

德州又一村酿酒有限公司

始终坚守在质量的生命线上

朱熹曾言：“信犹五行之土，无定位，无成名，而水金木无不待是以生者。”但往往忙碌起来的现代人却忽视了信的含义。匆匆的生活透支了信誉，金钱面前丧失了品行，引起了信用危机。

作为靠质量和诚信立足的白酒行业，2014年已经由重新洗牌步入深度调整期。无论何时，德州又一村酿酒有限公司始终严守质量这个第一生命线。



工艺过程严格,保证了又一村原酒的甜绵软净香。图为2013年“走进酒厂观百年窖池”活动现场。



严控质量 确保品质

2014年7月2日上午10点，德州又一村酿酒有限公司包装车间内的气氛有点与以往不同，往常繁忙的车间此刻只有一条流水线在运转，而员工一反常态地没有在各自的工位上忙碌，而是三五成群围站在几个人身旁，没有人说话，只有流水线运转时发出的嗡嗡声响，整个车间的空气好像静止一样。

在每个人都屏住呼吸的见证下，只见6位员工按操作规程有条不紊地进行着手中的动作。半小时后，一声哨响，流水线暂停，质检人员走到了成品前，开始逐一检查产品质量。

原来，这一幕，是又一村公司包装车间正在进行装箱劳动竞赛的场景，旨在提高成品包装品质，这也是德州又一村酿酒有限公司践行诚

信厚德，狠抓产品质量的一个缩影。

又一村酿酒有限公司在德州市发展56年来，形成了自己独有的人性化管理风格，占有天时、地利、人和的优势，这是任何外来酒企都无法比拟的，2013年，公司销售收入稳步增长。

2014年，白酒行业的重新洗牌到了深度调整期，全国众

多白酒生产企业处在进退两难的境地，濒临倒闭。为了保证产品深入人心获得更多消费者的支持，进入2014年，又一村公司领导班子审时度势，提出了“诚信、厚德、博爱、保质、优服”的营销理念，要求每个部门密切结合本职工作，积极贯彻执行，这便出现了本文开篇所描述的场景。

德州又一村酿酒有限公

司建立了严格的质量保证体系，从原辅料进厂、生产过程的半成品、成品都保证为合格产品，进而保证提供给消费者的产品为合格产品。外购物资进厂时由专职质检员抽样，按照公司的《验收管理标准》验收，需要理化指标时，再送化验室化验，不符合公司《外购物资验收管理标准》的外购物绝不投入生产。



积累信誉 贯穿点滴

朱熹曾言：“信犹五行之土，无定位，无成名，而水金木无不待是以生者。”但往往忙碌起来的现代人却忽视了信的含义。匆匆的生活透支了信誉，金钱面前丧失了国人的品行，引起了全民信用危机。“老人倒地不敢扶，儿童落水不敢救，拾金不昧被人误解。”都希望这种信用危机不要发生在自己身上，但这是需要从自我一点一滴做起的。

信是时间积累出来的，就像好酒，需要时间的积淀和酝酿。古人云“酒香不怕巷子深”。酒是一种文化，是因为不同酒色、香、味、体，所形成的风格给人不同的视觉和享受，使人“知味而饮”。而领略这种奥妙的人才会用心去品酒，而不择其香，不辨其味，不思其品，不探其趣，酒精兑水也解“渴”，似乎又是一种无趣了。

又一村公司白酒酿造工艺

尤其讲究“信”。“信”字说起来只有简单一个发音，却需要经年累月如一日的行动来证明。拿原料举例，又一村采购的高粱容重 $\geq 750\text{g/L}$ (国家一级标准为 $\geq 740\text{g/L}$)、玉米容重 $\geq 730\text{g/L}$ (国家一级标准为 $\geq 720\text{g/L}$)且无霉变。碎大米要求无杂质、无霉变、无黄头。而麸皮、稻壳由于没有具体的检验标准，故在采购过程中要求，麸皮必须为中粮或巨嘴鸟的产

品。稻壳必须为东北产，且要求无杂质、无霉变、无异味。

现代科学技术的运用已经可以做到完全不用老窖池、老窖泥、古法发酵，就可以勾兑出各种理化指标，完全符合国家标准白酒，但那种酒是经不起仔细品味的。因为它缺少一种经年的韵味和老道。古法老酒有着自然、浓厚、协调的醇香，那种味道愈久弥香，令人的味

蕾得到极大的满足。两者之间就像现在随处可见的洋快餐与中华五千年文明形成的中国美食是没有可比性的，虽说均可饱腹，但其中的营养成分和给人的视觉、味觉带来的冲击是不可同日而语的。君不见一部《舌尖上的中国》让全世界的美食爱好者无不赞叹中国美食文化、酒文化的博大精深，让美食者垂涎欲滴，恨不得食之而后快。



百年窖池 创新工艺

很多酒类企业借助高科技手段，几年时间就使酒品迅速占领市场，但很多犹如昙花一现，因为这种没有自主酿造、自主工艺、纯人工勾兑的酒是经不起时间考验的。而德州又一村酿酒有限公司，在竞争激烈的酒类行业中，安守着一份寂寞，耐得住一份孤独，坚守着古法酿酒的真谛和传统工艺，兢兢业业，以自己的信誉来保证酒的品质。逐渐征服人们挑剔的味蕾，使得众口不再难调。

进入2014年，又一村公司

在打开大门迎宾客的基础上策划推出了“喝又一村酒，走进百年窖池”的活动，以事实说话，用行动证明，借此回复社会上部分消费者的疑问。

2014年5月21日9时，一个阳光普照的清晨，公司大巴车满载第一批“走进百年窖池”的参观人员到达公司厂区，3位讲解员分别带领参观者由厂区自东向西参观了酒精生产车间、白酒生产车间、半成品储存车间及灌装成品车间。

当参观者到达白酒车间

时，车间主任王永强带领正在生产的技术人员向参观者详细讲解和展示了白酒原酒的酿造工艺及酿造过程。一个“老酒者”要求试尝一口原酒，品尝过后，醇厚的酒香由口入喉至胃，老者连连称赞柔而通透，回味无穷。在酒香环绕中，好奇的消费者都纷纷要求品尝，现场笑声一片。接下来，参观者听讲解员娓娓道来老五甬生产工艺特色，又见数以百计的百年窖池排序静置，“没有老窖

池，不产好原酒”的传言不攻自破。参观之余，消费者在公司生产处侯之辉处长及各车间技术人员介绍下，从只会喝酒渐渐转为知酒工艺，懂酒品味。

又一村公司深知，企业产品的立足点是消费者的信任和支持，因此，公司总经理于洪波先生立志要把“做好酒，做良心酒”的宗旨传播到每一位消费者的心中，使越来越多的朋友走入又一村酒业这个大家庭来，知酒交朋

友，品酒论人生。

2014年8月18日上午10时，德州又一村酿酒有限公司“2014年客户联谊会”在太阳谷微排国际酒店隆重举行，全国各地600余位经销商应邀出席本次联谊会。联谊会的目的旨在为供应商与企业之间铺路搭桥，加深厂商之间的了解，同时也通过此次让让消费者全方位了解又一村，认知又一村产品，为2015年度营销工作顺利开展奠定基础。



紧盯市场 完善服务

市场是经营的根本和基础，没有市场企业就无法生存，公司坚持把销售工作作为企业的龙头，形成了以开发新产品、塑造品牌形象为基础，以市场和消费者需求为导向，以适应市场、开拓市场、发展市场为目的，以营销观念和营销手段的创新为动力，以品牌营销、整合营销为重点，全面推进营销发展的营销战略。

在这一战略的指导下，又一村不断地攻城掠地，市场份额迅速扩大。目前，他们又整合优秀经销商作为整合营销的重要内容，选择了一批网络健全、实力雄厚、信誉良好的经销商，组建营销联合体，产品销售福建、广东、安徽、河北、山东等地区。

针对白酒行业步入调整期的新形势，又一村谋求从危机

中寻找转机，毕竟，更多消费者的更多需求，永远无止境。

德州又一村酿酒有限公司每年举办一次大规模的客户联谊会，供需双方畅所欲言，会心交流，开怀畅饮，其乐融融。公司领导也借此机会和各地客户交心交底，把公司一年的发展及营销经济状况和盘端出，倾听经销商意见。这样的方式公司坚持了多年，

深得客户好评，企业也被授予山东省省级“重合同，守信用”的称号。

德州又一村酿酒有限公司长期坚持“走出去，请进来”的营销策略。对市区及较近距离的用户，随时派员走访，认真听取客户及消费者的心声，把收集到的对产品从外观到内在质量的意见和建议及时反馈给公司决策者，对合理

的意见和建议，公司有关部门均会专题研究，认真答复。同时和省内外有关院校建立长期联系，不断引进新技术，开发新产品。

一分耕耘，一分收获，公司现已发展成为德州市骨干企业，成长为德州市场无可争议的畅销品牌。在德州，吃德州扒鸡，品又一村酒，已成为人们的消费共识。