

三谈《中国白酒国际化浅见》

——“三五定律”不符合我国白酒香型众多的特点

钟国辉¹, 邹海晏², 周仁忠¹

(1.天津津酒集团, 天津 300000; 2.天津科技大学, 天津 300000)

摘要: 从我国白酒香型众多的文化层面、群众消费习惯以及循环经济建设等诸多方面进行分析探讨, 指出“三五定律”不合国情。当前宜应采取“百花齐放”的方针, 通过市场去发现白酒特有的发展规律。

关键词: 三五定律; 白酒发展; 百花齐放

中图分类号: TS971; TS262.3-1

文献标识码: D

文章编号: 1001-9286(2012)06-0119-02

Opinions on the Internationalization of Chinese Liquor

The Three Five Law Incompatible with the Features of Chinese Liquor (Too Many Liquor Flavor Types)

ZHONG Guohui¹, ZOU Haiyan² and ZHOU Renzhong¹

(1.Tianjin Jinjiu Group, Tianjin 300000; 2. Tianjin University of Science and Technology, Tianjin 300000, China)

Abstract: Through the analysis of Chinese consumption habits, circular economy construction, and cultural backgrounds of liquor flavor types, it was pointed out that the three five law was incompatible with the features of Chinese liquor and we should adopt the policy of letting a thousand flowers bloom in liquor-making industry and further find out the unique development rules of liquor through market competition. (Tran. by YUE Yang)

Key words: the three five law; liquor development; let a thousand flowers bloom

在今年全国人代会上, 华夏酒报记者针对“白酒行业整合到哪种程度会比较理想”的话题, 采访某知名酒业代表时, 该代表称: “全国白酒厂控制在 10 家以内最好”, 并说: “看看我国的啤酒行业, 全国十大啤酒厂占据了整个啤酒市场 80 % 的份额; 葡萄酒行业也是如此, 三大巨头占据了 60 % 以上的市场份额, 任何行业的发展都会遵循‘三五定律’, 一个产业的发展, 在普通消费者心中印象最深的是产业中的 3 个品牌, 最多不超过 5 个。我希望在‘十二五’或者‘十三五’期间, 白酒产业应该走这样的道路, 特别是名酒厂, 更应该走这样的道路。”

白酒发展遵循“三五定律”、“全国控制在 10 家以内最好”的说法, 白酒品牌要淘汰多少? 企业要淘汰多少? 特别是我国各族人民对酒文化的众多创造, 只好忍痛割爱, 各香型酒代表地区的酒民, 会答应吗? 笔者认为, 这种观点极不全面, 没有考虑我国白酒的特殊性等诸多问题。它不是独立的, 关系到我国白酒现代化和国际化, 关系到如何正确对待我国光辉灿烂的酒文化等诸多问题, 是白酒行业怎么发展的大事, 故有必要抒发己见, 展开讨论, 以利于我国白酒健康发展。

1 坚持我国白酒文化的“多元化”

我国白酒文化底蕴极为丰富, 是世界烈性酒中最好的酒之一, 有的厂甚至提出要打造世界烈性酒第一品牌, 我相信这是大多数人的共识。世界上有哪个国家的烈性酒能像我国白酒一样有着众多香型, 更不要说同一香型的不同流派。现在经过论证并获得国家批准的香型达 12 种之多, 在浓香型酒中又可划分为多个流派, 充分反映出我国酒文化底蕴的丰富。这是我国各民族、不同地域人民, 结合当地的自然条件的创造, 是我国各族人民勤劳智慧的象征。如果套用什么“三五定律”, 我国劳动人民创造的众多香型你怎么对待? 是一视同仁还是厚此薄彼, 要分出高低贵贱? 小曲清香型是 2011 年才被承认的, 是西南人民的创造, 能让它就此短命夭折吗? 这是从文化层面上我们要面对的一个问题。

白酒香型作为酒文化中一种物质和精神的创造, 笔者认为也适用我国著名学者——季羨林先生对文化的论述^[1]。季先生的观点: 主张文化产生多元论。世界上任何民族, 不论大小, 都能产生文化, 都对人类总体文化有贡

收稿日期: 2012-04-17

献;文化交流是促进人类社会前进的最主要力量。世界文化体系中的两大文化体系,一个是东方文化体系,另一个是西方文化体系;东、西方文化的关系是“三十年河东,三十年河西”。引用季先生的论述,自然是希望找到我们讨论问题的基础。

笔者认为,通过季先生的观点或者从该观点的引申中,不难得出下列几点共识:众多香型是我国各族人民或不同地域人民对我国酒文化的创造;我国不同风格白酒通过不断交流,推动了我国白酒香型的发展,因此产生了众多香型;浓香型、酱香型酒成为今天消费的主流,不是一成不变的,也会像东、西文化一样,发生“三十年河东、三十河西”的变化。

2 白酒“多元化”发展进程中的关键问题

从文化层面考虑,第一个不宜把今天的浓香型、酱香型酒的局面绝对化。

第二个不宜,是任何种食品都要丰富多彩,在白酒中只发展个别香型而忽视别的香型是不对的,背离了香型由少到多的发展规律。任何食品都要丰富多彩,只发展浓香白酒也是不对的。

第三个不宜,有一个时期在行业内讨论白酒“同质化现象”,说浓香型酒成了主导产品。大江南北,从东到西,消费者似乎只能喝浓香型酒,丰富多彩的酒不见了,这自然让人感到“同质化”。这也从另一个角度证明群众需要丰富多彩的物质生活^[2]。值得注意的是,现在有些地区大张其鼓,要打造千亿元的生产规模。大力发展生产,自然没错。但这样做是否符合市场规律,还是自己一厢情愿?要考虑消费者实际需求。俗话说“亲不亲,故乡情”,“家乡的一草一木都是好的”,这是我国众多香型得以巩固和发展的一个根本原因。值得同行思考。

第四个不宜,由于生产规模过大带来一些新问题。过去苏联和东欧国家蒸馏酒厂的生产,是根据周围畜牧业对饲料的需要量来安排的,因为酒可以贮存,而鲜酒糟却无法贮存。白酒生产过分集中,大量酒糟的剩余会给处理带来麻烦。据报道,有的厂只好采取将鲜糟干燥,甚至采取燃烧来处理酒糟,造成资源的极大浪费。从全国一盘棋的大局来考虑,这样做是否有利?苏联和东欧以饲料为主、把做酒与畜牧业有机结合的做法,值得我们借鉴^[2]。

今天的酿酒业,除了给百姓提供美酒外,是否应和菜篮子工程联系起来,更好地满足人们对肉、蛋、奶的需求。

猪多肥壮,反过来又增加粮食生产,形成良性循环经济,值得企业家们思考!

对大多数白酒香型来说,每个地区的白酒生产,是否有一个最佳规模?以利于白酒风格的多样化和循环经济建设^[3],同样值得有关部门去研究探索。

笔者认为,鉴于目前我国白酒现代化和国际化尚在讨论中,过早做出规定,必然会限制白酒自身的发展。目前宜坚持“百花齐放”的方针,通过市场这一无形的手去解决,“三五定律”不符合我国国情,白酒行业不能套用“三五定律”。

笔者还认为,该代表观点的产生,也许是根据某经济学的原理,又参照我国葡萄酒及啤酒行业,经过市场经济竞争优胜劣汰的结果推理而来。但是,我们研究任何问题应遵循——“具体问题具体分析”这一马克思主义精髓、马克思主义活的灵魂,去分析问题。

葡萄酒的风味与葡萄品种密切相关,在工艺大同小异的情况下,相同品种的葡萄,在不同地区种植生产的葡萄酒,风味也有区别,小的葡萄园都有自己的酿酒厂,教堂也附有葡萄酒厂,产量不大,都颇受欢迎,在德国是大小工厂并存,各有自己喜爱人群,所谓各取所爱,未见只有大厂垄断市场的。啤酒也是这样,盛产啤酒的德国,大小啤酒厂并存,在僧侣寺院中也设有小型啤酒厂,生产也很忙碌。德国是高度发达的资本主义国家,很明显,“三五定律”对他们不起作用,他们也喜欢丰富多彩的葡萄酒和啤酒。

3 结束语

以上,是笔者管见所及,对该问题做了点具体分析。如有不足或不妥之处,希望行业专家补充和纠正。当前,大量资本涌入白酒制造业,产能无序扩张,不知是否是看好国际市场?还是国内市场有如此巨大的消费潜力?实在令人忧虑!

谨此提供同行探讨。

参考文献:

- [1] 季美林.季美林说国学[M].北京:中国书店出版,2007.
- [2] 钟国辉,邹海晏.弘扬中华酒文化、传承华夏文明(4)——白酒香型问题探讨[J].酿酒,2011(5):22-24.
- [3] 钟国辉.关于白酒业发展循环经济的一点思考[N].华夏酒报,2010-04-23.

《 酿 酒 科 技 》 酒 圃 曲 苑