

豫酒龙头宋河的味、类、魂、势

——写在宋河成为首个销售额突破 20 亿的豫酒企业之际

□朱满堂 吴美芳 陈亮文/图



在宋河文化碑廊前合影

基础实力决定未来高度

原酒储备能力 10 万吨, 稳居河南首位
年原酒生产能力近 3 万吨, 稳居河南首位
原酒发酵池 1 万余条, 稳居河南首位
生产班组 140 多个, 占省内同行总数的 60%
拥有河南唯一的浓香型白酒工程技术中心
河南唯一荣获“中国名酒”称号的浓香型白酒
拥有 7 名国评, 居全国同行业前列、省同行业之首
豫酒企业中唯一具有全省攻略和销售渠道的企业
率先在天猫和酒仙网开设旗舰店的豫酒企业
率先在国内提出打造“中国互联网第一名酒”的目标
在河南第一个通过国家纯粮固态白酒标志认证
在河南率先通过 HACCP 食品安全管理体系认证
在河南率先通过了 ISO9001:2000 质量体系认证
在河南率先荣获“中国驰名商标”称号

◆味:香甜清爽 醇厚绵长

香的庄重,甜得大方,绵的亲切,净得脱俗。——著名作家李準

“昨天喝了那瓶国字六号,无色透明,窖香浓郁,陈香舒适,醇厚绵甜,香味协调,浓香风格突出,是款非常不错的好酒。”这是 2012 年 11 月一位上海网友给宋河股份官方微博的评语。这位网友,在与宋河股份官方微博的一次互动中,获得这瓶国字六号。

这位网友自称是“白酒酿造师”,其对宋河粮液酒品的评述,具有专业水准。这种评价与 2005 年 3 月中国白酒行业的大家沈怡方、高景炎、高明等,对宋河粮液的评价如出一辙。

当时这些大家称,宋河粮液“窖香浓郁,品味绵甜、纯净,酒体丰满协调,回味悠长,风格突出”。

在这些大家对宋河做出评价前 20 多年,国内著名作家李準曾到宋河股份生产基地参观时,给宋河留下墨宝,用 16 个字,以

◆类:道法自然 自然香型

人法地,地法天,天法道,道法自然。——道家鼻祖老子

常言道,一方水土养一方人。水土滋润一方文化,一方文化又反过来泽被一方水土。

河南省诗歌学会副会长冯杰对鹿邑充满向往,第一次到鹿邑时,他言“有朝圣之意”。去前,他对鹿邑的印象就是一人一酒。“一人”指是老子其人,“一酒”当然说的就是豫酒老大宋河粮液了。

郑州市作家协会副主席陈鲁民在博客中写道:老子是个好酒之人,“饮可百觚”,也善于酿酒,还用美酒招待过孔子。他感叹没想到的,是老子的酒香居然绵延至今,生生不息。“在他身后 2500 多年,他的诞生地还有个著名酒厂”,在虔诚地师法他的哲学,践行他的自然观,把他的酒文化发挥到淋漓尽致。”

“酒同样是可以滋润文化成长的東西。”河南省作协主席李佩甫着眼于文化与酒的关系,并兼顾宋河酒与古宋河的历史渊源,题字写道:宋河是创造《道德经》的渊源。

文化与酒从形神相契,作为喝着古宋河水长大的“鹿邑人”,这个 2500 多年前生

文化人和消费者的双重角色,对宋河粮液的味道做了一个恰到好处描述:香的庄重,甜得大方,绵的亲切,净得脱俗。

几十年来,宋河的酿造、调制人员一直在追求和保持这种酒体风格的特点,从更大的时空来看,这种努力保证了宋河粮液口味的相对稳定。

宋河倍加珍惜自身酒品风格的形成及或专业或文化的描述,并将一套质量管理体系写入管理章程之中。宋河的质量管理,从检验阶段,经历了统计技术控制阶段、全面质量管理阶段和标准化阶段。宋河,有一整套长达 26000 字的《生产工艺操作规程》,囊括了宋河粮液原酒生产的全部流程,是确保原酒质量的科学依据。宋河,有一整套长达 94000 字的《技术标准》,涵盖了宋河粮液酒生产的各个环节的质量控制,是宋河产品质量的可

于斯长于斯的前辈,以其穷极万物的哲思和轻灵超世的文字,给这片土地留下泽被千年的文化养料。其最著名的著作《道德经》,穿越几千年的历史,至今依然被摊开于千千万万的书桌之上。

老子是宋河、鹿邑、河南乃至中国宝贵的思想源泉和宝藏。作为一位具有世界影响和声誉的哲学家、思想家,老子所著《道德经》捍卫了其在全球无与伦比的思想广度、高度和深度。在国内白酒行业,提到宋河,难以绕过这位圣人。

绵柔、淡雅、清雅、柔和……近年来白酒行业品类概念层出不穷。从营销学的角度来看,这些概念是一个产品或品牌的区隔工具。在这轮白酒行业发展周期之中,宋河和古井贡就分别得益于品类概念中所提炼出来的绵柔和淡雅概念。它们从四川一直占据的强势浓香型阵营中,成功以口味为依托淡化了人们对耳濡目染的主体香型的关注。

当各种类似的以口味为区隔的概念诞生之时,在淮河名酒带源头的宋河也在思量

靠保障。

宋河,有一整套科学完善的质量奖惩办法,是确保企业内部工作质量的法规文献。宋河,有一整套长达 10 万余字的《质量手册》和《程序文件》,是宋河在全国白酒行业中率先通过 ISO9001 国际质量体系第三方认证的有力证据。

宋河原酒酿造指导思想也逐渐由“稳产提质”提升到“限产提质”的层面。如今,国字三、六、九号宋河粮液所使用的原酒必须分别达到一年、三年、五年以上,才能灌装,就是实践这种理念的表现。

“当产品与质量发生矛盾时,产品让位于质量;当成本与质量发生矛盾时,成本让位于质量;当市场与质量发生矛盾时,营销让位于质量;当价格与质量发生矛盾时,金钱让位于质量”,这是公司的司训,也是每位

自己的品类概念。宋河一时还不可能像山东那样,以芝麻香,一种基于原料香的方式,压倒性地占据国内白酒行业的一个品类制高点,豫酒企业也一直在探讨居于天下之中的河南,是否应该也有一个吻合地域特色的品类概念,时至今日,这种探讨还没有实质性的结果。

宋河并不愿一味尾随大流,人云亦云。酝酿思考良久,一个全新的概念进入宋河股份总裁兼营销公司董事长王祚杨头脑中:“自然香”。

在老子《道德经》中有一段话,“人法地,地法天,天法道,道法自然。”简短的 13 个字,表达了老子对人与自然关系的终极探索,也深刻地影响着这片土地上的人与物。

透过专业大家和普世文人对宋河粮液酒品评价,“道法自然”,何尝不是宋河在酿造过程中所追求的一种境界?于宋河,“自然香”何尝不是一个几乎天然的绝配?

在宋河,酿酒极讲究人与自然的和谐共生。宋河人采用清冽甘甜的古宋河地下水资源,以优质高粱、小麦为原料,传统酿制

员工的座右铭。

在宋河股份董事长朱文臣的心中,企业做质量就好比人要穿衣吃饭,是生存的底线,如果不能保证产品质量,企业就无法立足于市场,更谈不上文化和品牌的发展。

“下午去宋河酒厂”,喝了杯 1975 年的原酒。端上一大杯,一口抽下,热辣辣一道火烫到腹中。觉得不过尔尔。未几,腹内、喉间、满嘴生出浓浓的余香,绵延十几分钟而不绝。这感觉真是太妙了。”2012 年 12 月 30 日河南省文学院院长何弘在参观宋河股份生产基地后写下这样一段微博。

这是粮食酿出来的酒的味道,也是宋河酒品风格形成的原生味道。与宋河视质量为信仰对应的是,宋河相继获得老十七大中国名酒、中国驰名商标、中华老字号等荣誉称号及纯粮固态发酵白酒标志认证。

这是粮食酿出来的酒的味道,也是宋河酒品风格形成的原生味道。与宋河视质量为信仰对应的是,宋河相继获得老十七大中国名酒、中国驰名商标、中华老字号等荣誉称号及纯粮固态发酵白酒标志认证。

这是粮食酿出来的酒的味道,也是宋河酒品风格形成的原生味道。与宋河视质量为信仰对应的是,宋河相继获得老十七大中国名酒、中国驰名商标、中华老字号等荣誉称号及纯粮固态发酵白酒标志认证。

这是粮食酿出来的酒的味道,也是宋河酒品风格形成的原生味道。与宋河视质量为信仰对应的是,宋河相继获得老十七大中国名酒、中国驰名商标、中华老字号等荣誉称号及纯粮固态发酵白酒标志认证。

这是粮食酿出来的酒的味道,也是宋河酒品风格形成的原生味道。与宋河视质量为信仰对应的是,宋河相继获得老十七大中国名酒、中国驰名商标、中华老字号等荣誉称号及纯粮固态发酵白酒标志认证。

2012 年,宋河不事张扬地完成了豫酒首破 20 亿元销售额的超越。

这是宋河创立以来的一次历史性的发展跨越,也是豫酒的一次里程碑式的突破。

2012 年年底,当这句话缓缓地宋河股份董事长朱文臣嘴里首次对媒体说出来时,前来给朱文臣拍“名酒大商合作模式创新发展论坛暨 2012 河南酒业年度颁奖典礼”VCR 的记者,直称宋河有货和不动声色。

几天后,宋河股份总裁王祚杨在“国字宋河高端客户新春团拜会”上正式对外宣布宋河实现的这一跨越,更多人将目光投向了厚实的宋河。

2012 年,在白酒市场承压、行业增速放缓的情况下,宋河股份仍然取得了亮丽的成绩单:省内市场增幅超过 50%,省外市场达到 2 倍增长,全年销售额突破 20 亿元,成为首个年销售额突破 20 亿的豫酒企业,已连续 11 年稳居豫酒第一。

在《新食品》杂志记者看来,宋河是唯一获得“中国名酒”称号的河南浓香品牌,是豫酒龙头和品质的代表,在全国市场也享有深远影响。即便在白酒市场承压、行业增速放缓的情况下,宋河股份仍然以省外销量全年达到 2 倍增长,吸引了业内外人士的广泛关注。

对于豫酒来说,这是一个新高度;对于厚积薄发的宋河来说,这是一个新起点。作为淮河名酒带源头的白酒企业,宋河正在依托底蕴深厚的文化,以传“道”“礼”世、虚实相生的入世态度和稳健性格,展现自我与生俱来的力量,凸显宋河酒品及文化的自然之美。

◆魂:道传中国 礼遇华夏

一部《道德经》所透露出来的智慧,也是一个具有普世价值的思想体系。道传中国之时,也是宋河“豫礼华夏”之时。——宋河股份董事长朱文臣

老子《道德经》蕴含着取之不尽的思想源泉。

欧洲大革命时期的先驱曾从老子所著《道德经》中嗅到了普世的东方智慧。就连西方现代哲学的开创者尼采也深受《道德经》影响。他说,《道德经》像一个永不枯竭的井泉,满载宝藏,放下汲桶,唾手可得。

一部《道德经》所透出来的智慧,就是中国乃至世界的普世价值。

海尔集团创始人张瑞敏将老子称为其第一位老师,他说,“老子教会我战略性的思考”。联合国秘书长潘基文用老子思想践行《联合国宪章》精神,连任演说中引用老子《道德经》名言说:“天之道,利而不害;圣人之道,为而不争。”

一部《道德经》就是一部民本为政的思想源头。一部《道德经》就是一部普世价值的思想体系。

宋河股份董事长朱文臣深信,作为道家学派的创始人,老子的思想“道传中国”之时,也是中国最具礼遇文化积淀的宋河作为“豫礼”

◆势:厚重宋河 蓄势腾飞

豫酒复兴,不仅仅停留于口号,更需落到实处,实现质的飞跃。宋河是中国白酒行业厚重品牌价值的代表,厚重是一种自内而外的气场和能量,宋河期望一如继往以龙头的实力和地位,带领豫酒迎接这种实质性飞跃时代的来临。——宋河股份总裁兼营销公司董事长王祚杨

“我从业 30 多年以来,生平第一次到酒厂参观,也是第一次看到这么大,这么有生产规模的白酒厂。这次的鹿邑宋河股份生产基地之行,用一个词来形容就是:震撼。”郑州市记者协会副主席张利民在参观过宋河股份生产基地后发出这样的感叹。

像张利民一样,很多去过生产基地的人在评价宋河时用到最多的一个词就是“震撼”。这种震撼来源于对宋河股份生产基地酿酒园区规模、原酒储量、生产班组、发酵池等综合实力的惊叹。

宋河对科技工作者颇为重视,奖励也甚是大方。去年,因为贡献突出,勾调部门获得 20 万元奖励。正是这些科技人才的存在,宋河在河南同业技术领域实现了“四个第一”:即第一个通过 HACCP 食品安全管理体系认证;第一个通过了 ISO9001:2000 质量管理体系认证;第一个通过国家纯粮固态白酒标志认证,这一认证是中国高端白酒的一张身份证;第一个荣获“中国驰名商标”称号。

公益宋河也是品牌宋河、文化宋河的重要组成部分。2010 年 7 月宋河倡议、捐资成立河南省宋河老子国学教育基金会,每年捐赠 2000 万元,用一套体系保证了基金会的日常运转和可持续性,这既是宋河作为豫酒老大

的最经典代表,礼遇华夏之时。

有人说“礼”的思想是儒家学派创始人孔子的思想。其实,老子的思想体系是包括“礼”“法”等支脉的源头,只不过孔子将其中有关“礼”的思想,发扬光大。这个曾经多次问礼老子的圣人,也与老子一道成为中国文化符号性的人物。

原来宋河的诉求语是“东奔西走,要喝宋河好酒”,之后变为“中国性格 宋河粮液”,这些都是着眼于整个宋河产品体系的传播语,现在宋河将诉求的重点聚焦到了“国字宋河”一款产品身上,即“中国礼遇 国字宋河”,这是一个具有全国站位意识的诉求,蕴含着宋河全国版图梦想,而宋河的“礼遇”概念并非空穴来风,而是源于历史,走入当代。

鹿邑酿造史可以追溯到 3600 多年前,长子口墓是我国商周考古的重大发现。在发掘的文物中,仅酒器就有 48 件,说明这片土地酿造历史源远流长。

春秋战国时期,礼崩乐坏,孔子到古宋河访问孔子,老子用地产佳酿款待孔子,孔子不胜酒力,三日方醒,留下“唯酒无量不及乱”的典故。因为老子无可取代的地位,历史上先后有 8 位皇帝前往鹿邑,用古宋河水酿出的美

一件可怕的事情。尽管从短期来看,原酒投资对企业的资金面会形成一定压力,但从长远来说,这是食品工业作为良心工程的性质所决定的。

科研团队在酒品竞争中发挥着关键作用,宋河拥有 1 名享受国务院津贴的国家级白酒专家、7 名国家白酒评委、3 名河南省酿酒大师,国评人数位居全国同行业前列、省同行业之首。省级白酒评委多达 17 人,省、市级酿酒技师 100 多名。

宋河对科技工作者颇为重视,奖励也甚是大方。去年,因为贡献突出,勾调部门获得 20 万元奖励。正是这些科技人才的存在,宋河在河南同业技术领域实现了“四个第一”:即第一个通过 HACCP 食品安全管理体系认证;第一个通过了 ISO9001:2000 质量管理体系认证;第一个通过国家纯粮固态白酒标志认证,这一认证是中国高端白酒的一张身份证;第一个荣获“中国驰名商标”称号。

公益宋河也是品牌宋河、文化宋河的重要组成部分。2010 年 7 月宋河倡议、捐资成立河南省宋河老子国学教育基金会,每年捐赠 2000 万元,用一套体系保证了基金会的日常运转和可持续性,这既是宋河作为豫酒老大

酒祭拜老子。1988 年,宋河粮液获得“中国名酒”称号,让其成为河南酿酒史上唯一跻身中国名酒之列的浓香型白酒品牌。

这段历史的传承,让宋河人受到启发。宋河将“中国礼遇”作为宋河粮液高端家族国字宋河的核心诉求点,以“圣人的礼遇”“皇家的礼遇”和“盛世的礼遇”入酒,就是基于对鹿邑这片土地上发生过的人文历史的一次梳理。对于有品位、内涵、阅历的人来说,礼遇就是一种规格和态度。

如果说“道”是务虚,出世的体现,那么作为“道”的重要组成部分,礼就是入世、务实的表征。一虚一实,一阴一阳,相得益彰。而在宋河的市场操作实务中,避虚就实,是一种运筹帷幄,而从品牌层面,以实入虚,赋予产品以文化底蕴,注重品牌建设,则是另一重境界。虚实相生,相得益彰,宋河人深得老子智慧真谛。

体现宋河人对老子思想和智慧不遗余力传播的是,在宋河工业旅游的设计中,宋河股份生产基地与老子出生地太清宫和老子升仙地明道宫,搭成了一条完整的路线。最新的数据显示,自 2005 年开始有意识组织工业旅游开始,短短 7 年,宋河股份生产基地已经接待了 6 万多名参观者。可以说,宋河股份的工业

旅游,带动了老子故里的人文旅游热度,而鹿邑的人文景观,则让更多人认知了宋河的品牌主张和内涵。

2012 年的最后两天,以河南省作家协会主席李佩甫、河南省文学院院长何弘、河南省散文学会会长王剑冰等 10 位作家为代表的文学豫军走进老子故里和宋河采风,成为继在上世纪 80 年代魏巍、曹禺、姚雪垠等著名大家莅临宋河之后的又一批文化历史见证者。

在鹿邑,老子与宋河早已是两个相互滋润相得益彰不可分割的文化元素。在宋河,老子思想及其道教精神早已渗入血液藏于骨髓,成为看不见摸不着但又真真实实、随处可见的影响力。

一位白酒界专家曾说:中国的文化能走多远,中国的白酒就能走多远。这话,用在从老子故里成长起来的宋河身上,尤其贴切。“凡是有华人的地方,就有老子;凡是有老子的地方,就有宋河粮液”,这是宋河人矢志不移、孜孜以求的目标。

在这样历史背景和文化语境下成长起来的宋河,正在富有耐心地等待着“道传中国 礼遇华夏”之时。从某种程度上说,老子的思想和智慧赋予了宋河文化以“灵魂”。



在伦敦唐人街,来自河南的 7 位豫菜大师向全英河南同乡联谊会会长焦建功赠送宋河美酒



2012 年 11 月 26 日,宋河在北京宣布在天猫和酒仙网推出旗舰店,目标直指“中国互联网第一名酒”