

龟龄集酒引领新世纪时尚

杨志琴

(北京东方榭有限公司, 北京 100073)

摘要: 龟龄集酒是山西省“三宝”之一,与山西汾酒、山西老陈醋齐名,系根据祖国传统医学整体观念,采用天然动植物与清香型名酒生产工艺精制而成。集营养化、低度化、纯净化于一身,具有很高的保健功能,满足人们的健康消费心理和饮酒嗜好,在广誉远公司的精心运作下,将再振雄风,引导新世纪健康饮酒新时尚。(晓)

关键词: 酿酒企业; 龟龄集酒; 保健酒; 市场运作

中图分类号: TS261; TS262.91; F713.5

文献标识码: C

文章编号: 1001-9286(2001)03-0099-03

Guilingji Liquor Leads the Fashion in the New Century

YANG Zhi-qin

(Dongfangzhuo Co. Ltd., Beijing 100073, China)

Abstract: Guilingji liquor, together with Fen liquor and mature vinegar, known as “Three Treasures” of Shanxi Province, it is produced according to Chinese traditional medical views by the production techniques of Fen-flavour liquor with natural animals and plants as its essentials, and it is the combination of nutrition, low alcohol and purification, it is of high healthy function and it could meet the requirements of consumers. Accordingly, the liquor will lead the fashion in the new century by the proper direction of Guangyuyuan corporation. (Tran. by YUE Yang)

Key words: liquor-making industry; Guilingji liquor; healthy liquor; market manipulation

山西广誉远龟龄集酒业有限公司成立庆典于2000年12月18日在太原市迎泽宾馆举行,来自省内外社会各界知名人士及业内代表数百人齐道贺。

一位老专家感慨道:“龟龄集酒这块瑰宝,终于有希望了……”

1 中华瑰宝——龟龄集酒

龟龄集酒源自龟龄集“御用圣药”,始创于明朝中叶,是明、清两代“皇家至宝”,距今已470余年历史。

龟龄集酒根据祖国传统医学“天人合一”、“阴阳五行”的整体观点,原料采用天然动植物,包括天上飞的(蜻蜓、雀脑)、海里游的(海龙、海马)、地上跑的(鹿茸),集东、西、南、北中各种名贵药材于一体,经精心升炼、泡制、酝酿,具有扶正固本、补益强身、消解疲劳、延缓衰老、增强人体免疫功能的奇特功效。

据传此酒早在明末即已流行宫中,御医们将升炼制成的龟龄集丹剂用酒浸泡后发现,由于酒本身对中草药具有极强渗透与吸收作用,因而饮酒比单纯服药功效似更显著。龟龄集辗转落户山西太谷后,人们进一步将独特大曲工艺酿造的杏花村优质汾酒作为底酒,在浸泡龟龄集过程中加以勾储、调香,为龟龄集酒总结出一整套规范而完善的生产工艺,使其酒质纯正中融软、绵、甘、香、冽于一体,无论口感还是疗效功能都极富魅力。从此,龟龄集酒与龟龄集药齐名。

龟龄集酒含有人体所必需的18种氨基酸和多种微量元素。1995年,在延缓人体机能衰老方面,龟龄集的深度研究取得重大突破。经大量科学实验和临床观察证实,它在延缓人体机能衰老方面显示出高于其他任何药物的独特功效,它通过维持中青年时

期功能细胞数和灰度值,从而达到延缓人体细胞衰老的作用。

1997年,在龟龄集酒基础上进一步开发成功的龟龄集保健酒,经国家卫生部指定哈尔滨医科大学进行功能性实验后证实,它对于40岁以上中老年增强免疫力、延缓衰老、消除疲劳具有显著功效。

1999年3月,全国人大常委会副委员长、我国著名医学权威吴阶平先生满怀深情地为龟龄集酒题写下八个大字:中华瑰宝,医苑名酒。

2 产销分离,实现企业市场化运作

“内服益寿谁第一,山西太谷龟龄集”的历史评定使龟龄集酒早在1898年已远销东南亚及欧美各国,那时凡是有华人的地方就有龟龄集酒。从1915年的巴拿马大赛到解放后的历次评奖,龟龄集酒和药荣获了数不胜数的至尊殊荣,毛泽东、周恩来、朱德、陈毅、叶剑英、邓颖超、杨成武、聂荣臻、粟裕等党和国家领导人对它的发展无不寄予厚望和深切的关怀。

然而,在由计划经济向市场经济转轨过程中,龟龄集酒却日渐沉寂下去。由于企业思想观念和经营方式全面滞后,特别是品牌经营、市场运作、营销机制上缺乏创新意识,龟龄集酒渐渐被市场甩在了后面。

多少人为龟龄集酒这样一个传世国宝淡出市场而扼腕叹息,更有多少人为它的沉寂焦虑不安。正当“广誉远人”为振兴龟龄集而励精图治、发奋进展的时候,那亚峰——这位观念超前、具有极强市场运作与搏杀能力的企业经营高手,与龟龄集酒相互发现并且一拍即合,通过强强联手共同组建起山西广誉远龟龄集酒业有限公司。

收稿日期:2001-01-08

作者简介:杨志琴(1973-),女,江苏人,大专,记者,专门从事白酒产业的调研、采访、宣传、报道工作,发表了数十万字的酒类文章,在行业内外具有一定影响和知名度。

这家公司的成立,标志着“广誉远”在追求观念创新的基础上将对企业营销体制、市场化运作进行一番大胆探索。

这一探索不仅体现于国有企业在产权多元化道路上迈出新步伐——酒业公司由多种不同经济成分构成,更重要的是这种探索将把龟龄集系列酒的营销作为带动企业整体发展的龙头,依托真正的市场营销专家为企业实施营销运作,通过产销分离以及对市场运营机制的全新整合,以市场带动产品,以产品推动企业,最终实现企业经营运作的市场化发展。

在酒业公司的成立庆典上,那亚峰总经理阐释了企业未来发展的全新战略构想:首先,重新定位并且全新塑造龟龄集酒品牌及其系列产品。要把龟龄集系列酒打造成为与汾酒、老陈醋具有同等声望和身价、能够真正代表山西省形象的名牌精品,并使之尽快跻身中国保健品产业的“尊者”行列;其次,彻底改变龟龄集酒系列酒的固有形象。一方面通过对其包装、价位等一系列外在形象的重新界定与全方位调整,恢复其精品尊严与王者风范;另一方面,借助“药酒保健化、食品化”产品战略的实施,改变并且消除人们对龟龄集酒的误解,使之真正树立起“能走上餐桌”的大众保健饮料酒的全新形象;第三,在企业长远发展上,充分挖掘“广誉远”无形资产与龟龄集疗效功能的巨大潜力,使龟龄集系列酒最终成为保健酒产业中的实力派代表,使企业在做强做大的过程中发展成为全国保健品行业中的强者之尊。

“‘广誉远’”是一块金字招牌,龟龄集是中华民族的瑰宝和奇迹,二者结合便形成拥有丰富历史资源、文化资源、功能资源、质量资源和品牌与市场资源、极具开发与利用价值的无形资产。”那亚峰充满自信地表示:“龟龄集酒独具的品牌与产品优势加上我们特有的市场经营、网络营销优势,使我们有信心重塑‘广誉远’品牌,再振龟龄集雄风!”

3 龟龄集的魅力,在于引领新世纪时尚

伴随经济繁荣、生活质量提高,善待自我、关爱人生、健康消费业已成为当今社会经济发展中的人文主流。当21世纪新的曙光再次照亮我们这颗星球的时候,人类的主题是什么?是健康与长寿。

我们在兴高采烈实现21世纪跨跃的同时也迈进了老年社会之门,人口老龄化带来的最直接健康威胁,便是高血压、高血脂、心脑血管疾病以及老年痴呆症的普遍增多,而且这类疾病的发病范围还有向中年人群迅速蔓延之势;饮食结构的失衡,已使诸如糖尿病、肥胖证等一系列“现代文明病”在中国的发病率增长速度大大高于西方发达国家。

现代医学研究表明,免疫功能下降是导致人体衰老的重要原因。著名的自由基堆积学说也认为,由于人体代谢过程中产生自由基,与体内大分子发生反应,使其受损而丧失生物活性,导致细胞出现功能性障碍,这种功能障碍逐渐堆积便引发各种“现代文明病”和老年疾病的发生。

在对生命日益强烈的关爱中,谁是我们健康与长寿的福音使者?由中国军事医学科学院基础研究所所长、博士生导师章扬培教授领导的分子生物医学专家组,在对龟龄集长达数年跟踪研究实验后证明,它可以有效消除导致人体衰老的自由基,迅速改善和增强人体免疫功能,对于“现代文明病”和老年性疾病具有明显的治疗效果。

从全球范围看,现代文明社会所特有的工作节奏、心理压力以及日趋恶化的社会与自然环境,使“介乎健康与疾病之间”已经

成为我们之中大多数人一种普遍的生理状态,无论东方还是西方,“亚健康状态”已不再是人们陌生的词汇。

“没病吃药干什么?有病吃药也晚了。”这正是当今许多人不得不面对的一种矛盾心理,而龟龄集酒以功能性饮品的特殊身份走向大众,使人们通过日常餐饮这种极其自然的摄取方式实现保健机体、强化机能、提高抗病能力的目的,它与当今国际推崇的营养免疫学理论可谓殊途同归,不谋而合。

站在500年后的21世纪,回首龟龄集当初的诞生,我们不能不对祖先的聪明才智投以钦敬的目光。那时固然没有“保健品”这个概念,然而龟龄集的保健功能特性与其说它是“药”,不如将它奉为中华保健品的“创始经典”似更准确。龟龄集酒堪称是一种全方位、综合型的多功能保健酒,它并不针对某一种疾病而“头痛医头,脚病医脚”,而是强调通过提高人体免疫功能、扶正固本,从而综合地去调理一个人。这种“从根本上强化”的保健特性恰恰符合开发现代高水准保健食品所必须遵从的最佳功能理念。也正因为如此,它比那些壮阳、补肾、保肝、通便、排毒养颜等等单功能保健品具有更小的人群局限性和更加广阔的大众消费市场。毕竟,健康是人人都需要的。

在中国,酒的文化与酒的历史同样源远流长。从“何以解忧,唯有杜康”到“明月几时有,把酒问青天”,从李白斗酒诗百篇到艾青先生“水的外形,火的性格”,从“无酒不成席”到“酒逢知己千杯少”,数千年来酒已深深融入中华民族的血脉之中。

步入21世纪,当中国的科技、经济和文化逐步与国际接轨,我们的民族也开始由昔日的宿醉中觉醒。从“一醉方休”到“饮酒讲究文化”,再到“喝酒要喝健康酒”,从单纯的生理满足到心理满足再到对于生命关爱的满足,人们在如何饮酒、饮用什么酒上变得清醒且日趋苛求了。近些年来饮酒消费的转向,尤其是啤酒、黄酒、葡萄酒销量的上升都在说明一个趋势:“健康饮酒”已开始成为广大民众普遍追求的消费心理与消费时尚。

龟龄集酒恰恰在“健康饮酒”上成为引领新世纪时尚的突出代表。作为健康保健酒,其滋补强身功效自不待言,而30几度的酒精含量又使其劲而不辣,特别是它所采用的清香型大曲酒比之其他香型酒其有害成分要少得多的事实早已为业内权威专家们所认同。可以说,龟龄集酒已在不经意间把现代最新时尚饮用酒所追求的营养化、低度化、纯净化三大优势同时集于一身。它既区别于药,又区别于普通的酒,既能满足人们饮酒时的生理与心理需求,更能满足人们对健康的渴望,几方面功能叠加,加上丰厚的历史、文化底蕴,试问这样的优势和特点在当今酒饮市场上孰能与之比肩?

一位老营养学家由衷地说:“龟龄集酒不同于普通药酒,它口感很好,酒度又不高,比起干白、干红葡萄酒来更容易为老百姓接受和认同。”

的确,龟龄集酒成方于中国的传统中草药,酿制于优质清香型大曲汾酒生产工艺,无论其风味、口感、价位、功能特性还是产品对于大众的心理感受,它比之洋味十足的“红酒”无疑具有更加浓郁的民族情结和更加深厚的“中国缘”。而从“愈有民族性才愈有世界性”的审美价值取向看,在“入世”之后的未来国际市场竞争中,龟龄集酒作为中华瑰宝所展示出来的动人魅力,无疑将使得更多国外酒民为之倾倒。

4 让民族瑰宝振兴山西食品产业经济

汾酒、陈醋、龟龄集自古以来就是山西省的三大宝藏,是山西

人的骄傲。

明朝中下叶, 龟龄集作为当时的“御用圣药”能够辗转落户山西太谷, 堪称是山西人的一大福祉。据史料记载, 当年太平天国攻陷南京后分兵北上, 洪秀全曾密令属下攻克山西之后务将制作龟龄集的广盛药店店员及其设备悉数迁往南京。后因太平军战败才使龟龄集南迁计划落空。否则, 这块民族瑰宝很有可能就要“孔雀东南飞”——不再属于山西人了。

“龟龄集是一块无价之宝, 是一笔取之不尽、用之不竭的无形资产。”那亚峰总经理动情地说: “这块国宝如果在我们手上不能弘扬光大, 我们上对不起祖宗, 下对不起三晋子孙!”

去年省委书记田成平在太谷县调研时曾经关切地问道: “咱们那个生产龟龄集和定坤丹的中药厂, 为什么总是起不来呢?”

前不久, 省长刘振华在一次产品分析会上也明确提出: “龟龄集和定坤丹这两个产品应当做强做大!”

不错, 龟龄集应当做强、做大! 龟龄集能够做强、做大! 龟龄集也必须做强、做大!

由于天灾人祸, 山西三大宝藏之一的汾酒这几年在苦苦挣扎中至今尚未彻底摆脱困境; 老陈醋在全国四大名醋中“醋老大”的地位也早已摇摇欲坠; 龟龄集更不用说了。3个好产品, 没有一个能冒出尖来, 这便是“山西三宝”的可悲现状! 难怪前两年流行这样一句话: 酒瓶倒了, 醋瓶子歪了, 山西的食品工业快没东西了。

严峻的现实, 迫使人们把期待的目光投向龟龄集酒, 希望它能走出一条路来, 做强做大, 进而成为整个山西省食品产业经济增长中一个全新的亮点。

广誉远龟龄集酒业有限公司成立后, 市场营销专家们已开始对龟龄集酒的形象和品牌进行全新塑造, 对其产品和市场实施科学整合。他们将强化市场终端销售, 通过多种形式直接面对消费者, 并使其拓展步伐从太原市场开始, 进而向山西和全国市场伸展; 同时, 在营销当中强调情感路线, 与有关方面联手, 建立消费主体健康档案。目前他们已组建起一支专门从事情感营销的专业队伍, 并聘请有关专家进行执导; 在产品整合上, 他们将以龟龄集酒和龟龄集保健酒为基础, 让产品开发沿着个性化方向扩展, 针对目标明确的消费群体, 研制各种适应不同层次需求的个性化产品, 走品牌延伸之路……

龟龄集酒要想做强、做大并不难, 难的是它能否赢得一个有利而宽松的成长环境, 赢得政府与各部门的鼎力扶持, 赢得社会各界人士的真诚关怀与呵护。龟龄集酒拥有深厚的历史文化、皇家文化内涵, 拥有独具个性、科学有效的功能优势, 拥有丰富的品牌与市场资源。如果说红茅药酒、劲酒也能成其气候的话, 龟龄集酒这块民族瑰宝为什么不能在三晋大地上熠熠生辉并且光耀华夏?

让我们齐心协力、携手并肩, 重振龟龄集酒雄风, 将它尽快打造成为托举山西食品产业经济振兴与繁荣的世纪巨擎! ●

沱牌总经理余明阳当选联合国信息 科学院院士(IIA)

本刊讯: 日前, 沱牌曲酒股份有限公司总经理余明阳博士当选为联合国国际信息科学院院士(IIA), 据悉, 他是全世界获此殊荣最年轻的人士。

联合国国际信息科学院建于1957年, 是联合国下属的有关信息科学最权威的机构, 总部设在瑞士, 主要是授予全球对信息和管理有突出或特殊贡献的有关人士。余明阳是作为管理界的代表当选的。目前, 全世界共有400余名该院院士, 院士中不乏有联合国秘书长安南等社会名流和世界精英, 中国获此荣誉的仅有3人。

余明阳取得这一荣誉既是对他在业界成就和贡献的最高肯定, 也将对沱牌公司和沱牌品牌形象的提升起到积极的作用。作为中国管理业界和酿酒业界第一位获此殊荣的院士, 余明阳感到更多的是责任和机遇。他表示, 将利用这一特殊身份和有利条件, 为中国信息和企业界做些有益的事, 尤其是不久加入WTO后, 国内企业将面临更加残酷的生存发展竞争, 酒类行业更是无法回避。余明阳还分析, 沱牌公司虽然近几年在国内同行业中产销量一直保持前列, 但在品质效益方面还有很大潜力可以挖掘, 只有不断提升品质、品牌, 充分利用信息资源优势洞悉市场设计营销, 才能求得更高效益(朱咏)

沱牌拟建企业博士后科研工作站

本刊讯: 沱牌公司正积极筹备, 拟建企业自己的博士后科研工作站。

沱牌技术中心现有各类专业技术人才615人, 包括37名高级工程师, 多名兼职教授及1名博士生导师, 其中具有博士学位的37人。中心下设专家委员会、应用技术研究所等专业机构, 有研究室6个, 实验车间5个, 拥有APPLE图形工作站、气相色谱工作站、全自动电光分析天平等一系列科研设备。科研主攻方向为酒业和药业, 造就了良好的科研工作环境, 为企业博士后工作站的建立奠定了坚实的基础。在此基础上, 沱牌公司将以现有白酒产业为支撑, 加快发展新兴、高成长性、高科技产业, 积极与国内著名高校、国际大企业合作, 引进资金和技术, 实现沱牌的产业转型和产业升级。进而全面进入生物技术产业, 建立农产品精深加工基地, 形成酒业、生物制药业和农产品精深加工三大产业, 力争1~2年内沱牌酿酒(含制药)微生物基因工程菌的研究及其应用、浓香型大曲酒的开发研究、氨基酸衍生物配合物及其在抗癌抗炎领域的研究开发、燃料酒精开发和农产品副产品精深加工等取得大的突破, 并及时转化为现实生产力。

沱牌企业博士后工作站的建立, 无疑有力的增强企业科技实力与研究开发能力, 加速技术成果转化, 为沱牌在未来的市场竞争中掌握主动权, 占领制高点, 实现新的跨越提供强有力的智力支持。(朱咏)

中国酿酒工业 生态园建设研讨会 在射洪召开

本刊讯: 中国酿酒工业生态园建设研讨会于2001年3月19~20日在四川射洪召开, 来自全国各地的专家、学者及代表近80人参加了会议, 有关行业协会领导、省市县有关部门领导出席了会议, 并作了重要讲话。

会上, 李家氏先生就《沱牌生态园建设》作了专题报告, 《绿满沱牌、情洒人间》的以人为本的精神扬起了沱牌生态园的大旗。业内人士指出, 生态园建设是中国白酒工业的发展方向。

高月明、胡永松、赖高淮、吴衍庸、刘锦林、杨志琴等专家、学者在会上分别作了专题报告, 对沱牌生态园给予了充分肯定。

会议期间, 代表们参观了沱牌集团的生态园建设。沱牌集团总裁李家顺先生向与会代表讲解了沱牌生态园的建设发展过程及已取得的成就。沱牌生态园优美的生产、生活环境、绿色原料基地、国际一流的10万吨自动控温、控湿、除杂储粮系统、新建的6万吨环保型制曲车间、先进的6吨/小时勾兑用水处理设备、12万千瓦时热电厂在建项目、及筹建项目1万吨优质轻量玻璃厂、1万吨自动化灌装中心等给代表们留下了深刻的印象。会议对沱牌生态园已取得的成就给予了高度评价。(单雨)