

中国酒行业的历史与现实都是公众关注的热门话题。或许是,中国的任何一个酒企业品牌和产品品牌都曾经与每一个家庭的情感息息相伴,每个人都可以讲出自己与酒的故事来。所以,酒文化中渗透着更深刻的人文情怀。正因为此,消费者才肯于在时间的长河中忘情地忠实于自己的选择。于是,那些善于揣摩消费者心理的企业家们就有了“飞翔”的空间,有了让梦想照进现实的可能。

所以说,优秀企业、企业家一定是那个善于在历史的尘烟中寻找文化基因的“艺术大师”。

牛栏山二锅头:让梦想照进现实

北京

10 年来,记者一直在倾听很多艺术家和企业家一起讲述北京牛栏山酒厂的成长故事。

2012 年 10 月 26 日,来自全国的经销商、消费者代表、媒体人从牛栏山酒厂举办的“国营 60 周年”庆典活动中,再一次体会了北京国营企业员工对历史、对梦想、对未来的珍惜之情、发展之愿、保护之心。员工们表示:听到社会给予的各种赞誉时,不但勾起了对往昔奋斗过程中的种种追忆,还更加明确了企业处在一个什么样的发展关口。在寻找价值的同时,也更加清晰了自己的定位。

事实上,这也是牛栏山酒厂在中国白酒业中的思考。

正因为有了 60 年的思考、60 年的奋进、60 年的风雨无阻,才完成了牛酒人当初的梦想:把中国二锅头品牌大旗扛起,在世界经济舞台上,为中国酒文化的发展和传播演奏出属于自己风格的完美乐章。



牛栏山酒曲遨游太空成功返回交接仪式

循着科技梦,攀援高端市场

几十年坚守梦想的李怀民厂长不断与行业大师、管理专家探讨“科技梦如何实现”。每次的交流都让他获益匪浅。

当“牛栏山一号清香型低温大曲”科研项目签约时,无论是企业员工,还是科学院的专家,都殷切希望“在二锅头行业引入微生物技术创新,探索出新概念、新原理、新方法”。

新时代的经济速度以及市场的选择,都需要企业家每时每刻做出正确的方向性的判断。

2012 年 6 月 13 日至 29 日,神舟九号飞船与天宫一号首次载人交会对接任务取得圆满成功,实现了

我国空间交会对接技术的又一重大突破。在全国人民都为听到这个消息鼓掌时,牛栏山酒厂员工们显得更为激动,因为,在神舟九号飞船搭载的 9 包物品中,其中的“牛栏山一号清香大曲”就来自牛栏山酒厂。

当这个具有历史意义的梦想得以实现时,“中国白酒史册”记录了这样的文字:航天科技与现代生物技术相结合的太空育种,是微生物育种最安全、最前沿的科研方向。专家表示:“经历过太空遨游的农作物种子,在太空微重力、宇宙辐射、复杂电磁环境等多种因素对生物体的诱变作用下,曲种的活性微生物种

群将发生变化,有助于改良液化酶、蛋白酶、糖化酶等酶系。”

行家们承认并祝贺的是:“牛栏山一号清香大曲”经历太空微重力、高能粒子、交变磁场等多种独特环境驯化后,对酒曲品质的提升及酿酒微生物群体的改良,具有不可估量的意义,这将是“二锅头”在微生物技术创新方面的开拓性探索。

牛栏山酒厂的全体干部职工也特别珍视此次“太空实验”。

当初决定拿出专项资金、组织科研团队与中国科学院生化工程研究所紧密合作时,厂长就决心“要共同对‘牛栏山一号清香大曲’中的微生物种群及其酶活进行跟踪研究,

筛选出有益于人体健康、酒体丰满、口感舒适、香气怡人的微生物菌群,酿造出更高品质的产品,带领行业跨入科学、高端的新时代。”这也是他所理解的企业家历史责任之一。

对这次研企合作,中科院的一位专家如此肯定:“牛栏山酒厂一直视自己为中国民族企业的代表,首都北京的一张文化名片,也是中国民族酒业的优秀品牌。能为民族品牌的发展助力,我们也感到非常有意义。”

正是具备了天时、地利、人和等基本要素,企业科技梦的实现指日可待,也为进一步向高端延伸装上了具有强劲动力的引擎。

打破瓶颈,在差异化中获得更大效益

在差异化战略中获得效益,是很多优秀企业的“王牌”。

但是,如何抓住“时间差”打好“差异化”战役,绝非轻松之事。更何况,作为首都北京的老国有企业,如何把这种文化与企业发展、行业进步、国家利益都更好地结合在一起,是验证“企业家是否具备战略意识”的重大课题。

很多案例表明:国有企业领导的优势在于,可以更明确地看到文化就是力量,就是技术;而技术也是力量,也是文化。当中国科学院领导表示“中国科学院作为国家战略科技力量,愿意和牛栏山这样重视新技术、

新工艺、新产品的研发企业合作”时,企业领导班子更加坚信:“对许多工艺环节进行科技探索和尝试是必须要做的事业,这才是真正对历史遗产保护的责任”。种种实践的结果让企业领导班子更加思想一致:企业的发展思路、管理理念、美好愿景都需要时刻去想着积极突破,需要提高自主创新的能力,需要与社会各界的多方合作。

梳理历史发展轨迹不难发现,企业如果没有在 1995 年就觉醒并成立了“专门负责科技研发和新产品开发工作的香海研究所”,行业地位或许早已后退。中国酒行业里,风光不再

的企业太多太多。

企业资料显示:当年“应用现代化技术手段解析牛栏山二锅头酒的传统酿造技艺”就是一个被很多业内人视为“不可实现的梦想”。但是,经过切实地努力,2008 年,牛栏山酒厂检测中心不但获得了“中国合格评定国家认可委员会”颁发的实验室认可证书,成为中国白酒行业继茅台酒厂之后第二个通过认可的企业实验室,还成为中国白酒行业“可在认可的范围内使用 CNAS 国家实验室认可标志和 ILAC 国际互认联合标志的第二家实验室”。

差异化,不仅仅体现在开发产品

品种、品牌宣传、服务个性上,差异化更深刻的内涵是体现在企业的发展战略上。

企业领导班子明确表示:2013 年,继与中科院成功携手开发科研项目后,企业将抓住东扩的契机,建成北京地区最大的生物教学实践基地、博士后工作站,为科研机构、高等学府等专家、教授的科研、交流活动提供高标准的专业场所;为高等院校学子的科研实践活动提供技术、设备、场所支持;更重要的是,在促进国内发酵工艺科研水平进步的同时,大幅度增强企业自身的科研实力,引领二锅头行业跨入全新的科技发展时代。

在创新中传承,在传承中创新

世上没有强者恒强的铁律。每个企业都如履薄冰行走在市场上。这更需要企业管理者“讲累计的资本整合”。在使命和价值观中寻找新的平衡。

创新,是摆在管理者面前崭新的、也是古老的话题。

同时,企业家更要明白:墨守成规的创新不是创新。

60 年前,牛栏山结束了多家酿酒烧锅私营的局面,正式拉开了牛栏山酒厂国营生产的序幕。那是制度创新带来的变革。自此后,牛栏山酒厂一刻没有停止过创新。如今,产

品品牌已经成为众多消费者的首选,企业也成为北京地区白酒行业保持自主酿造规模最大、“在太空开展清香型酒曲实验”的白酒企业。

此刻再谈创新,既是为适应瞬息万变的市场变化,也是自己给自己加码,加压。但是,牛酒山人给予时代的震撼一直没有让公众失望。把“创新进行到底”的责任意识丰富了企业的文化内涵。

2012 年 10 月 26 日,牛栏山酒厂再一次隆重举行了曾经轰动中国业界的“拜师仪式”。当身着庄重汉服的 12 位年轻人按照汉代礼仪向 6

位师父行叩拜大礼时,再一次震撼了所有现场观众!

历史学家和社会学家认为:长期以来,多种因素导致一些老字号企业的传承链出现断裂。正是因为缺乏系统的、有组织的传艺和培训,致使部分老字号企业经营不善,规模越来越小,甚至消失。这是中国的遗憾,是中国文化的遗憾。由此,我们更加容易理解,“二锅头酒传统酿造技艺”入选非物质文化遗产名录的意义是何等深远和深刻。北京牛栏山酒厂率先在业内提出了“传承链”概念并进行实施是多么的具有

历史责任感和厚重的精神力量。在第二届拜师会上,企业挑选了 6 名具有 10 年以上经验的“老师傅”收徒传艺的事实再一次展示了“师徒文化的内涵”:徒弟必须遵从严守本门技法、不可自减工料、终身不得参与制假贩假等 5 项规矩。

记者回忆起牛栏山酒厂在 2007 年的那场创造性地“传承链”打造。当首届“京城酒脉百载传承”大型拜师封酒大会新闻图片登上中国各大媒体首页时,厂长李怀民对记者说:恢复了中断近半个世纪的拜师仪式的活动,向社会展示了中华民族尊

师重教的传统美德,使传承形式由历史的民间个体口传心授变成企业制度化的师传模式,是我们的梦想,也是强化传统酿酒技艺传承链的有责任感的企业家的使命。

在牛栏山酒厂的稳步发展历史过程中,记者体会到:有历史责任感,才有信念和希望;有历史责任感,才有创造、创新的激情。所有的创新都来源于继承,所有的继承都演化成了更大的创新。

李怀民与白酒专家们共同探讨“二锅头在中国白酒中的影响及未来的发展趋势”时发表了个人见解:企业如今的影响力和传播力,实在是离不开老祖宗传承给我们的宝贵财富。正是继承了传统的大曲发酵剂,才有了在这个基础上用现代科学技术分离出一些优良菌种的麸曲酒的新成绩,才有了白酒行业重大的技术革新。

合作共赢,实现新跨越

牛栏山酒厂博物馆的一段文字告诉我们:保持自主酿造规模、拥有“中华老字号”、“中国驰名商标”、“中国酿酒大师”、“原产地标记保护产品”、“全国工业旅游示范点”文化符号的企业实现了历史的跨越。特别是,2002 年至 2012 年,销售收入一直保持在 30% 发展的牛栏山二锅头品牌,成为了中国 247 个驻外机构的特供酒。事实,不但让企业微笑着承认“是企业腾飞的黄金十年”;也让行家们微笑着承认“二锅头已经从普通百姓酒跻身中国高端白酒行列”。

一直坚持朴素“国情情怀”的厂长李怀民说,“60 年的奋斗才有了这样的结果,牛酒人会记住这段历史。会在感恩中继续与客户共赢市场,与员工共赢企业,与社会共赢发展。”

企业做强、做久,需要坚持这样的“三位一体”的“共赢”原则。

2013 年初,在合作中取得业绩的合作商、供应商们都表示,以更大的激情、切实的努力为“牛气冲天”制造气场,期待好运。

喜欢牛栏山酒厂“多年坚守京味儿文化底蕴、同时坚持精益求精”的北京朝批商贸有限公司常务副总经理孙文辉对记者坦言:商业企业 20 多年的生意额从原来几十万,到今年的 3 个亿。成功的理由只有一个:真正实现了相互支持和共同发展。我们也看到了一个生产企业的品牌增长和发展速度是那么的惊人,这是企业的幸事,也是国家的幸事。

有着 16 年合作历史的供应商、郑州华美集团董事长乔相鸣心理记得很多感人的故事。他对记者讲道:我们这样的小商业零售企业,每当要偿还银行贷款的时候,都会遇一些困难。这也是我们经销商最难过的经营坎。厂长李怀民多次帮助我们企业解决燃眉之急,这种举动在这个行业里也是鲜见的。什么是诚信?什么是诺言?我们 16 年的成功合作就是最好的回答。

而对于企业经营理念,李怀民也有着自己独到的见解:我们提倡多年的“经营感动”,就是经营理念链条上的一环;而“感动客户、感动员工、感动全社会”才是我们“立体金字塔”。早就出现的“展示后厨”、企业工业旅游,尝一尝真正纯粮酿造的牛栏山二锅头等方式和活动,都是“感动经营”的细节表现,从概念开始,最终成为企业不变的一种制度。

正如供应商代表乔相鸣所说:企业的“感动经营”理念不仅能够把我们这些供应商、经销商自然地变为真诚的合作伙伴,还把消费者与我们的合作提升到了更高的高度,大家踏踏实实、一步一步地为品牌文化做努力。

2013 年 1 月,牛栏山酒厂荣获 2012 年度“中国最具影响力企业”称号。

李怀民表示:中国改革开放的 30 年也是牛栏山商业经营实践和品牌梦想实现的 30 年。见证了由“粗放增长”到“契约精神”的过程之后,企业要更加坚守务实原则。2012 年,企业销售业绩突破 30 亿元,为实现“打造中国二锅头第一品牌”的历史使命打下了坚实基础。



企业科技人员与外部专家品鉴产品