

绿满沱牌 情洒人间

李家明

(四川沱牌集团有限公司, 四川 射洪 629209)

摘要: 沱牌曲酒是中国十七大国家名酒之一。沱牌秉承中华酒文化精髓, 创建了中国第一个具有典型示范意义的酿酒工业生态园。从系统理念出发, 进行酿酒生态化整合, 集传统和创新于一体, 创生态化绿色生物科技酿酒工业园, 开发融集绿色、生命、健康理念于一体的沱牌生态酒系列。(孙悟)

关键词: 酿酒业; 沱牌集团; 工业生态园; 绿色

中图分类号: TS261; F27

文献标识码: C

文章编号: 1001- 9286(2001)02- 0102- 02

Ecological Development of Tuopai Group

LI Jia-ming

(Tuopai Group, Shehong, Sichuan 629209, China)

Abstract: Tuopai Liquor is listed as one of the seventeen national famous liquor. Tuopai Group inherits Chinese alcoholic beverage cultural soul and established the first liquor-making industry ecological garden which is a typical model in China. This garden derives from systemic theories which combined not only traditional experiences but also modern innovations, and it developed Tuopai ecological liquor series which embody the theories of green, life and health. (Tran by YUE Yang)

Key words: liquor-making industry; Tuopai Group; ecological garden; green

沱牌曲酒——中国十七大国家名酒之一, 为亿万消费者所熟知和偏爱, 历经市场洗礼, 畅销不衰。产销量和市场份额雄居全国白酒业榜首, 这既是一个奇迹, 又是她的必然。其中最具魅力的是, 沱牌秉承中华酒文化精髓, 崇尚自然, 坚持创新, 创建了中国第一个具有典型示范意义的酿酒工业生态园。纵观沱牌文化发展史, 从唐代“射洪春酒寒仍绿”到今天的酿酒工业生态园, 回顾过去历史最悠久, 展望未来意识最超前。其文化核心可以概括为一个字: 绿。绿是生命, 绿是健康, 绿是和平, 绿是希望, 绿是文化。

1 好酒源于好的生态环境

好酒源于好的生态环境, 沱牌系列产品的优良品质得益于三个生态圈的交互作用, 缺一不可。四川——天府之国, 地灵人杰, 物华天宝, 美酒的故乡, 这是作用于沱牌的第一个生态圈(大生态圈)。第二生态圈(亚生态圈)——射洪县, 系巴蜀腹心地带, 既傍好水, 又依幽山, 连续10余年被国家评定为全国绿化先进县, 其自然生态环境为世人所称道, 自古有酿美酒的优良传统。第三个生态圈(核心生态圈)——沱牌酿酒工业生态园, 园区毗邻涪江之滨、青龙山下, 远看, 曲江环抱, 苍山来朝; 近看, 地绿、花艳、水清、人和, 她为沱牌营造了得天独厚的生存发展环境。园区建设方面, 充分应用现代生物工程技术、环保技术、生态学、经济学、社会学的有关理论, 模拟生态系统的功能, 建立起系统内“生产者、消费者、还原者”的工业生态链, 形成了以低消耗、低(无)污染、工业文明与生态文明协调发展并形成良性循环为目标的生态酿酒发展新模式。

沱牌核心生态圈由内外微生态构成, 所谓外微生态是指研究

和调剂酿酒有益微生物与人、机、料、法、环、水、土、大气、植被的关系; 内微生态是指研究和调剂酿酒有益微生物代谢产物与人体营养健康的关系。在此基础上, 沱牌创造性地研制开发了引导现代和未来消费潮流的绿色饮品——沱牌生态系列酒。

1999年4月, 近10年来档次最高、规模最大、最具权威性的四川省白酒21世纪发展战略研讨会与酒质鉴评会上, 经8位国家评委、45名省评委、9名酿酒专家尝评统计, 在四川省不同酒度的10个国家名酒中, 生态型沱牌白酒7个质量提高, 占质量提高总数的70%。充分展示了沱牌绿色生态酿酒的巨大成果。

2 面对生态消费市场

面对急剧扩大的生态消费市场, 沱牌迅速转换经营方向, 应用生态科技, 定位生态市场, 开发生态产品。为了挑战围绕着生态市场而展开的新一轮的市场竞争, 沱牌制定了生态经营战略和酿酒生态发展计划, 引进和开发生态科技, 对现有的企业运行系统进行绿色技术改造, 为绿色经营奠定了坚实、可靠的基础。

沱牌的生态酿酒情怀突出体现在对用户、对顾客的真情厚意以及对人类终极价值的关怀。沱牌所追求的是与消费者情感的贴近和心灵的沟通, 着眼的是“人”, 是消费者生存品位的提高, 是健康、快乐与和谐的完美统一。为了把真诚服务、健康和谐带给千家万户, 凭着沱牌人坚韧不拔的精神, 行千山过万水, 为顾客提供了个性化、多样化、特殊化的服务, 让顾客买到沱牌系列酒便得到超值享受。沱牌人对酒赋予生命力和人性化, 沱牌投入大量的人力、物力、财力, 进行产品的人性化设计和品牌的健康化设计, 使“悠悠岁月酒、滴滴沱牌情”的经营理念进一步淋漓尽致地展示。

收稿日期: 2000- 12- 20

作者简介: 李家明(1963-), 男, 四川射洪人, 大学本科, 学士, 高级工程师, 副总经理兼总工程师, 享受国务院政府特殊津贴, 获国家星火科技成果奖及省科技进步奖多项, 发表论文数篇。

© 1994-2012 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

3 酿酒生态化整合

沱牌在创建酿酒生态园过程中,从系统理念出发,以具体事物和环节为切入点,进行酿酒生态化整合,在保证产品产量的前提下,最大限度地通过促进生物循环,合理配制和节约资源,减少经济行为对生态环境的不良影响和提高产品质量。

首先是严把原料关。主要措施是:①酿酒所使用的一切原辅料,尽量做到无污染。为此,沱牌直接从人口稀少、无污染的东北地区引进粮食并在当地建立生态原料基地。②酿酒所使用的主要设备、设施力求高效率,不污染。投资1.5亿元人民币引进美国设备,建造10万吨自动控温、除湿、除杂的金属粮仓;建成4万吨生态型标准制曲车间;从美国购买两套60吨/小时活性水处理设备;与德国合资建成7万吨优质玻瓶生产线;建成15万吨自动化灌装中心。③对员工进行绿色生态思维与环保意识的教育与培养,加速观念创新。

其次是生产工艺流程生态化。沱牌在生产中效仿自然系统内部运作的“低耗高效的循环性能,自我调节和控制的运行机制及和谐统一的美学规律”,以追求节能、省料、减污(无污)、增美的综合效果,满足人们的绿色需求。沱牌实施绿色生产,主要采取两大措施:①环保型供热:改变了传统以土灶直接燃煤的分散供热方式,建立了1.2万千瓦时的热电厂,实现了烤酒过程的无污染生产。②对酒质进行绿色创新,主要办法是:继承与创新——采用中高温制曲;改单一粮食酿酒为多种粮食酿酒;最大限度满足顾客对白酒香型的要求——以浓香为主,陈香结合;利用生物技术,结合医药和现代保健技术,开发出“不上头、不口干、不昏醉,不损肝”的“四不”系列营养型生态白酒;应用模糊数学理论创建蒸馏酒勾兑新方法,使勾兑出来的酒口感好,成本低,益神健体。

第三,生态化绿色环保。集中体现在三废利用和绿色包装方面,主要举措有:①对废汽的利用:蒸汽发电;余热酿酒。②对废水的利用:对废水进行固液分离、干燥、生产蛋白饲料;废水用于沼气发酵,作为生产、生活用能,其中,沼气废渣作为原辅料种植肥

源使用;废水的上清液用于生态酿酒或达标排放。③对废渣的利用:炭渣用于生产炭渣砖,提供给酿酒工业生态园基础设施建设;酒糟经过固态发酵、干燥,生产蛋白饲料;酒糟加一定的添加物经再发酵生产生物活性有机肥料;酒糟通过压榨分离:稻壳 $\rightarrow$ 烧锅炉 $\rightarrow$ 炉灰:A.生产水泥,B.白炭黑。挤压水 $\rightarrow$ A.酯化液,B.有机酸,C.维生素提取。④绿色包装的开发:对酒质无污染,对环境无公害并可回收利用。

第四,生态化绿色科技。沱牌生态化绿色科技是一项十分重要的任务,是为在酒中最大限度地减少有害物质,最可靠地提高产品的安全性和健康性。为此,沱牌在酿酒生态园建设中,始终重视科技进步,时时刻刻密切注视、不断跟踪世界科技发展的前沿。运用生物工程、生态平衡、医疗保健等领域的重大成果,已经取得了若干突破。

酿酒生态园是高科技的物化,其本身具有承载和促进科技进步的作用。酿酒生态园可以实现先进的高科技与传统技艺精华的结合。如采用基因工程技术将功能菌进行改性,然后再放回酒的发酵环节中去,最大限度地减少和消除酒中对人体不利的微量物质等等。这些都是沱牌在推行绿色科技进程中的重要贡献。

4 酿酒生态文化

历史是魂,绿色是神。绿色追求,永无止境。绿是诗歌是音乐是美景,绿是向上是奋进是希冀。这充分说明沱牌酿酒生态园是联系历史与今天的纽带,是沱牌人继承与创新的见证。由沱牌的酿酒生态文化孕育而成沱牌生态酒系列,是沱牌人成功建设酿酒生态园的标志。沱牌生态酒饱含了沱牌人对时尚消费的深情与责任,体现了沱牌人崇尚自然和谐、返朴归真的执著追求。

生态源于绿色,绿色孕育生命,生命在于健康。沱牌秉承生态与绿色理念,注重酒与人的关系,注重酒与人的健康的关系。沱牌人热爱生命、关注健康,力求顾客满意、追求绿满沱牌,情洒人间的天人一体、人酒合一的酿酒生态新境界。●

(上接第99页)

响,那么留下的7亿多农业人口,就等于增加17%的收入,这实际上增加了农村的购买力。

农民是最讲实惠的阶层,葡萄酒太贵,并且不合口味,啤酒喝了不够劲,喝上几瓶还是贵。而且农民的观念是不容易改变,相当一部分还停留在喝45度以上的酒。这1.5亿小城镇人口,因消费水平的提高,若平均每人1年多饮用白酒50元,白酒的产值便增加75亿,留下的农村人口,每人1年多消费白酒15元钱,白酒产值增加105亿元,两项合计为180亿元。2005年后,白酒在农村的商业产值大约是180亿元^[4]。

3.2 内陆经济地位提高有利白酒发展

内陆经济因高速公路、水运航空的发展,与沿海差距越来越小,内陆生活习惯受沿海的影响也小,反之,由于内陆经济地位的提高,其生活习惯对沿海的影响将会加大,这对白酒市场的稳定和发展非常有利。

3.3 中华的崛起使白酒走向世界

世界经济学家预测,21世纪是中国的世纪。中国在世界经

济、政治、军事范围内说得起话之时,就是中国的文化输出之日,纯净化风味的中国白酒就会走向世界。

随着中国人的生活质量、医疗条件、环境的改善,中国人的寿命会大大延长,这时中国人的饮食起居就要倍受世界的关注。愈是民族的,愈是世界的。随着技术的进步,中华民族的崛起,白酒一定会逐步国际化,那时中国的白酒就会在世界范围内抬头。

以上从白酒的存在价值、白酒的生命力,以及21世纪中国所处的地位与自身的变革带来的市场空间,论证了白酒非但不是夕阳工业,而是跨世纪的巨人工业。

参考文献

- [1] 李文生.白酒业面临跨世纪的抉择[J].中国酒.1999,(1):16-17.
- [2] 高寿清.也谈葡萄酒的“热”与“冷”[J].中国酒.1999,(2):30-33.
- [3] 陈立新.试论泥池酒窖发明的文化渊源[J].酿酒科技.1998,(5):70.
- [4] 陆建华,许欣欣,等.1999年中国社会形势分析与预测[M].北京:社会科学文献出版社,1999.

欢迎订阅《酿酒科技》