

浅谈甘肃酒类产业的再发展

陈晓前¹, 张世喜²

(1. 兰州理工大学生命科学与工程学院, 2. 甘肃农垦啤酒有限公司 甘肃 兰州 730050)

摘要:通过分析白酒、啤酒和葡萄酒三大产业的现状, 提出甘肃省酒类产业再发展的思路, 供同行参考。

关键词:酒类; 再发展; 市场竞争

中图分类号: S63

甘肃地处“河西走廊”, 素有“河西酒廊”的美称。在我国加入 WTO 和国家西部大开发的大好形势下, 甘肃的经济迅速发展, 日新月异。特别是甘肃的酒类产业崛起了, 在不久的将来, 甘肃的酒类产业一定会走遍全国各地, 跨出国门, 走向世界。下面就甘肃酒业的再发展问题, 谈几点看法。

1 白酒工业的发展

我国白酒属于世界著名的六大蒸馏酒之一, 二十多年来随着我国经济体制的变革, 甘肃乃至全国的白酒业可谓一波三折。从政策上讲, 白酒行业是国家不支持、不鼓励、甚至限制发展的产业; 从产业结构上讲, 白酒行业是典型的传统产业, 要大力发展和扩张极为困难; 从市场状况上讲, 白酒虽然利润很高, 但市场竞争非常激烈。由于目前国家对酒类消费税征税办法和税赋水平进行了调整, 白酒生产利润大减, 白酒行业的产量正以每年 10% 的幅度递减, 照此发展, 白酒行业将面临“下岗”的危机。所以白酒行业要再发展, 仅仅靠在酒企业生产规模调整、销售政策上下功夫来挽救企业是不行的, 应该注意企业产业结构的调整、新型技术的应用和人才培养等环节。

1.1 改变酒企业中对名酒的认识

在中国白酒市场上, 名酒代表着传统, 传统的固态法白酒是中国白酒的脊梁, 是中国白酒的精华。而净化化和液化化, 则是中国白酒发展变化的方向, 液体法白酒是中国白酒的主力军, 纯净白酒是新生的酒。真正的名酒是在市场上、在消费中间竞争产生的, 市场上许多有特色的新型白酒不断涌现, 虽然不是名酒, 但口感很好, 适应社会。从某种意义上讲,

这些新型白酒同样在促进酒业的发展。酒企业应该树立这样一种思想, 当一种产品是名酒的时候, 就应该卖好它, 当它淡化时我们也应该卖好。特别是那些通过改造出来的、有特色的、价位偏高的系列酒, 应该像名酒一样去对待它。

1.2 新型酿酒技术的应用

固态法白酒的生产工艺是我国劳动人民智慧的结晶, 在二十世纪八十至九十年代产生的新型白酒工艺, 大大推动了我国白酒工业的发展水平和发展速度。但是从我国的资源、能源及消费等方面出发, 上述两种工艺仍制约着白酒企业的成长壮大。二十世纪五十年代以来, 世界各国竞相研究生料酿酒技术, 中国首家取得成功并应用于规模生产。表 1 是固态法、新工艺法、生料酿酒法三者的生产特点:

表 1 白酒的三种生产方法及其特点

生产方法	特 点
固态法	生产工艺复杂而全部是手工操作, 难以采用机械自动化生产, 同时劳动强度大, 产品成本高。
新工艺法	生产周期短, 机械化程度高, 劳动强度大为改善, 生产效率提高一倍多, 但产品须经后处理, 从而增加了工艺、设备和生产成本。
生料酿酒法	生产工艺最简单, 可减少人工 50%, 机械化、自动化程度高, 发酵时间长, 发酵设备投资大。

表 2 为三种生产方法的经济指标对照。

表 2 白酒三种生产方法的经济指标

方法 指标	固态法	新工艺法	生料酿酒法
原料出酒率	50%—60%	55%—65%	70%—90%
能源消耗	高	高	低

从以上对比可以看出生料酿酒大大节约了粮食和资源,特别是在能源紧缺而难以再生的情况下,采用生料酿酒是对国家的一大贡献。另外从质质上分析,生料酿酒技术所生产的酒不上头,不伤胃,目前采用的“卢氏神曲”生产出来的生料白酒,其口感可与固态法的白酒相媲美。随着科学技术日新月异的发展和科技人员的不断努力,生料白酒的质量将会更上一层楼。

1.3 生物技术在白酒业的应用

采用现代生物新技术,选育优良酿酒菌种,走纯种多菌混合发酵之路,达到既多产酒,又生香味的目的,改变单一菌种发酵,香味不足的现象。我省所产白酒大部分属浓香型,通过剖析传统浓香型大曲酒发酵过程原理,有些省外酒企业已经广泛应用生物工程研究了浓香型大曲酒的生产,比如浓香型大曲酒主题香成分乙酸乙酯的研究,大曲微生物的分离和微生物酶代谢特征的研究、糖化酶等,这对浓香型大曲酒业发展促进较大,更体现了生物工程技术是较显著的社会效益和经济效益的技术。那么浓香型大曲酒依靠生物工程技术要取得更大的成绩,必须要有更深层次的生物工程技术的应用,即生态浓香型大曲酒酿造工程、基因微生物发酵过程等。

2 啤酒工业的再发展

我国自 1996 年至今啤酒总产量一直跃居世界第二,预计在 2005 年将成为世界第一。据国家统计局公布,2001 年我国啤酒总产量达到 2273.76 万吨,同比增长 5.84%,截止到 2002 年 7 月我国啤酒总产量累计 1490.44 万吨,同比增长 5.89%。但是就甘肃乃至西北几省而言,啤酒工业的发展不容乐观。2001 年我省啤酒总产量为 20.68 万吨,累计增长率为 -8.75%,截止到 2002 年 7 月我省啤酒产量累计 14.52 万吨,累计增长为 0.07%。所以我省的啤酒工业发展形势严峻,如何面临行业之间的挑战,如何面对国际之间的竞争,这是啤酒也需要考虑的重要问题。

2.1 先做强,再做大

单从全世界啤酒产量的排行榜上,可看到中国啤酒工业的辉煌,但从世界的“十大品牌”、“人均消费量”、“企业的盈利状况”、“设备资源利用率”等指标的排名中,则找不到“中国”两字。原因很多,甘肃乃至中国啤酒工业的发展中存在一个关键问题,就是企业还没有做强,就一味追求做大。而“做精做

强”才是当代啤酒产业健康发展的出路所在。“只有亏损的企业,没有亏损的行业”,啤酒行业今后一定会遵循这一定理。国际上成功的啤酒企业,如 Cola(可洛娜)、Heinken(喜力)、Bubwelsev(百威)等成功的经验告诉我们:“做精、做强是生存发展的必由之路”。企业可以不做大,但一定不能不做精、不做强。此外我们还要正确地看待企业做强与企业做大的关系,强不等于大,大也不等于强。“世界 500 强”并不等于“500 大”。因为只有先做强才能有精力去做大,自己没有强大核心竞争力,没有抢手的品牌,没有过硬的管理方法,没有充足的专业人才,想去并购其他企业将是一件很困难的事吃得太多会消化不良的。大与强之间虽然有着极其重要的关系,但其间并没有必然的联系,最强的企业不一定就是最大的企业。所以我们今后的追求是:“不求最大,但求最强”。

2.2 坚决取缔“低价格战术”

近年来,我省以低价倾销为主要内容的恶性市场竞争导致啤酒市场极为混乱,造成行业大面积亏损,整体竞争力下降,严重制约了全省啤酒工业的健康发展。出现这种状况最主要的原因是我省部分啤酒企业市场竞争观念非常落后,没有真正认识到市场竞争已经进入品牌竞争时代,缺乏对市场竞争行业的战略管理,不能立足长远,而是短期行为严重,一味盲目地追求市场的占有面积而与其他啤酒企业用最低级的竞争手段——价格竞争争夺市场,认为只有“你死才能我活”,殊不知这样下去,在对方还没有完全“死去”的时候,自己已经伤及元气,壮志难酬。要共同促进我省啤酒工业的健康发展,只有协调我省大型啤酒企业达成共识,能积极带头执行有关规范市场竞争秩序的规定,为其它啤酒企业做出榜样,大家携手并进,公平竞争,共同发展。只有从价格的泥潭中走出来,保存实力,把主要精力集中到提高产品质量、优化产品结构、提升品牌形象上来,才能求得生存,促进发展。

3 葡萄酒业的再发展

葡萄酒是国家性的饮料酒,占世界饮料酒的第二位,是今后发展的主要酒种。随着我国加入 WTO,开放程度进一步提高,进口葡萄酒的关税下调,将使得刚开始向兴盛期迈进的国产葡萄酒业,面临残酷的竞争。甘肃地处北纬 30°—43° 之间,是适宜酿酒葡萄生长的黄金地带,可以说甘肃是我国发展葡萄酒业的产区之一。

3.1 建立以原产地命名的 AOC 管理制度

1999年8月17日国家质量技术监督局颁布了“原产地域产品保护规定”,该规定对原产地域产品的定义、申报程序、应提供的材料,以及如何保护等相关内容做出明确的规定。由于世界上各主要葡萄酒生产国,特别是WTO的成员国都先后建立了各自的葡萄酒地理标志或原产地标志系统,所以,要想减少我国在加入WTO后外国葡萄酒对我国葡萄酒产业的冲击,使我国葡萄酒行业在新世纪实现持续、快速、健康发展,就必须在国家质量技术监督局发布的“原产地域产品保护规定”的基础上,建立并实施葡萄酒的原产地域命名系统。

3.2 建立规范企业,树立品牌形象

甘肃省地理位置独特,气候、环境、日照、土壤等各方面条件非常适宜酿酒葡萄的发展,但目前从葡萄种植到生产管理、从产品产量到品种品牌等都存在严重问题。甘肃乃至中国葡萄酒应走葡萄基地集约化即葡萄种植、葡萄酒加工、产品营销和旅游立体化发展模式,将葡萄酒生产企业定位在大规模、效益型和小规模、特色型相结合方面,产品的品种以干红、干白葡萄酒为主,市场以国内市场促国际市场。品牌是一个国家、民族实力的象征,代表着一个国家的精神和文化。在市场条件下,我国发展葡萄酒品牌就是要参与市场竞争,谁的品牌知名度大,谁就成为市场竞争的强者,谁就能拥有市场,就能占据国

内、国际市场的制高点和大份额,从而立于不败之地。

3.3 积极正确采用国家和国际法规

标准化是组织现代化生产的重要手段,是科学管理的重要组成部分。目前我国葡萄酒产品标准分三个层次。一是全汁葡萄酒国家标准 GB/T15037-94,二是半汁葡萄酒行业标准 QB/T1980-94,三是企业标准。2000年12月19日,国家轻工业局颁布了“葡萄酒生产管理办法”,该办法对葡萄酒的定义、酿酒原料、葡萄酒的生产、包装、标签标识以及贮存运输、管理等都做出了明确规定。虽然标准颁布了,但是仍有不实施者,相继出现葡萄酒行业市场混乱和混杂的现象。入世后,甘肃的葡萄酒要参与国内、国际市场竞争,首先要有质量一流的产品,而产品标准是生产高质量产品的保证。因此要积极采用《国际葡萄酿酒法规》,提高我省高档产品比例,尽快与国际接轨。

以上浅谈了甘肃省酒类企业再发展的思路,但是不容忽视的一个重要问题,就是人的因素。人是科技发展的动力,人才是企业的重要资源,人的敬业精神和工作责任心是非常重要的。酒类企业要发展,首先要着眼于人才的培养和发展。酒类企业应该与我省高校建立长期的合作关系,加强企业内部科研中心、技术中心的发展,发表高水平科技论文,提升校企的学术地位和国际影响力。

(上接第6页)

方法进行),把企业构建和实施过程中自觉和自发的行为归纳到理论和战略层面加以分析。

5 方案设计所关注的焦点

- 5.1 企业最高管理者的能力
- 5.2 企业经营管理团队的整体能力
- 5.3 企业战略管理
- 5.4 企业运营各系统的管理效能
- 5.4 企业开拓市场的能力

6 方案设计的调查对象

调查对象:区外、区内高新技术企业(约350家)

7 调查方式

类型抽样与典型抽样相结合。

8 对方案指标体系的说明

本方案由有10个方面126个调查要素构成,其中战略层6个方面。营运层4个方面,卷面设计总分值:120分,其中战略层面分值64分、营运层面56分;更加突出企业最高管理者自身的意识、能力、企业战略管理对企业发展的影响程度。本方案缺省项为技术管理和人力资源管理。缺省的原因是高新技术企业技术管理能力都具有一定的水平,且都具有相近的特点,不影响对能力差异性的评价;人力资源的管理能力是以隐含在各战略层面和营运层面间接调查和评估为依据的。

9 调查分析与期望达到的目的

为提高甘肃省高新技术企业经营管理能力提供可测量的依据。

(高新技术企业经营管理能力调查表略)