

打造名优品牌 做大做强绵竹白酒产业

绵竹市酒类产业发展局成立



酒乡画城绵竹，酒文化源远流长。白酒产业作为四川省绵竹市的传统支柱产业，如何将其做大做强，做出有影响力的区域品牌？3月5日，绵竹市酒类产业发展局挂牌成立大会举行。绵竹市委书记陈万见出席成立大会并讲话。绵竹市委副书记、市长李栋主持挂牌成立大会。绵竹市委常委、总工会主席黄勇宣读任职文件。

陈万见在讲话中指出，绵竹市酒类产业发展局的成立，是推动机构改革，具有绵竹特色的重大创新举措。绵竹市委、市政府对酒类产业发展高度重视，酒类产业发展局要充分认清新使命。一是要发挥酒优势，统筹酒资源。酒文化是绵竹文化最鲜明的印记，酒产业支撑了绵竹的发展，特别是改革开放以后，绵竹进入全省“十强”，酒产业做出了巨大贡献。酒产业是绵竹最有含金量的产业，是四川县域经济最有竞争力的产业，成立酒类产业发展局就是要把优势扩大，把酒资源统筹好。二是要挖掘酒文化，讲好酒故事。酒是文化，绵竹酒文化博大精深，需要我们更好地去挖掘，把绵竹的酒故事讲好、推介好，把绵竹地域商标运营好宣传好。三是要打响酒品牌，做强酒产业。通过品牌效应的带动，把绵竹酒产业做起来，发展壮大起来。

李栋要求，酒类产业发展局要开展好政策制定、企业服务、品牌推广等工作，不断巩固扩大绵竹酒类产业优势，不断提升绵竹酒的知名度和竞争力，为绵竹打造工业强市、五年重返全省“十强”，加快建设“全省转型发展示范区、休闲度假目的地”做出应有的贡献。

黄勇说，白酒产业一直是绵竹市的传统支柱产业，占据着工业经济的主导地位。近年来，因宏观政策，以及业内竞争日趋激烈，绵竹白酒产业发展受到影响，市场占有率有所下滑。绵竹因其地理优势，有良好的水资源、环境气候，非常适宜酿酒，其酒的品质很高。在同等价位的白酒中，绵竹的白酒很受市场欢迎。

“我们将出版一本《酒香绵竹》书籍，并且要打造绵竹特色酒庄，与文旅结合，形成县城有酒乡画城，农村有酒庄酒庄，营造浓厚的酒文化氛围。在白酒产业方面，除了做强剑南春龙头企业，还将通过引资、资本入驻等方式，发展一批二线名优企业，加快白酒产业的梯次培育。打造‘绵竹精酿’原酒品牌，筹建绵竹白酒特色小镇，打造绵竹白酒工业旅游名片。”绵竹市酒类产业发展局局长樊杰成说道。

据悉，绵竹市目前的白酒产能达到16万吨，产值150亿元。其中，剑南春8万吨，其他中小酒企共8万吨。计划在2022年，绵竹白酒产值达到300亿元，实现翻番。综合德阳日报 今日绵竹



文化为魂 酒韵流芳

——记中国文化酒创制基地杜甫酒业集团

2019年3月16日，一场诗酒文化盛宴将在四川省绵竹市拉开帷幕，这天，首届中国杜甫诗酒文化节将在绵竹举办，而承办这次活动的，是杜甫酒业集团股份有限公司，“蜀酒浓无敌，江鱼美可求”，这个位于酒乡绵竹的企业继承了诗圣的文化气息以及对酒的执着热爱，作为东道主，杜甫酒业集团将以开放宏大的气度迎接来自全国各地的朋友。“我们一定会办好这次活动，无论是企业的风格、产品的质量、还是员工的精神面貌，杜甫酒业都愿意毫无保留地展现于领导、来宾以及媒体朋友面前，因为我们有这个自信”。杜甫酒业集团 CEO 彭作权如是说。确实，杜甫酒业集团骨子里有着对酒文化的执着和对酒质的坚守，无论从酿酒技能的传承与创新上，还是从酒文化的挖掘与弘扬上，这家企业都在很好地诠释着“中国文化酒创制基地”这一概念。

杜甫酒业集团掠影

走进杜甫酒业充满传统文化气韵的厂区，你会深刻地感受到企业的内在气质和每个杜甫人的精神素质，这里的一切见证着企业三十多年的奋斗历程。

在杜甫酒业的发展中，有三大关键词：

关键词一，超级文化 IP：“诗圣、酒圣、世界文化名人……”这一系列的称号都属于同一个人——杜甫。杜甫的影响力有多大？纵向来看，从唐至今，绵延上千年，可以说是伴随着中华文明代代相传、生生不息；横向来看，杜甫是联合国评选出的“世界四大文化名人”，其影响力早已超越了华人文化圈，美国在21世纪初对于有史以来可以被称作世界级大文豪的人进行了一次综合定评，得出了深得西方文学界首肯的“世界100位文学大师排行榜”，其中杜甫名列第27位。早在公元1443年，朝鲜就开始了杜甫的译注工作，至15世纪后期，出现了世界上首部完全把杜甫诗译成韩文的著作——《杜诗谚解》。据韩国高丽大学教授、韩国汉文教育学会会长郑载皓介绍，“在韩国初中和高中的课本中，还收录了杜甫的《春望》等诗作。”近三十年，随着汉学的进一步传播，日本开始有了自己介绍、研究杜甫的专著，并且研究的水平不断提高，出现了诸多的杜甫集诗研究版本。

杜甫是当之无愧的超级文化 IP，能够拥有这样超级文化 IP 的企业，在整个中国酒业中也是凤毛麟角。从经济学理论来讲，通过对超级文化 IP 的持续开发，赋予其核心价值观，可以将“杜甫”品牌打造成具有长期生命力和商业价值的可持续发展品牌，从而产生最佳经济效益；从行业的角度来讲，超级文化 IP 是一种秤，度量着厚重的文化传承、良好的经济效益、较高的市场信誉、优秀的产品品质；从企业的角度来讲，超级文化 IP 是核心竞争力的见证，代表着企业差异化竞争、打造中国文化酒创制基地的永恒主题。

关键词二，资本运作：杜甫酒业以价值管理为特征，将各类资本通过流动、裂

变、优化配置等方式进行有效运营，从而实现生产要素的优化配置和产业结构的动态重组。在杜甫酒业的资本运作中，主要以扩张型运作为主，通过积累、投资、并购等方式扩大企业规模。目前，杜甫酒业已成功在天府股权交易中心挂牌，获得了股权投资。杜甫酒业集团还与上海景恬实业集团达成资本战略合作，景恬集团将为杜甫酒业全球融资提供专业服务并进行战略投资。未来，在时机成熟之时，杜甫酒业还会运用资本手段，启动并购规模型酒类生产企业和酒类流通企业。

关键词三，发展战略：2018年，杜甫酒业集团进行高起点的科学发展规划，投入巨资进行改扩建。新建兼具“生产、销售、文旅、体验”为一体的“酒旅”融合式生态酒文化园。淘汰了老旧生产设备，引进先进生产线和仪器设备，提高质量标准，对标名酒企业生产标准和管理体系进行体系化建设。

对杜甫酒业来说，一切只是个开始，未来，杜甫酒业的战略蓝图更加宏大：兴建杜甫酒庄、打造以诗酒文化和历史名人文化为依托的文旅精品项目、创建武陵书院……一系列的举措充分演绎了杜甫酒业文化酒创制基地的独特魅力，进而成为了一种市场的信誉与品质的保证。

杜甫酒的美学赏析

醇厚之美——窖池岁月酝酿

正所谓“千年老窖万年糟”，泥窖不单是浓香型白酒的发酵器，也是浓香型白酒的生香器，杜甫酒的醇厚浓郁依托于其独有的古窖池。杜甫酒业集团留存

有数十口源自前绵竹曲酒二厂的老窖池，这些窖池群，见证了杜甫酒业的发展历程。

酿酒过程中，窖池会产生种类繁多的微生物与香味物质，并且慢慢向窖池深处渗透，窖龄越长，窖泥富集的有利微生物就越多，这神奇的古窖泥，是任何科技手段难以复制的，唯有在漫长的岁月中，靠一代代酿酒师对窖池使用、养护，通过微生物生生不息，不断驯化和富集，才能形成优秀的微生物环境。

高雅之美——诗酒文化的千年滋养

“双峰寂寂对春台，万竹青青照客杯”，时间上溯到公元763年春晚，杜甫送辛员外至绵州路过绵竹，曾在绵竹东郊饮酒并即兴赋诗：据《元和郡县图志》卷三十一载：绵竹有紫岩山，城西三十里；鹿头山，城西二十里；称之为“双峰”。“春台”即食桌，因“绵竹亭亭出县高”，故“万竹青青照客杯”。

一般来说，如果一个城市位于四川，如果这个城市有着数千年的文明传承，那么它必然有着丰富的酒文化资源。

孕育杜甫酒的母体——绵竹也不例外，绵竹酿酒历史已有四千余年，广汉三星堆蜀文化遗址出土的陶酒具和绵竹金土村出土的战国时期的铜甬、提梁壶等精美酒器以及东汉时期的酿酒画像砖等文物考证以及《华阳国志·蜀志》《晋书》等史书记载都可证实：绵竹产酒不晚于战国时期。到了唐朝，绵竹美酒更是扬名天下，“剑南烧春”列为贡酒；诗仙李白在这里留下了“解貂赎酒”的佳话。

杜甫酒，带着华夏文明千年流传的文化积淀，带着蜀酒醇香浓郁的风格，征服了市场，屡创佳绩，享誉全国。一个企业存在5年，靠的是运气；存在10年，靠的是领导；存在15年，靠的是管理；存在20年，则靠的是文化。中国酒文化滋养了杜甫酒，而杜甫酒又为中国酒文化树立了典范。

灵性之美——蜀酒浓无敌的香醇品味

绵竹地处中国白酒金三角核心地带，巴蜀U形名酒带之中，属亚热带季风气候，气候温润，雨量充沛，这里汇山水之灵秀，聚天地之精华，成为中国白酒生态良苑。

九顶山冰雪皎洁，终年不化，山上无污染的积雪通过岩石的层层净化，渗入地下河流中，形成品质卓绝的天然弱碱性矿泉水。它们每一滴都天然纯净，富含钙、镁、钠、钾等数十种有益于人体的微量元素，这些微量元素会与酒体发生反应，产生一种特殊的芳香物质，赋予杜甫酒无法比拟的馥郁醇香和澄澈清亮。

产于“天府粮仓”的优质酿酒原粮，历来以颗粒饱满、滋味醇厚而闻名于世，杜甫酒业在粮食原料的播种、耕种、收割、运输上均有全生产链的监督管理机制，保证粮食原料的生态绿色。

正是这得天独厚的酿酒环境、纯净的酿酒用水、绿色的酿酒原粮，构成了杜甫酒的品质基础，赋予了杜甫美酒源于天然的灵性，这是大自然的恩赐、上苍的钟爱！

和谐之美——充满正能量的内外环境

赫拉克利特曾说过：“美在和谐！”音色、音调、旋律、节奏的和谐让一首歌悦耳动听，色彩、构图的和谐让一幅画惟妙惟肖。而内部员工之间、企业与客户之间的和谐则使企业充满着美好向上的氛围，在杜甫酒业，处处能感受到这种和谐之美。

“爱才育才”是唱和谐之美的第一乐章，“人才大于钱财”是杜甫酒业铁的烙印，用此理念，凝聚了一批与企业风雨相随的精英团队，他们当中，有精明睿智的经理人员，有能力出众的销售人员，也有踏实勤奋、技术过硬的工人。有了人才的凝聚和发挥，才传奇地演绎了杜甫酒业由小至大、由弱至强、一路凯歌的命途流年。

“诚信共赢”是唱和谐之美的第二乐章，在竞争激烈的市场当中，杜甫酒业坚持对消费者负责、对股东负责、对行业负责，“诚信”成了公司的真正资源，杜甫酒业集团以品质为依托，以诚信为链条，打造出了极具竞争力的优势网络。曾宇

后记

岁月倥偬 一路高歌

酒业苍穹，历练英雄，在三十多年的岁月里，杜甫酒业屡经市场的风浪而屹立不倒，在龙争虎斗的白酒江湖中卓尔不群。能取得这样的成就，固然是因为拥有令人羡慕的先天气赋，比如优越的自然资源条件、传承多年的老窖池等，然而更重要的是，杜甫酒业集团上下齐心，以敬畏之心传承文化，以虔诚之心酿造美酒，以不懈之志奋斗拼搏，以真诚之意服务客户，所以，在市场和搭建的舞台上，杜甫酒业集团始终扮演好自己的角色，长袖善舞，得心应手！而在未来的日子里，杜甫酒业也将以精准的眼光和预见性，把握白酒行业的脉搏，以文化为抓手，以品质为保障，在可持续发展的道路上高歌猛进！

品牌力量：

杜甫酒业荣登2018年川商品牌榜



杜甫酒业代表(左五)在领奖台上

回望改革开放历程，我国经济发展能够创造中国奇迹，民营经济功不可没，在民营经济迎来发展的又一轮春天里，2018全球川商年会于2019年1月25日召开。

年会期间，发布“2018川商品牌榜”，并举行了颁奖典礼。杜甫酒业榜上有名，荣获“2018川商品牌榜·优秀品牌”，同时上榜的还有新希望、通威、长虹、竹叶青等125个四川品牌。

据介绍，“2018川商品牌榜”是组委会按照品牌影响力、品牌美誉度、品牌购买力、品牌战略规划等标准而推出，众多四川品牌通过川商传媒整合传播赋能新力量，为塑造川商品牌新形象带来新契机。

“川商品牌榜”不仅是一次品牌的集中展示，更是川商企业在新商业环境中探索的一个品牌建立新形象、触达新消费者、表达营销新思路的新途径。

此外，“2018川商品牌榜”还同期强势登陆纽约时代广场，在纳斯达克LED大屏上进行集中发布，吸引了全球目光，向世界展示了中国知名川商品牌形象，助推“川字号”国际化！



《文化名酒》栏目协办：杜甫酒业集团