

山庄老酒:从美酒滋味到皇家风骨

邢丹



▲山庄老酒集团党委书记、董事长、总经理 尤文武



山庄老酒集团全景

仅狄古法酿酒,至今4200余年,久负盛名。

平泉(古镇八沟)造酒工匠将古老技法世代沿袭,成就了独具特色的地方佳酿。

康熙五十年(1711年)行宫初成,定名为避暑山庄。康熙皇帝即命名八沟烧锅酒为“山庄老酒”,自此成名。

1948年,平泉解放。1949年6月1日,经原热河省工业厅批准,开建承德避暑山庄企业集团有限责任公司的前身——平泉酒厂。请来县内李月芝、于

师精心调制,赋予其独有的皇家气息,体现拥有者尊贵的品位与气质,使老酒的色、香、味均达到了一个崭新的高度,被誉为“塞外茅台”。清末代皇帝溥仪之胞弟溥杰提诗赞誉“故苑八珍御宴,平泉河北湖山庄。春回樽底红潮泛,酒国乾坤日月长。”随着年代的日渐久远,造就了独特皇家贡酒风格的传统酿造技艺也愈显珍贵,于2008年入选国家非物质文化遗产名录。

高超的技法酿造了独特的口味,高雅的企业文化蕴含着深厚的内涵。

线,以挖掘传统工艺形成产品特色,以人格魅力凝聚人心。山庄老酒重新叫响,企业出现了转机。

2003年,承德避暑山庄企业集团有限责任公司完成了由国有到民营的改制,步入了崭新的发展阶段。

首战承德,连续十年业绩飘红。承德,以其悠久的历史 and 庞大的皇家园林著称,更是皇家酒文化的发祥地。1999年,尤文武首先把山庄老酒进军的目标锁定在了本土市场——承德。也就是这一年,集团以强有力的双臂推开了承德市场的大门。进入市场后,他们抓的第一件事就是新产品的开发,通过一个多月的考察和分析,1999年7月,开始着手研发新一代山庄老酒,9月,全新包装的山庄老酒系列上市。为确保产品上市一炮走红,集团精心策划邀请全国十多位著名艺术家来平泉演出,这在整个平泉县是史无前例的,活动引起了巨大轰动,也创造了企业营销史上的奇迹。一时间,山庄老酒红遍整个平泉,在承德家喻户晓,一举成为本土市场最受欢迎的产品。

领军河北,代言冀酒豪情满怀。承德市场的首战告捷后,集团逐步确定了山庄老酒第二步发展战略目标:实现山庄老酒领军河北、代言河北、扛河北白酒第一杆大旗。通过一系列的主

兵法中的道、天、地、将、法作为营销手段的基本要素,不断缔造着属于山庄老酒的神话。在作为河北地区名酒代表的同时,迅速跻身中国知名白酒行列。

“十一五”末,承德避暑山庄企业集团有限责任公司在石家庄隆重举行新闻发布会,高调宣布未来五年发展战略和发展目标——至“十二五”末,集团产值达到50亿元,利税10亿元,山庄老酒进军中国白酒行业20强!尤文武适时提出要以“迈进中国白酒行业20强”为总目标,以河北强势品牌向全国知名品牌跨越为指导战略,全面推行品牌领先战略、渠道深耕战略、区域扩张战略、运营升级战略、人才培养战略、文化经济战略,通过六大战略实施推动山庄老酒的跨越式发展!

岁月相伴

品质铸就最响亮的老字号

年年岁岁的相伴,人们往往将感情渐渐融入到生活当中,也就有了所谓的“老邻居”、“老同学”、“老朋友”。同样,老字号也是表达着人们对一个品牌的情感和认同。

作为中华老字号,从原粮采购、到生产工艺、到窖藏存储,山庄人牢牢地捍卫着山庄老酒金牌质量的生命线,将质量第一的观念贯穿于每个岗位、每道工序、每一细节中。山庄老酒自2001年开始推行全面质量管理体系,导入ISO国际质量管理体系,企业率先通过了ISO9001、ISO14001、ISO22000体系认证,“C”标志企业计量认证、“QS”标志质量安全认证,完成了质量工作的国际对接。并投



集团进行全员培训

怀、刘坤3位酿酒老技师,集咸丰、同治年间开业的“信合成”、“涌泉长”、“协议长”、“天泰泉”等几十家烧锅为一体,创办国有企业。自此,平泉酒的发展跃入了崭新的阶段。

历经几代人的不懈努力,时至今日,山庄老酒在国人的心中不仅仅是醇厚的美酒滋味,更以其尊贵高雅、专属于斯的城市风骨,成为承德皇家文化的象征。

承德避暑山庄企业集团有限责任公司董事长尤文武认为:“白酒味道是一种综合体,在色、香、味之外,更会激发文化层面的东西。感受了一个地区白酒的味道就仿佛体验了其特有的城市风骨”。

感受文化

承德所特有的皇家风骨

由挑动味蕾到感受文化,这其中的紧密联系是从历史深处走来的白酒产品所带来的独特体验和回味。

山庄老酒的“原汁原味”源于历史的沉淀和技艺的锤炼,其最独特的皇家酿制技艺的发生、发展,经历了清代初年的产生、形成期,再到清“康乾盛世”的成熟、兴盛期,民国至建国初的冷落、沉寂期,建国初的新生、转折期,建国后到上世纪八十年代末的抢救、复苏期,以及上世纪九十年代到本世纪初的弘扬、振兴期,至今已有300多年的历史。固态发酵,泥巴窖,承载着几百年来发酵产生的几百种微生物,形成其香型的独特风格。培制中、高温曲,而后采用中、高温大曲并用续糟(或渣)配料,清蒸混烧,经发酵缓火蒸馏,掐头去尾,中温流酒,分段摘酒。最后,取其精华,陶罐密封,适温贮存,最低贮存3年以上,最后经国家级评酒

多年来,承德避暑山庄企业集团有限责任公司不断强化企业文化和品牌建设,着力打造一流企业和中国文化名酒形象。深挖皇家酒文化内涵,聘请专家学者,成立中国皇家酒文化研究院、山庄老酒文化研究会,不断挖掘提升酿酒文化,从历代经典入手,查阅大量的历史资料,修订编纂《山庄史话》、《山庄老酒历史渊源考》、《平泉探酒》等文化书籍,拍摄《酒话自说》、《见证》等系列专题片,修缮仪狄古井、仪狄古窖池,谋划设计山庄老酒博物馆,形成了文字、影相、实物三位一体的皇家酒文化资料库。同时,不断打造、提升企业文化,编印《企业文化手册》,形成了“一个核心、一个愿景、一个象征、二大追求、十二大理念”的企业文化理念体系,“创新、服务、奉献、诚信,凡事追求尽善尽美”十六字核心价值观得到进一步树立,为建设百年老店奠定了良好基础。随着产品规模的不断扩大和质量要求的不断提升,近年来,承德避暑山庄企业集团有限责任公司将节点控制作为深化企业管理、提升企业文化的重要内容,通过召开节点控制研讨会,在全员范围内推广普及,逐步加强企业的深层文化建设,深入推进“员工关怀工程”,让集团的每一位员工都能感受到企业的关怀和温暖,更加增强了集团员工凝聚力。

呕心变革

打破约定俗成的模式

品味山庄老酒,在久远的历史和古老的酒窖中,最能忆起的便是几十年来发展与变革。

1999年,尤文武毅然接手濒临破产的承德避暑山庄企业集团有限责任公司,靠预付款生产重新启动了生产



新建万吨白酒生产线

题宣传活动,山庄老酒很快在石家庄市场树立起良好的口碑。在唐山、邢台等各地市场以情感营销抓住社会关注热点,树立山庄老酒品牌知名度和美誉度,取得了良好的效果,迅速成为当地第一品牌。同时,在邯郸、沧州、保定、张家口等地市相继成立办事处,销售业绩逐年递增。省外京津等市场也迅速发展,势头良好。在山庄人的不懈努力下,短短几年时间,山庄老酒已成功成为河北白酒行业领军品牌,并荣获“中国地理标志保护产品”、“全国用户满意产品”、“中国非物质文化遗产”等荣誉称号。山庄商标成为河北首例被国家工商司法双认定的“中国驰名商标”,品牌价值高达28.88亿元;高居河北白酒品牌榜首,位列中国白酒第26位。目前,集团已经拥有山庄老酒、红色山庄、山庄皇家窖藏三大系列200余个品种,市场销售持续火爆,销售收入逐年递增。

随着市场竞争的日趋激烈,白酒营销已经进入一个全新的品牌文化营销时代。近一年的河北白酒市场,跨行业并购、投资控股、上市融资等企业经营模式变革风起云涌,竞争品牌实力不断增强,各地酒厂也在蜂拥而起。面对白酒市场从生产到销售大幅度增加,结构调整不断加快,竞争愈发激烈的大环境,承德避暑山庄企业集团有限责任公司如何从容应对,持续发展?尤文武眼光长远,胸有成竹:将“智、信、仁、勇、严”融入企业管理,以孙子

入大量资金,购置了气相色谱仪、液相色谱仪等大量先进的分析检测仪器,扩大了理化分析指标,形成了传统检测方式和现代技术的完美结合。严格产品质量过程管理,实现“过程管理”精准化,形成了从原材料到销售终端的质量安全全覆盖体系。从种子的选用,到粮食的种植和收获,从原材料采购到销售终端,严格按照原料要求对粮食种植实施全面监控,每一瓶山庄老酒出厂都要经过36道重要关卡和近百道检验程序,确保品质。

也许很多消费者不太清楚,作为河北白酒领军品牌的山庄老酒,生产量已由最初的不足万吨迅速扩充到目前的2万余吨左右。众所周知,酿酒是需要一个过程的,酿好酒更需要时间的沉淀。董事长尤文武认为,这是促进山庄老酒酒水质不断提升的基础。呈现在消费者餐桌上的一定是优中选优、精益求精的上乘之作,规模生产与质量管理体系建设一定是相辅相成的。不仅是尤文武,在山庄集团,质量意识



图为机械手自动入库

缴税金1.91亿元,占当地财政收入的1/8。集团连续多年被评为“省级重合同守信用企业”、“消费者信得过企业”、“河北省诚信企业”、“河北省最具影响力企业”、“河北省最具成长性企业”、“河北省最佳企业公众形象金奖”。山庄商标成为中国驰名商标,山庄老酒是中国地理标志保护产品、国家非物质文化遗产、中华老字号、中国白酒工业十大创新品牌、全国用户满意产品。

未来,山庄老酒将继续站在全中国白酒市场高点精耕与探索。而2013年,也必将是其迅猛发展的一年,无论是企业文化、品牌推广和市场销售都将迈上一个崭新的台阶。



山庄皇家窖藏高端系列白酒产品



中华老字号 山庄老酒



酿造技艺 山庄老酒传统 非物质文化遗产 国家级