

齐鲁酒水

主办: 山东省轻工业协会 齐鲁晚报

协办: 古贝春 兰陵酒业 趵突泉酿酒有限公司 扳倒井 花冠酒业 泰山酒业 景芝酒业 景阳冈酒业 孔府家 天地缘 百脉泉酒业

28元一扎的所谓“自酿扎啤”,除了担当商家赚钱工具外,记者深入调查发现,省城所谓的“自酿扎啤”基本上都是购来桶啤再到店里分装,济南一家大型自酿啤酒堡工作人员称:

“没有设备,也能自酿啤酒”

见习记者 陈卓然 孟萌

“扎啤都是从厂家进的,就未见我们店酿过。”近日,记者在济南一家烧烤城无意听得一店员道出自家玄机。记者连日来在花园路、经六路、窑头 etc 等调查发现,很多“自酿扎啤”都是看上去很美,挂羊头卖狗肉的情况屡见不鲜。

“自酿扎啤”多是噱头

在一家以自酿扎啤为主打的烧烤广场,当记者问到服务员关于酿酒流程时,服务员说:“我还真没见过它(自酿啤酒)是怎么酿的。”

在济南花园路一家自助餐厅,记者也没有找到酿酒用的发酵罐和糖化罐。只有两个售酒罐,服务员直接从售酒罐接酒。

在西市场附近的多家烧烤摊,自酿扎啤很多只有几个大大的储酒罐,不见其他任何生产设备,店员告诉记者“自酿生产设备占地太大,自己是从别的地方酿好运到店里灌装的,尽管放心喝就是。”

在饮虎池街边一家烧烤店记者并未找到自酿啤酒许可证。两个铁罐上没有生产厂家,没有生产地址,没有注明酒精含量。只贴了一个大标签“麦香原浆”。甚至服务员都表示“不知道这酒是多少度。”店员反复声称自己提供的小麦原浆啤酒是“自己家酿的”。记者又问另一位店员,他却说这啤酒与店里同时销售的一款叫做“格莱恩斯”的2升桶装原浆啤酒都是“单位供的”,并说“那些塑料桶装的就是单位直接装到塑料桶里运过来,这些(从铁罐里接的)就是单位来灌到铁罐里。”记者

追问:“里面装的酒是一样的?”服务员说:“都是一样的。”

在调查中记者发现,多数酒店所谓的自酿设备仅为一个扎啤机,只有降温、充气功能,自酿根本无从谈起。

熟悉啤酒酿造的一位知情人士向记者透露,中小餐馆根本无力购买酿造设备,自酿仅仅是餐馆吸引顾客的一个噱头。多数商户都是低价从小啤酒作坊进酒,再以自酿为噱头高价出售。

商家“无中生有”,售酒机趁势热销

商家为何对自酿扎啤情有独钟?带着疑问记者随即展开调查。

记者了解到,目前酒店里用的所谓“自酿设备”多为只带有一个储酒罐的啤酒储存设备,业内人士称其为“售酒机。”

【据介绍,当前主流酿造设备价格为8到50万,而很多酒店采用的“售酒机”的价格仅几千元,贵的也不过万元左右,巨大的价差使商家默契地选择扎啤机充当酿造设备。】

记者随后在网上搜索自酿扎啤设备,竟有接近五十万条相关信息。按照网上的联系方式,记者以饭馆老板的名义随机联系了几家生产设备企业,工作人员均表示扎啤生产设备占地大、生产工艺复杂,建议记者不妨考虑购买扎啤机,有的厂家甚至表示餐饮企业更倾向于“售酒机”,并称自



酿设备现在基本没人买,自己也已经不生产酿造设备了。“我们厂生产的扎啤机只要5000多元,这个月的订单就有60多台,你要不赶紧下单这个月就交不了货了。”一家河北的企业不耐烦地催促道。自酿扎啤傍上扎啤的名字,销量大也是商家对其趋之若鹜的原因。在济南花园路的自助西餐厅,一升装扎啤售价为20元。短短五分钟里服务台就出了28扎啤酒。“相比从正规渠道采购的扎啤,自酿扎啤利润空间更高,自酿扎啤原本在国外是一高端啤酒,而我们市场上的所谓自酿扎啤已经变了味。”一业内人士告诉记者。

自酿扎啤大有赚头

自酿扎啤的利润空间究竟有多大?在济南百花公园附近经营自酿扎啤多年的王老板告诉记者,高额的利润是商家乐此不疲的诱因。“小作坊的自酿扎啤成本为一千多元一吨,但一到酒店摇身一变就成为十几元、二十

几元一扎的自酿啤酒。”此外,王老板还告诉记者,一台自酿设备一般由5个储罐、一个反应罐、一个糖化罐组成。要想让操作人员从容工作,机器的占地至少要五六十个平方。这就让很多规模不大的餐饮企业望而却步。

单是这些也就罢了,一台设备发酵周期通常为7至12天,这对通宵经营的烧烤店来说这无疑太过漫长。此外,口感的把握更需要聘用懂酿造技术的专业人才,这也在一定程度上增加了经营成本和技术门槛,王老板补充道。

“山寨自酿的商家是在打擦边球。”山东白酒品牌推进委员会委员的一番话又道出了自酿乱象不为人知的一面。“我国对自酿扎啤有明确的监管要求,餐饮企业经营自酿需要拥有质量技术监督局颁发的合格证和卫生许可证(自酿),从业人员要持健康证上岗,营业执照的经营范围也要增添自酿这项。许多餐饮企业正是在没有这点才明目张胆的,是没办任何手续的情况下,大打自酿噱头。”

扎啤设备经销商大揭秘——一升自酿扎啤成本不足五毛

自酿扎啤的利润空间究竟有多大?一升价格不到五毛钱!

从事二十多年食品机械工作的汪先生告诉记者,“目前自酿扎啤的利润惊人,你可能想不到,一升自酿扎啤的成本不到五毛,利润率近2000%。”

高额利润驱“自酿”成风

“现在扎啤机当道,很多人便误以为拥有自酿设备的餐饮企业,就一定信得过,实际上这也是误区。”汪先生介绍到:“年初花园路附近的一家烤肉店花三十多万买了我们一台设备,设备安装调试时,老板就不停打听降低成本的窍门”。汪先生无奈地叹了口气。

汪先生给记者算了一笔账:自酿扎啤成本大约一千多元一吨,但一到酒店就摇身一变就成为十几元、二十几元一升。根据啤酒的密度来计算,一吨啤酒为1250升,销售额为25000元/吨,利润近2000%。

就是这样的高利润,店家还在不断算计成本。汪先生在日常维护中发现,这家店主抛弃质量好价格高的澳麦,采用国产的普通大麦,并减少啤酒花的使用量,有时候甚至完全不使用,仅依靠添加剂来达到进口啤酒花的效果。这样,成本竟低到每升0.5元,没出三个月就赚出

了设备的钱。

市场运作藏各种猫腻

除了利润高,记者了解到自酿扎啤在市场运作方面也存在很多猫腻。

“自酿过程中麦芽度和纯度完全由酒店自行掌握,兑水多少都凭老板的良心。同样,酒店随意加水跟旧啤重填更是屡见不鲜。为了降低成本,无良餐饮企业甚至可以把售出的酒重新打入罐内,这也是很多消费者感觉扎啤没味或者很淡的缘故。”一业内人士向记者说到。

同时,自酿扎啤在烧烤摊等大排档处,往往又会以“品牌扎啤”的形式出现。记者了解到,有不少扎啤摊将采购的自酿啤酒装入标有品牌名称的扎啤桶中,按其正常市场价格销售。拿趵突泉扎啤来看,20升装零售价在40元左右,2元/升,如此算来成本就算为0.5元的话,商家的利润依旧是300%。

同样,借自酿扎啤不少商家还搞起了夏日促销的活动。济南一家火锅店,近日搞起了“原浆鲜啤 喝一赠一”的活动,记者了解到,其一扎2升左右的扎啤售价28元,买一赠一之后一扎也得14元。“很多消费者以为便宜实惠,其实偷着乐的是商家。”汪先生说。

(见习记者 陈卓然)

“质量哲学”的企业样本

——解读景芝酒业

年初,山东景芝酒业股份有限公司获第三届省长质量奖。作为迄今唯一获此殊荣的白酒企业,景芝酒业到底拥有怎样的“质量密码”?

在景芝酒业,存在并实践着一套独特的“质量哲学”。在这里,“质量”不仅仅意味着“合乎要求”,而是企业一切活动的根本;不仅仅是目标,而是常态化的管理、控制与方法。在这里,“质量”已成为一种习惯,一种风格,一种传承,一种文化,一种尊重,一种胸怀。基于质量的企业价值观与企业的社会价值和经济效益融为一体。

看似简单的“质量”二字,在景芝酒业,已经成为企业的生存方式。

■把质量做成一种“习惯”

谈及质量,景芝酒业董事长刘全平平静地说出了这样一句话:在我们公司,质量已成为“一种习惯”,“一种无需选择的选择”。话虽朴实,其意深长。因为“习惯”二字,其实拥有着丰富内涵。

习惯并不排斥制度。恰恰相反,习惯的养成需要制度保证。

在景芝酒业,全部产品都有着完整的质量管理与控制体系。对原料采购、生产制

造、包装出厂、市场营销、售后服务等环节实行全过程质量控制,严格班组、车间、公司三级质量管理体系,自上而下层层把关。在长期实践中,形成了6S现场管理和体系认证相结合的食品质量安全保证体系,先后通过了质量、环境、食品安全、计量检测、酒类等国家级认证等各类体系及产品认证。

与“过程管控”相配套,“标准建设”是景芝酒业质量习惯的另一个重要构成部分。在景芝酒业,有这样一组数据:公司制定并实施了1304项技术标准,422项管理标准,428项工作标准,于2010年获全国标准化良好行为AAAA级企业认定。产品合格率保持100%,优品率率90%以上,主导产品荣获白酒市场质量评选历届红榜。

但无论是质量体系、生产制度还是过程管控,在刘全平看来,都只是实现质量的手段、方法。刘全平认为,真正能够保障质量的,就是让质量成为一种习惯,去不断自我实现。这正是景芝酒业质量哲学的“密码”。

因为在景芝酒业,质量已成为一种习惯性思维和行为,已成为带有规律性的法则,这无疑就具有了哲学的价值。

■文化,赋予质量以深厚底蕴

“水必甘,粮必精,曲必陈,器必洁,工必细,贮必久,管必严”,景芝酒业的这一酿造工艺,2006年列入山东省非物质文化遗产名录,也是企业一直以来的“文化准绳”。回望景芝酒业的历史,你会发现,质量正是企业文化的“原点”。

在景芝“酒之城”酒文化博物馆,有一只黑陶酒杯,那是1957年在景芝出土的大汶口文化时期的文物(复制品),器形雅洁,薄如蛋壳,5000多年的光阴,难掩酒香沉醉。1915年,景芝酒代表山东白酒入展巴拿马万国博览会,以“甘冽纯净、绵软醇厚、回味畅怡”的风格扬名海外。

今天,走进制曲、酿造等车间,现代的装备依然遵循着传统工艺要求,那漫溢的酒香,似乎都带着些历史的韵味。刘全平说,传承和坚守是历史赋予景芝酒业宝贵的文化基因。依靠质量文化的力量,质量哲学才能在企业实践层面得以达成。但文化的力量,还在于基于传统的创新。只有在坚守中不断超越、创新,对质量进行深层次提升,才能获得质量竞争力,掌握行业话语权。

景芝酒业创新的基调,定位于“满足并超越顾客需求”。

“数千年文化传承,每一步都是一道风景,半世纪芝麻传奇,每一杯都是缕缕真情。”这是对景芝酒业历经50多年研发而推出的芝麻香型白酒的描述。一滴“芝麻香”,改写了鲁酒无香型代表的历史,丰富了华夏酒苑,令行业侧目。早在2006年,企业研制的“一品景芝”被中国酿酒工业协会、商务部认定为中国白酒芝麻香型代表。近年来,仅芝麻香型白酒生产工艺景芝酒业就取得了3项发明专利,其中“芝麻香型白酒生产工艺”获山东省发明专利一等奖、中国专利优秀奖,为鲁酒行业唯一获此殊荣的企业,“芝麻香型白酒的研制”获中国轻工科技科技进步一等奖。

满足消费者对“酒文化”的需求,是景芝酒业创新的另一个重要支点。作为“酒之城”组成部分的酒道苑,古朴的建筑,传统的陈设,还有酒道表演,让每一位走进去的参观者都可以感受到中国传统酒文化的深厚甚至神圣,还有更大的手笔。中国最大酒文化综合体、中国酒文化集大成者,现代白酒文化策源地等概念,已装入“齐鲁酒地文化产业园项目”规划。在对酒文化的传承与发展上,景芝酒业的境界超越了一家企业的追求。

“文化让质量有了坚实

的基础”。景芝酒业的质量实践,很好地验证了这一逻辑。

■“尊重”,彰显质量责任与胸怀

“在尊重中实现成长”,这是景芝酒业开展质量教育培训时必讲的一句话。在他们看来,尊重质量,就要尊重顾客、尊重市场、尊重产业、行业的发展规律,尊重企业自己的历史、文化和未来。

在景芝酒业的质量管理体系中,有一项是专门针对顾客的。每年的顾客满意度调查是常设项目。景芝酒业去年实现销售收入18亿元,总产量达到4万吨,芝麻香型白酒产销量全国第一,而近3年的主要经济指标均以50%的速度增长。顾客对景芝酒业尤其是芝麻香型白酒领军品牌——“一品景芝”的满意度和忠诚度稳步提高,不仅省内市场占有率大幅提高,产品还远销日本、韩国、阿联酋、越南及我国香港、澳门等市场。

“技术共享”,体现了景芝酒业对产业、行业发展规律的尊重。一家企业好不算好,一批企业的崛起才能实现价值的最大化。景芝酒业将芝麻香型白酒生产工艺贡献给了行业。2009年,在省政府主办的“芝麻香 中国香·中国芝麻

香型白酒发展论坛”上,景芝酒业等四家企业被授予“中国芝麻香型白酒领军企业”。2011年,中国酿酒工业协会创办的“中国芝麻香研究院”落户景芝酒业,省内外30多家企业先后到景芝参观、交流。

在景芝酒业的核心价值观中,压轴的一条是“为社会”。承担社会责任,除了积极参与慈善活动,更重要的是在日常生产经营的一点一滴中恪守企业公民的“本分”。企业大力发展循环经济,在同行业率先导入了生态园概念,利用池头土和污泥生产有机肥,用于农业种植;粮食酒糟生产菌体蛋白饲料,用于禽畜养殖;废水通过处理生产沼气和发电,实现中水回用。关注节能减排,3年投资1.6亿元用于三废治理,淘汰落后,完成了国家和省级节能减排及环境保护项目6项,2011年被评为山东省节能标准化企业。

尊重,体现着企业的责任与胸怀,也张扬着企业的价值观和价值观。拥有并实践着“尊重”企业理想的实现就有了坚实的动力。景芝酒业的发展愿景是要打造“百亿景酒”,建成“中国北方生态酿酒第一镇”。十二五期间,力争白酒销售收入突破50亿元,实现鲁酒高端市场的全面振兴。(王亚楠 杨国胜)

Table with multiple columns and rows of text, likely a financial or market data table. The text is too small to read accurately but appears to contain various numerical values and possibly names of companies or products.

个股行情 仅供参考
个股数据均来自于
山东特派员明是Level-2