

酒道中原 传统豫酒的新文化根基

发展 足迹

足迹·白酒特辑

“酒好不怕巷子深”，这是一句流传已久、妇孺皆知的话。但在竞争激烈的市场中，这句老话已被证明没有继续实践的价值。当国内众多酒业企业纷纷从市场经济的洪流中苏醒，着陆中原之时，河南白酒仍然在沉睡。俗话说，三十年河东，三十年河西。从上世纪50年代至今，还不到60年时间，中原白酒曾经拥有红红火火的日子，也曾暗淡无光，60年一个轮回，现在年轻中原白酒企业再次踏上艰辛的历程，在新世纪迈出一条科学、规范、健康的发展之路，要想确立适应大市场的经营战略，就有必要回顾那不平凡过去。

晚报记者 谢宽/文
赵楠/图



始创：曾经沧海难为水

自古以来，河南省酿酒生产历史悠久。考古工作者在安阳殷墟和郑州商代遗址掘出大量樽、角、觚等饮酒的器皿；郑州、伊川还发现有商代和战国时期酿酒作坊的遗址。史书记载中最早的造酒者仪狄的杜康，都是河南人。宋代，河南造酒业更为发达。近代，河南酿酒业逐渐衰落，名酒失传。1949年中华人民共和国成立前，全省酒类生产品种单一，生产很不景气。历史上最为繁盛的开封市也只盛下三四家作坊。据当年统计，全省饮料酒总产量只有6吨。

中华人民共和国成立后，河南酿酒工业得到恢复和发展。在各级人民政府的大力支持下，扶持改造原有的私人企业，有计划地建立了一批国营酿酒企业。1948年6月，县人民政府再次恢复历史名酒宝丰酒的生产，起名为地方国营宝丰县裕昌源酒厂，成为河南省建厂最早的白酒厂家；1949年，河南四五酒厂正式建厂；1951年在几个酿酒作坊的基础上组建成立了张弓酒厂；1954年，在“水笼统”、“永禄美”酒馆的基础上，将唐河县源潭酒厂和南阳县龙泉寺酒厂合并为赊旗镇酒厂，后更名为河南省赊店酒厂；1958年皇沟酒

厂建厂；1968年，在十几个私人作坊的基础上正式建立鹿邑国营酒厂，初建时只有十几个工人，年产白酒1吨，这便是早期的宋河酒厂。

短短二十年间，河南白酒行业已经初具规模，有关业内人士介绍，尤其1978年中国共产党十一届三中全会之后，全省酿酒行业大力进行技术改造，狠抓产品质量，使酿酒工业迅速发展。到1987年，全省仅轻工系统就有酒厂103家，其中全民所有制酒厂86家，集体所有制酒厂17家，从业职工3万人；全年产量44.7万吨，其中轻工系统37.1万吨。1987年，全省乡镇企业中酿酒企业共有10377人，总产值11043万元。此外，自1979年开展产品评优活动后，到1987年全省酒类产品获国家银质奖4个，轻工业部金杯奖2个，银杯奖7个，铜杯奖4个，部优产品奖5个，省优产品奖40个，优秀新产品奖42个。宋河粮液、宝丰酒、林河特曲、赊店酒、杜康酒等一批优质名酒畅销许多省、市、自治区，有的还出口欧美、日本等国。

中华人民共和国成立以来，河南省食品工业不仅满足了日益增长的市场需求，也为支援国家建设积累了一定的资金，成为全省轻工业的支柱产业之一，在国民经济发展中正发挥着越来越大的作用。

发展：审时度势在今朝

的确，河南白酒的昨天是令人难忘的，也是值得我们去回忆的。而河南白酒今天的境遇却有些令人尴尬和痛心。这是因为市场经济不相信眼泪，激烈竞争不会原谅失误。

进入上世纪90年代，河南酿酒集团纷纷由国营企业改为集体所有制企业，成为一个独立的经济实体，并实行自主经营，自负盈亏。改制后，由于企业对集体产权没有量化，尽管企业的性质改变了，但企业的包袱仍然很重，人员、负债等问题没有得到解决，在市场竞争中不能做到轻装上阵。而此时，国内酒业行业却迅猛发展起来。苏酒、徽酒西进，川酒、湘酒、黔酒、鄂酒北上，晋酒、冀酒、陕酒南下等各大派系显示出强劲的逐鹿中原发展势头，雄心勃勃地要在“中国白酒业出奇制胜”，这些情况的出现，对豫酒来说，无异于雪上加霜。豫酒究竟该怎么办？

客观地讲，河南白酒在本地市场所占的比重只有50%，很重要的原因是没有发挥出自己的优

势，一方面品牌优势不突出，缺乏全国性大品牌和强势品牌群，一方面经济水平较低产品结构不合理。由于传统酿酒方式技术含量较低，加上替代技术的产生，许多中小型白酒生产厂家如雨后春笋一般应运而生，白酒行业利润空间大大缩小，河南白酒在激烈的竞争中基本丧失了竞争能力。

随着社会多元化发展，人们的消费习惯正在发生改变，选择也越来越多。河南白酒本身的生产工艺和口感决定了其浓厚高度酒的特质，可除高档白酒多为知名高度白酒外，大众消费型白酒主导产品多为42度的低度酒。这样一来，河南白酒没有开发出适销对路，适应消费者需求的产品可以说非常一般，以低档产品为主、市场主要活跃在中原地区，自然要遭受重创，陷入“提价找死、不提价等死”的两难境地。

2006年，为控制白酒生产过度和饮酒浪费，国家开始调整白酒消费税征收办法。据业内相关人士调查分析，由于高税收和白酒行业日渐减少的利润，造成了成本价和市场销售价的倒挂，形成了卖得越多就亏得越多的恶劣局面。看来，河南白酒应该重新转换思维方式，改变经营模式，生产出适销对路的产品才是出路所在。

调整：重整“河山”待何时

面对河南白酒的现状，豫酒人思索最多的是豫酒应如何尽快调整结构、重进市场。“研发高中档品种，减少低档酒生产”，所谓“高档酒横冲直撞，低档酒上山下乡”就是这个道理。

而对于整个豫酒行业而言，却并不简单。在这种情况下，豫酒“抱团打天下”的决心孕育而生。这项“豫满中国”的出现是河南酒业协会长期分析研究、策划总结出孕育而生的结果。从2005年广州国际酒饮博览会到2006年北京国际酒博会，从2006年西安糖酒会到2007年哈尔滨糖酒会，乃至2008年长沙糖酒会，每到一处，河南酒业协会均召开新闻发布会，大声声嘶力竭，豫酒“抱团”模式逐步得到业界广泛认可。

在河南省酒业协会会长熊玉亮看来，豫酒的发展，首先要以抱团取暖经济理念，利用秋季全国糖酒会在郑州召开的契机，以“豫满中国”为纽带，利用中部糖酒会和秋季全国糖酒会为基础，大力发展会展经济，展示河南酒业的崭新面貌；其次，要全面维护企业的合法权益，做豫酒企业的代言人；然后结合河南白酒企业的发展需要，研究制定《河南白酒产业发展战略纲要》(草案)，报送有关部门发布实施。《纲要》突出整合河南白酒产业抱团取暖、抱团打天下的资源，鼓励并帮助河南白酒龙头企业发挥其示范作用，从而带动整个河南白酒产业全面发力，提高市场占有率、提高豫酒在全国的影响力和核心竞争力。

有关业内人士坦言：豫酒的教训是我们在重振河南白酒业的路上必须吸取的。豫白酒走过了由兴旺到衰落的过程，既有历史的因素，也有市场发展的原因，更有企业自身管理和人为的因素。从计划经济到市场经济的转变和发展中，一直在应验优胜劣汰，适者生存这条定律。对于豫酒而言，在今后的发展中，需要“变”与“不变”相协调，如品质上要一脉承传，坚持诚信经营、周到服务理念不能变；在配方、工艺、方法背后的标准不能变，这既是一种质量的保证，也是一种文化的传承，如果变了，老字号的信誉和文化就不存在了。而在经营的过程中，经营思路要求变、求新、常变、常新，豫酒业需要善于应对环境变化、抓住豫酒抱团的机遇，在营销策略上紧密结合市场需求的“灵活多变”，也就是说，酒好还需要会“吆喝”。

有道是，长江后浪推前浪。是的，我们应该感谢竞争。但我们也应该相信，河南酒业会在经历一番阵痛之后，迎来一个新的春天。

