家小酒厂介入白酒生意。

“茅台不能被击垮”

茅台镇各私营酒厂的算盘是,只要茅台价格不断上涨,同样产自茅台镇的其他酱香型白酒的价格自然会水涨船高,好处不言而喻。

怀有这样的期许,对于茅台遭遇的种种争议,他们自然不会置之不理。

在刚刚过去的全国两会上,全国政协委员、中国扶贫开发协会执行副会长林嘉歙提交了《关于禁止使用公款消费茅台酒的提案》。林嘉歙指出,不仅有政府部门接待用茅台,央企、国企在接待中也用茅台。“为什么茅台酒近来价格暴涨?公款消费是一个重要因素。”

在全国一年公款吃喝达3000亿元(九三学社统计数字)的大背景下,林委员的这一提案迅速引起公众关注。而茅台高管、贵州高官“不喝茅台喝什么,喝拉菲更贵”等话语的爆出,又一次加剧了舆论的热传。

对于全国两会上的这一热点话题,虽然茅台镇上没有一个人主动提及,但每当记者说起,



茅台集团办公楼前的周恩来铜像。

石念军 摄

他们无不一致认为茅台不会被争议击垮。

事实上,他们所说的茅台不会被争议击垮,在某种程度上,实为“茅台不能被击垮”。

贵州省委一位接近领导层的人士告诉记者,作为贵州国有企业

的领军集团,茅台集团在整个贵州经济布局中战略意义重大,如果茅台集团的业绩发生动摇,那么整个贵州经济都会受到影响,这是所有人都不愿看到的。茅台集团虽为省管企业,实际上,其驻地辖区的发展规划都围绕茅台展开,茅台镇旨在打造“中国国酒之心”。在这里,一条名为“茅台镇白酒品牌一条街”的商业街已经开街,虽然暂时萧条,但据当地人介绍,这凝聚了当地政府借茅台的品牌效应拉动经济发展的构想。为完成该商业街的规划,当地镇政府的强拆行为去年还曾被央视曝光。

仁怀市的主要城建规划同样处处凸显“国酒”痕迹,不仅主要干道被命名为“国酒大道”,而且有数家酒店以“酒都”、“名酒”为名。根据仁怀市的规划,这个小城要打造成“中国国酒之都”。为了保护茅台周围的环境,茅台集团和仁怀市目前已经启动茅台镇人口搬迁计划,在市区专门规划建设了“国酒新城”,按照先职工后居民的搬迁顺序,将目前居住在茅台镇中心区域的居民全部迁出。

“茅台决不能再有波动。”前述贵州省委那位人士认为,因为涉及地方全局发展规划,当地自然希望看到这种争议迅速平息。

“国酒”的苦衷

茅台镇的核心当然是茅台酒厂,随便与当地人聊上几句,都可以明显感觉到那种自豪。酒

师郭少卿(化名)10年前进入茅台酒厂工作,与记者谈及茅台新近遭受的争议颇不在乎,“随他们怎么说,国酒就是国酒。”

郭少卿自称现在月薪六七千元,年底奖励5万元左右。每逢年底,厂里都会给员工发酒,往年是两瓶“飞天”,而今年春节是每人一瓶价值1万多元的60周年限量版茅台。

在茅台镇的一家白酒展销厅内,一名“90后”的酿酒专业毕业的大学生,因没能进入茅台酒厂而在这里做起了推销员。“进茅台是比公务员还铁的铁饭碗”,他说,甚至有人不惜花二三十万元疏通关系谋求进入茅台工作。

员工有员工的骄傲,企业也有企业的苦衷。

今年1月,贵州省提出了组建“大茅台集团”,实现“千亿茅台”的目标,要求茅台在“十二五”计划末期销售额达到500亿元,“十三五”计划末期收入达到1000亿元。目前,整个茅台集团的年销售额只有200多亿元,与贵州省的预期相距甚远。

作为白酒生产企业,业绩主要由销量和价格变化决定,而就茅台而言,主要由后者主导。据茅台集团人士介绍,茅台之所以谋求走奢侈品路线,就是因为希望在产能增幅相对缓慢而市场始终供不应求的情况下,通过执行奢侈品的高价格,直接抬高茅台的业绩。

据透露,参照贵州省的“大茅台集团”规划,茅台的计划是要在“十二五”末期,茅台酒和新酒产能达到4万千升/年,实现工业总产值500亿元,但按照现行市场价格趋势,完成这一目标仍有挑战。如果申报奢侈品牌成功,完成这一计划则将变得简单,因为只要奢侈品牌立项获得通过,茅台就可以名正言顺地涨价,价位很可能在3000-5000元之间,甚至更高。茅台镇当地一些白酒经营者甚至认为茅台会在5年内涨至8000元。

有些出乎茅台意料的是,以政协委员的提案为导火索,一度被诟病与政府采购、机关特供关系密切的茅台,撞上了舆论讨伐“三公消费”的枪口。

走下茅台集团的办公楼,被尊为“国酒之父”的周恩来的铜像巍然矗立。铜像上的周恩来,永远双手掐腰,神采奕奕,仿佛周围什么都没有发生过。