运酒出川的岁月

陈映平

1978 年，随着中国改革开放全面起步，作为传统产业的邛酒得到迅猛发展。据《邛崃县志》记载，1986 年全年邛酒产量 1.86 万吨，1990 年 3.7 万吨，1995 年高达 35.35 万吨，产量较 1990 年增长 855.41%。2000 年全国糖酒会期间举办了邛酒飘香神州壮行会，2001 年策划了西安包机卖酒，一系列行之有效活动的开展，让邛酒更加闻名遐尔，飘香海内外。

质优量大的邛酒，赢得省内外和港澳台同行青睐的同时，也培育、支撑和壮大了相关的产业，比如运输业。20 世纪 80 年代初仍实行计划经济，绵竹剑南春酒厂、宜宾五粮液酒厂、贵州茅台酒厂和习水酒厂等都在邛崃购酒，由邛崃县糖酒公司按计划调拨，并派车运送到厂家。运酒时，根据数量联系邛崃国营专业运输公司派出相应的解放牌汽车。

邛酒的运输曾经被业内同行誉为生产、销售之外的另一架重要马车，可与邛酒飘香神州壮行会、西安包机卖酒齐眉比肩。拉酒出川的运输队伍，规模之大、持续时间之长、影响之深，在巴蜀内外，特别是中原地区一度传为美谈。

及至 90 年代后，邛酒销量大增，在满足本地和省内用酒的同时，大量销往山东、河南、陕西、山西、新疆、安徽等省、自治区的几十家著名酒厂。与此同时，本地生产经营者既高兴，又烦心。高兴的

从酒厂装货出发的东风车。（陈瑞生 提供）

是，大量的酒找到了市场，打开了销路，售后利润可观；烦心的是，如何解决运输工具和运力问题——这无疑是横在许多酒老板面前的鸿沟。

幸运的是，适逢运输单位改制，货运车辆几乎都承包给驾驶员个人，单位货运调度只负责本单位极少数还未承包出去的车辆货源组织，大部分个人承包车和私家车则要自己寻找货源。一时间，货运市场处于散乱、无序、各自为政的状态。运力不集中，分散运输的潜在安全隐患无处不在。90 年代中期，因济南到西安的公路上发生了几起运酒的特大交通事故，相关部门对驾驶员尤其是运酒工具的技术要求进一步提高。把易燃易爆的白酒归为特殊商品、危险品之类进行运输管理。于是，邛崃省运司、县运司、县车队、64 队、玉溪河水利局车队等几家邛崃专业运输公司纷纷投入资金改造、更新、增添危险品专用车辆，办理危险品准运资质证等证件，及时保养和维护车辆，不定期对驾驶员进行危险品运输的专业培训，组织统一的货源，指派统一的车辆，确保运输安全。这一有力举措，极大地吸引了个人承包车归

队和私车前来单位挂靠，既维护了货运市场的秩序，又有效组织、整合了稀缺的运力资源。一个充满活力、生机勃勃的货运市场再次形成。经酒厂派人到各专业运输企业沟通、协商、宣传后，运输公司亦看到了这一大好的货运商机，凭借几十年的公路货运资质、口碑、信誉、技术和实力赢得了邛崃各酒厂的信任。于是，纷纷与其签定长期的运酒计划意向合同。酒厂解决了运力，运输企业增加了收入。

据当年运酒的一位驾驶员回忆，运酒时，最远的山东、新疆3000多公里，山西、甘肃、安徽2000多公里，陕西、贵州1000多公里。那时川内只有二级老公路，路况不理想，很难走。而省外西安到济南是高速公路，有收费站，很平坦。八百里大秦川，河南灵宝、三门峡一望无际的红苹果都给驾驶员留下深刻印象。一路的好风光消除了开车的单调和疲劳。一天行车大约500公里。开着载酒的车，精力要高度集中，不能走神，否则很有可能出现重大事故，尤其在高速公路上行驶，更是全神贯注。一天下来，腰酸背痛，筋疲力尽，吃不下东西，晚上人睡在床上好像还在开车一样。在北方，如果遇到赶场天，人多堵塞了公路，有时一堵就是四五个小时。当地交警一看是四川邛崃的运酒车队，马上疏散群众，让车队尽快通过。运酒到山东，去时一般要5天时间，头天住广元，第二天住临潼，第三天住富县，第四天住三门峡，第五天到山东大连酒厂。从三门峡分路，有的车去山西，有的车去安徽。回来时一般拉酒精，到邛崃需4天时间，有时也放空回来。一路到头的饭店、旅馆都能听到邛崃人的口音，这些都是运酒到外省的驾驶员吃饭和住宿的地方。

另一位师傅则说，假如是自己的车和酒罐子，跑一趟山东运费一般是7000元。要是自己的车，酒罐子由酒厂提供，则跑一趟山东的运费为4500元。一般一车背2个酒罐子，装酒7.2吨。很多司机都从文君酒厂、临邛酒厂、曲酒一厂、曲酒二厂、曲酒三厂、曲酒四厂，

以及羊安、平乐、桑园、拱辰等酒厂装酒，跑山东、安徽、陕西、山西等地，那运酒出川的车队阵势好大啊！仅在川陕路上日夜穿梭的车辆就有两三千，这辈子记得深。运酒出川时，并非一帆风顺。尽管出车前对车辆进行了全面的安全检查，但在长时间运行或遭遇特殊气候变化时，中、小故障时有发生。师兄师弟主动帮忙排除故障，如借备胎、钢板、千斤顶、换轮胎等，搭把手不孤独，修好了一起走，亲如一家人。途中也目睹过由于雨、雪天气，路面结冰打滑，刹不住车，在剑门、华阳、宁强等地造成车毁人亡的几起重大交通事故。

90年代中期，运酒出川不仅运力短缺，而且装酒的罐子在邛崃也成了稀缺资源。要想拥有几个或更多像样的好酒罐子，是一件非常难的事。要么提前一年全额付款请人定做，要么出非常高的价从别人手里租借。无论何种方式，远水解不了近渴，当时几乎一桶难求，导致很多驾驶员因无酒罐子跑不了车。酒罐子供需矛盾的尖锐突出，适时催生了制作市场的萌发，邛崃和邻近县（市）做酒罐子生意的应运而生。有的立马从外县、成都等地拉酒罐子到邛崃销售，

运酒出川的车队阵势好大啊！仅在川陕路上日夜穿梭的车就有两三千辆。（春泉集团提供）

有的开铺面买材料自产自销。还记得离邛崃省运司仅 100 米远处一专门生产酒罐子的小企业，很多工人到了晚上还在加班加点。氧气瓶、焊枪横七竖八摆在地上，电焊强光刺眼，铝皮一堆堆靠在墙边，敲击铝皮的声音震耳欲聋，大中小型号的酒罐子一溜排在马路边，锃亮耀眼，甚为壮观。

运酒车跑的是长途，对驾驶员和车辆技术要求均很高，一般是东风车和黄河车。很多时候，大小酒厂到各专业运输公司调车。运力紧张时，临邛酒厂、春泉酒厂等少数酒厂提前把运费打在单位账上，以保证用车。多数酒厂先给一部分运费或定金，运输单位根据数量、路途、远近等情况，派出车况好、驾驶技术精、能吃苦耐劳或者是单位先进生产工作者的驾驶员承担此项任务。一些挂靠在专业运输公司的私人车辆，只要给公司交一定数量的管理费，车门就可以喷上运输公司的名称，打单位招牌。单位则为驾驶员提供一些专业技术培训，车辆保养，申办有关运酒证件等。私家车有时听从单位统一调派，有时自己到酒厂联系。运酒途中，一旦发生安全事故，由运输单位负责出面协调解决，处理事故善后工作。酒运送完后，运费由单位财务统一代为收取。未挂靠的私车则由自己或家属到酒厂结算。跑一趟长途运酒回来后，所有车辆要及时进行三级保养，有的换轮胎，有的补充气压，检查电路、油路等有关部位，彻底排除上次在途中影响运行的机械故障，确保下次出车安全，长途顺利。

邛酒出川，靠的是一车一车往外运。当时在邛崃，省运司、县运司、县车队、64 队、玉溪河水利局车队和私车，约有 4000 辆。这些车辆只要车况好，有成套的装酒设备，符合运酒技术标准要求，在大大小小酒厂的主动邀请下，几乎都有机会加入运酒队伍。一位货运调度员告诉说，那时，一天到晚的传呼、手机只要一响，十有八九是酒厂打来调车运酒的。1995 年高峰时，一天 200 台车在文君酒厂、春泉

运酒到新疆归来的加长东风车。（陈映平提供）

酒厂、临邛酒厂、曲酒一厂、曲酒二厂、曲酒三厂和平乐、羊安、桑园、拱辰等几十家酒厂装满酒同时出发，远远望去，尤如一条长长的巨龙在公路上慢慢游动。此后，由于汽油、柴油、过路费等涨价，加之公路上，尤其是省外的北方公路严查超载、超速、危险品（包括酒），且运输罚款力度加大，导致公路货运成本快速上升，无利，没人再跑了。邛酒出川改用火车运，即发槽车，一车皮装 50 吨，一次一般发 5 至 6 个车皮，约 300 吨。用汽车把酒运到彭山青龙场、成都货运站、新津普新、眉山火车站装火车。

当驾驶员加满了水箱的水，查看油标尺的刻度，敲敲轮胎的气压，轰了轰油门，做完出车前的基本功课后，就要与前来送行的男男女女——或一家老少，或亲朋好友道别。“几千里的长途，一个人开车把细点啊!”“不要只顾赶路，一天吃一顿饭。”“一路顺利，平平安安早点回来……”亲人的叮嘱和期盼一路萦绕于耳，难以忘怀，正如当时的民谣：“哗哗白酒入罐装，细查车况为优良。整装待发千里行，耳畔慈母唤儿郎。只觉衣衫一阵抖，回头一望是强强。今日分别何时归？月上梢头伊人望。”

都说母子连心，儿行千里不仅母担忧，一人开车在外，几千公里的长途行车，生活的单调、枯燥，辛苦劳累和不可预知的安全因素也使妻儿时刻担惊受怕。

上世纪八九十年代，浩浩荡荡的运酒车队从邛崃出发，越雄险的剑门，跨八百里秦川，过滔滔黄河，北上南下大半个中国，阵容庞大，蔚为壮观。不仅一车一车把每年生产的几十万吨邛酒运出了川，同时也对邛酒知名度和品牌推广产生了深远影响。这一曾经的辉煌岁月，已经载入邛酒发展的史册。

电脑调酒　首开先河

刘彬

文君酒是邛崃人的骄傲。从明代万历年间寇氏烧坊点火酿酒，一直延续到现在。其间虽多经变故，但烧坊里四溢的酒香从未间断。特别是20世纪八九十年代，文君系列酒畅销海内外，誉满天下。时至今日，文君酒仍然在竞争激烈的中高端白酒市场占据着一席之地。能够长期得到市场认可，除了邛崃优越的地理条件，还有传承百年的独特酿造工艺，以及文君人对白酒勾调技艺的不断探索与创新。

一个误解

国人喜欢喝酒，素有“无酒不成宴”的说法。

然而，很多消费者对白酒酿造知之甚少。1997年初，有关“秦池白酒是用川酒勾兑”的系列新闻报道，把当时的明星企业秦池酒厂推进了无法自辩的大泥潭，同时在全社会引起轩然大波——“勾兑”和“酒精”两个概念不胫而走，成为牵动读者敏感神经的两个关键词。从此，相当多的消费者把白酒勾兑与假酒画上了等号。

这其实是一个误解。

勾兑，也叫勾调，本是一项技术，是白酒生产过程中必不可少的一个重要环节。白酒生产有“七分技术，三分艺术”的说法，这里的艺术，就体现在勾兑上。

为什么要勾兑？白酒在酿造过程中，会受到多方面不同因素的影响，比如不同季节、不同生产班组、不同窖池等等，这就会导致所酿酒的味道、风格不统一，且酒的度数很高（一般在 60 度至 70 多度之间），是无法直接饮用的。为了统一口味，去除杂质，协调香味，降低度数，便于消费者饮用，唯一的做法就是勾兑，白酒厂家也叫勾调。假如不经过这一环节，会产生什么结果？那便是，今天买一瓶茅台酒感觉挺好喝，下次再买一瓶一样的茅台酒就不是一个味了，那怎么行？所以，勾兑在白酒生产过程中是必要的，可以使出厂的每一批产品都保持固有风格。

经验丰富的酿酒师一坛一坛地品尝存放在酒库的原酒，记录下每一坛酒的特点，再凭借多年的经验对这些酒进行重新搭配、降度、调味，最终调配出一款色香味俱佳、口感纯正的优质好酒。

勾兑过程却不简单，广义的勾兑应包含两个步骤，即勾兑和调味，所以“勾兑”这个词汇应该用“勾调”来替代，才更为全面。如果以素描为比喻，勾兑过程就是建构框架、刻画主体的过程。不同批次生产出来的酒或者不同窖池生产出来的酒有所差别，表现在微观上就是其中的酸类、酯类、醛类、酚类等微量成分的差别，而表现在宏观上就是气味和口感的差异，将不同的酒勾兑在一起，才能弥补某一种酒感官上的偏差或者让风格更为突显。

这样勾兑好的酒，仍然不能称之为完美，因为这仅仅是框架层面

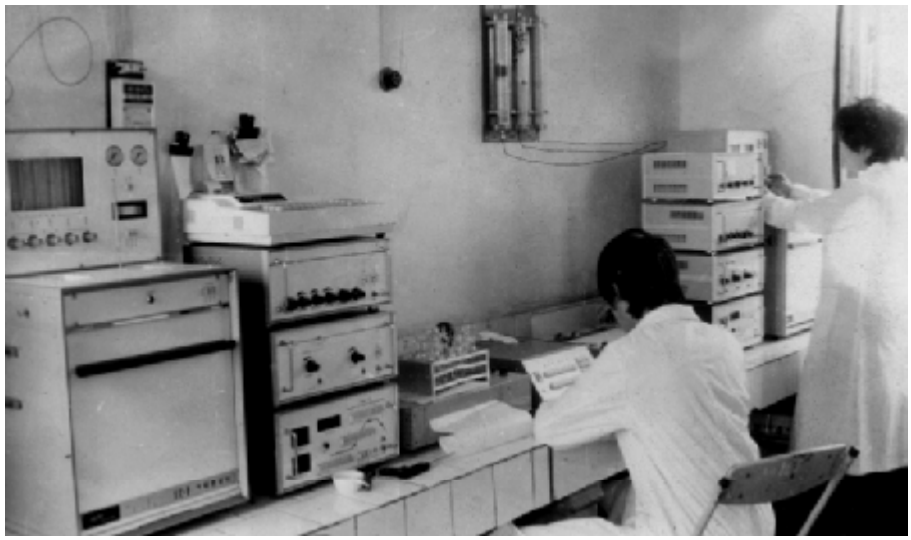
的调整，也就是说让酒在感官上的方向是正确的，还需要做进一步的刻画以突出细节，精益求精，这时就需要用调味酒进行调味。这就好比炖好一锅汤出锅时，总需撒点香菜提个味儿。而调味，正是给白酒锦上添花的过程。所谓调味酒，是采用独特工艺生产的具有各种特点的精华酒，它们可能有特香、特甜、特浓等鲜明的风格特征。调味酒的主要功能是使组合的基础酒质量水平和风格特点尽可能的得到提高，使基础酒的质量向好的方向变化并稳定下来。

简单来说，勾兑的目的就是：产品标准化＋风味更出色。每一家酒厂、每一款好酒，都有自己独特的勾兑技艺，比如茅台、五粮液、泸州老窖、文君酒……

色谱测试

酒是一种神奇的物品，看上去清澈透明，里面却含有几百种微量成分，蕴藏着几千年酒文化的内涵。这些微量元素只占白酒组成的2%左右，但却决定着酒的品质与香型，因此，业内也把这些微量元素称之为“呈香呈味”物质。只要掌握了这些微量元素的变化规律和组成成分，进行科学的勾调搭配，就能组成一种风味独特的好酒。

怎样才能对酒里的微量元素组成情况进行调节，生产出口感优良的好酒呢？和全国各地的白酒生产厂商一样，文君酒厂让经验丰富的酿酒师一坛一坛地品尝存放在酒库的原酒，记录下每一坛酒的特点，再凭借多年的经验对这些酒进行重新搭配、降度、调味，最终调配出一款色香味俱佳、口感纯正的优质好酒。然而，随着文君系列酒越来越受市场欢迎，产量节节攀升，只靠有限的技术人员一坛一坛地去品酒、调酒，劳动强度大，工作效率不高，影响产量。同时，由于技术人员能力素质参差不齐，仅凭经验很难保证酒的质量稳定。



20世纪 80 年代，整个四川地区只有三家酒厂配备了气相色谱仪，分别是五粮液酒厂、全兴酒厂和文君酒厂。

为了解决这个难题，20 世纪 80 年代初，文君酒厂在全省率先采用了计算机辅助调酒，极大地提高了文君酒勾调的效率，同时也保证了酒品质量的稳定。

计算机调酒的第一步，就是要收集有关白酒各种组成成分的数据，特别是微量元素的数据。白酒里含有各种各样的微量元素，目前已经检测到的微量元素有几百种之多，这些微量元素虽然只占白酒组成的很少部分，却对白酒的品质与香型起着决定性作用。只有充分掌握文君酒里各种微量元素的相关数据，才可能调制出香味、口感俱佳的好酒。

为了能掌握文君酒微量元素组成，仅靠人工经验是不行的。在文君酒厂负责技术管理的副厂长谢明健带领下，文君酒厂开始尝试依靠现代科技手段来进行酒品检测。怎样才能比较快速、高效地检测出文君酒里的各种微量元素含量呢？谢明健在多方考察、了解的基础上，决定使用气相色谱仪来进行检测。然而在 80 年代，气相色谱仪可是非常宝贵和稀缺的仪器，一家县级企业是没有资格取得计划指标的。

谢明健就带着人去成都找到省糖酒公司里的一位老熟人，求他帮忙。然而，对方却表示很难办，恐怕买不到。谢明健并没有灰心，一次一次到处找熟人、跑关系，并顺便送上一些文君酒。那个时候的文君酒很紧俏，一般人买不到。最后，通过省糖酒公司一位领导的协调，文君酒厂终于买回来了气相色谱仪。当时，整个四川地区只有两三家酒厂配备了气相色谱仪，而文君酒厂就是其中之一。有了色谱仪，谢明健带着技术人员对库房里的每一坛酒进行认真分析检测，记录下每一坛酒的微量元素组成等各种数据，并进行认真分析，总结出不同季节、不同窖池生产的白酒的微量元素的组成规律，检测酒里总醇、总酯、总醛、乙酸、乙酯等的含量及各种主要微量元素的占比值，力图从中找出提高文君酒品质的奥秘。到 1984 年，文君酒厂的技术人员已完成 3000 多份样酒的测试分析，积累了科学数据 6000 多条（件），为下一步使用计算机调酒打下了基础。

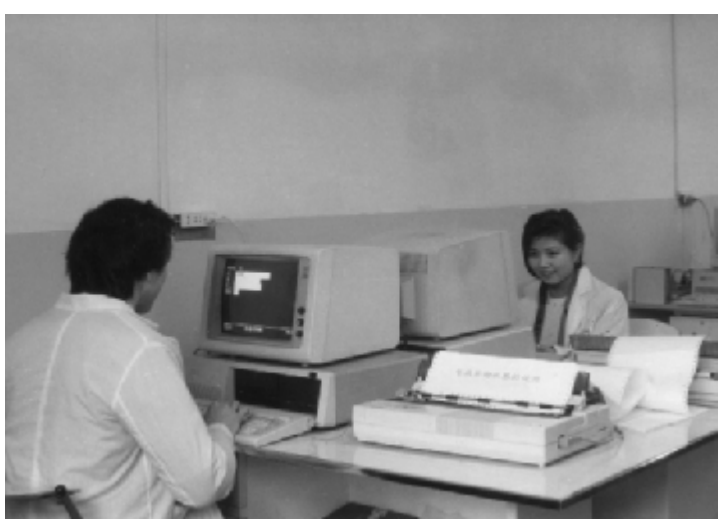
电脑调酒

用计算机辅助调酒，首先要解决的是购买计算机的问题。那个时候不像现在，大街小巷到处是电脑商店，各种品牌、类型的计算机应有尽有，人人都能买，家家都配备。当年的计算机属于高科技产品，一般是国家有关机构进行科学研究的专用设备，作为商品售卖的几乎没有。为了搞到计算机，文君酒厂又到处托关系、找门路，最后在四川省电子计算机中心的帮助下，终于买到了计算机。

计算机买回来了，可是谁来操作呢？80 年代，计算机还是个稀罕玩意儿，很多人连见都没有见过，更不要说使用了。并且，那个时候的计算机操作比较复杂，不像今天使用的 windows 视窗操作系统，只需对着电脑屏幕，动动鼠标就可以操作各种程序，即便是大爷大妈也

能玩得溜熟。文君酒厂当年买来的计算机使用的是BASIC语言，要用英文字母编辑一条一条的命令输入，才能使其工作。而且，计算机系统全是英文，没有一点英文基础的人，很难搞懂它。为了克服这个难题，厂里决定派一批年轻的技术人员到成都接受培训，学习计算机操作知识。同时，厂里还积极引进人才，曾经从西昌卫星发射中心招来了一名姓李的工程师。

为了让计算机在白酒勾调中充分发挥作用，提高酒品质量，谢明健组织厂里技术骨干，对前期收集的各项数据进行深入分析研究，明确了文君酒的各项主要技术指标，并将这一项项的指标编制成一套程序，输入到电脑中。在使用计算机调酒时，技术人员先将之前使用气相色谱仪检测的库房中每一坛酒的编号、等级、质量等数据存入计算机软盘，需要勾兑时，通过计算机调出软盘里的数据，然后再根据实际需要选择参加勾兑的坛号、总勾兑数量，计算机就会按照之前根据文君酒特性编制的程序，经过2至3分钟的计算，给出一个最佳调配方案，告诉技术人员需要将哪些编号的酒坛内的酒进行勾调，可以让酒里所含的各种“呈香呈味”微量元素比例达到最佳，并通过连接的



经过2至3分钟的计算，计算机就能给出一个最佳调配方案，告诉技术人员需要将哪些编号的酒坛内的酒进行勾调最为合适，通过连接的打印机，打印出调制清单，形成勾兑方案。

打印机，打印出调制清单，形成勾兑方案。文君酒厂工作人员只需按照计算机给出的勾兑方案，把相应编号的各坛酒按照一定的数量组合到一起，就完成了文君白酒勾调的基础工作。

但是，机器不是万能的，机器永远不可能代替人，计算机调酒也有其局限性。通过计算机勾调出来的白酒，只是让酒里各种微量元素的配比达到了技术指标，满足了酒品的基本要求，但还不是最终的产品。为了让此款白酒的香味、口感等更加完美，还需要对这些酒进行更加精细的调配，这个过程就是调味。白酒调味是一门艺术，是不能用冷冰冰的机器来完成的，必须由经验丰富的调酒师亲口品鉴计算机勾兑好的白酒，有针对性地添加调味酒等进行调味提升，让文君酒香味更浓郁、口感更爽滑、回味更绵长。

最终，经过计算机完成基础勾兑，再由调酒师运用传承百年的调酒工艺，对其进行进一步升华，一款融现代科技和传统工艺于一身的优质文君酒，就呈现在了消费者面前。

1984 年，在四川省计算机中心的协助下，文君酒厂运用计算机对文君酒进行勾调，获得成功，并于 1984 年 10 月通过省级鉴定，正式投入运转。文君酒厂成为全国第一家使用计算机调酒的白酒生产厂家，成为行业内第一个吃螃蟹的人。

尽管使用计算机调酒有着明显的局限，但是好处还是显而易见的，不仅可以节省大量劳动力，极大地提高工作效率，让优质白酒的工厂化大批量生产成为可能；同时，通过计算机程序设定的各项技术指标进行调酒，保证了不同时间、不同批次产品的的质量稳定，有利于提高优质白酒的品牌形象和市场美誉度。随着时间的推移，计算机调酒逐渐被大家接受，越来越多的全国知名白酒生产厂商选择使用计算机来进行辅助调酒，将现代科技融入传统的白酒酿造工艺，从而生产出质量更加稳定、品质更加优良的白酒。　　（本文图片均由徐菲提供）

邛酒酿造中的乡土智慧

李显军

邛酒是典型的浓香型白酒，大米、高粱、糯米、玉米、小麦等不同粮食组合，配以酒曲，就可以进行酿造了。据老一辈酿酒人说，邛酒是以原酒见长，20 世纪六七十年代的邛酒原酒是单粮酒，以玉米或者高粱为主，时至今日，在南宝山区还保留着传统的单粮酿酒法。笔者就此到南宝山区和大川考察了一番，深深感受到传统白酒酿造中的乡土智慧。

蒸煮是酿酒过程的第一个主要环节，蒸煮之前先泡粮，泡粮的目的是使粮食吸水膨胀，淀粉结构松弛，有利于糖化、发酵以及酒类风味物质的生成。有的农民用凉水泡粮，大约一天的样子，然后用同一个酒甑来蒸煮、蒸馏；也有农民用清水清洗粮食后，直接开始蒸煮，避开了初蒸、焖水、复蒸等环节，一次完成。

我在山区看到许多架子，上面挂了些采摘不久的玉米棒子，其数量，远远满足不了酿酒的需求，原因一是退耕还林以后，旱地面积减少了，导致玉米产量下降；二是野生动物增多，种下的玉米被吃掉，所剩无几；三是购买的玉米价格适宜，质量可靠。因此，许多农家作坊都会采购玉米来弥补酿酒用粮的不足。

透过原始而简单的流程，可以窥见山区农民的酿酒智慧。

发酵，有时也写作酵酵，是酿酒过程的第二个主要环节，发酵之前要先拌酒曲。考察中获悉，山区农民最早采用土坑发酵，先是在适

合的地方挖个四四方方的土坑，在黄泥中拌入切成一段一段的谷草，把土坑底和四周抹上；如果使用过程中发现有皲裂，就再抹黄泥直到这种现象消失。然后将蒸煮过的玉米倒入土坑，用黄泥封闭。倘若玉米发酵时温度过高，则在封闭土坑的黄泥上面插入一根中间打通的竹子，将多余热量导出。后来，发酵陆续改为陶罐和木桶等容器。近二三十年，山区农民普遍把蒸煮过的玉米装进更方便的塑料袋，然后放入塑料桶发酵。

塑料袋作为发酵容器会不会发生有害物质析出的情况，笔者在网络上多次查询，得到的答案不一。最低 50℃时，有害物质就会析出，多数观点表述为 65℃以上，有的在 85℃。而玉米作为酿酒原料，发酵时的最佳温度是 25℃—30℃，温度越低，发酵现象就越微弱。可见，有

害物质并不能析出，我的担心成了多余。选择塑料桶不仅能保持一定的恒温，有利于存放，还可以避免老鼠啃咬。

南宝山区海拔一般在1500米左右，9月以后的常年温度在15℃－25℃左右，少见30℃以上的情况，这样的温度无疑是天赐山区农民酿造的“礼物”。从大环境而言，邛酒产区刚好在北纬30度左右，沿地球北纬30度前行，既有许多奇妙的自然景观，又存在令人难解的神秘现象。这一带气候温和湿润，水资源丰富，水质纯净，土质优良，土壤和水中富含有益的微量元素，加之空气里的微生物群，酿酒原料的地道和纯正，诸多良好因素使得这一带成为著名的“世界名酒带”，造就了令人叹为观止的醇香美酒。所谓一方水土养一方人，也孕育别处无法复制的物产，邛酒，同样

是天赐邛崃人民的“礼物”。

顺天时合地利，蒸馏最能体现山区农民的智慧。简单的条件，合理的方法，酿出当地农民乐意接受的白酒。在这个过程中，我只能选出颇为震憾的几件事来说说。

智慧一：一灶台多用途。

灶台上有两口锅，蒸煮、蒸馏都在这里完成。烧火用的是木柴，在农家旁堆着长 10 米、高 2 米多的木柴垛架。据说，没有酒酿的时候，当地农民还可以在这里烧柴做饭！看似粗陋的、不过两平方米的灶台，却酿出当地农民喜欢喝的白酒。当然，我在别的地方也看到专用灶台，是搬进农民集中居住区的老乡，在一块菜地里临时搭建起的，到酿酒时节就启用。我到现场时，老乡还没有启用。

智慧二：铁锅成为冷却器。

酒甑顶部一口铁锅引起我的注意，经了解，这是山区农民酿酒时用的冷却器。黄色的管子将山中的溪水引入锅中，清澈冰凉，黑色的管子利用虹吸原理将水排出，形成水循环。有意思的是，为什么黄色的管口在下，而黑色的管口在上呢？蒸馏时，温度最高的地方在冷却器（铁锅）底部，按理说，热水应马上抽走，补充冷水，也就是黑色出水管口靠近锅底最好。然而，当地老乡解释，黄色的管子用冷水把热水冲到铁锅的上半部，黑色管口的高度刚好可以把冲上来的热水引出去。再说，假如是一个人负责酿酒全程，没有帮手，万一冷水停了，即使黑色的出水管自动排水也不会把水全排完——这是一个预防性措施。黄色管子端套着一个生锈的铁锄头，是固定入水管的，真是物尽其用。

智慧三：就地取材的密封材料。

封闭酒甑主要是在蒸馏过程中不让酒（汽体状态）挥发了，如果封闭不好，产酒量一般要损失 10%左右。100 斤玉米当地农民一般要

蒸馏出 20－30 斤左右的 60－70 度白酒，10%还是比较大的损失。据悉，平坝区的人们在酿酒过程中，曾因地制宜地采用白善泥作为封闭材料，这个材料的封闭性能好，可以最大限度减少挥发损失，少量的白善泥混入玉米再喂猪，还有利于猪的消化。但山区没有白善泥，购买要花不必要的钱，所以，当地老乡一度用玉米糊作为封闭材料，每一次蒸馏结束，就把半干的玉米糊混和到蒸馏后的粮食中，一起用于喂猪。近二三十年，大多数农家已使用更简单的办法来密闭酒甑了。

那么，如何封闭酒甑壁出口的缝隙呢？实地调查中发现，用塑料布密闭的酒甑，不仅效果好，同时还保证了冷却酒时的卫生。因为酒（汽）冷却后，主要凝结在冷却器（铁锅）最底部，滴落到木制的酒盘上，然后，引流到酒甑外面，这是一个关键步骤。有的农民还会给木盘刻上纹路，这样显得比较精致。看来，只要条件允许，山区农民也尽可能地追求着美。这种建立在山区实际的追求，正是酿酒智慧的又一生动体现。

酒甑上下都密闭了，唯独接酒用的木盘要从酒甑壁开个口子。处理留下缝隙的方法是，以当地农家水打湿纸巾，再随手用刀子将湿纸按入出口缝隙，并套上一根白色塑料管，接到塑料桶。至此，“山区农民酿酒一体机”已做好蒸馏的准备。下一步，就是木柴烧火，正式进入蒸馏环节。

智慧四：蒸馏后剩余物的再利用。

蒸馏后，将玉米收集起来，一是直接喂猪，二是晒干打成粉喂猪。考察中，我专门到猪舍察看，有一头 100 多斤的黑猪正在进食，旁边还有两头 300 多斤的猪在睡觉。我很好奇，用蒸馏后的玉米喂猪，猪是不是要醉。农家人笑称：醉了好睡，膘长得快。交流过程中，我明白了一件事，为什么农民每百斤粮才出 20－30 斤酒，那是他们有意这样做的，因为酒出多了，蒸馏后的玉米中的蛋白质就少

了，不肥猪。山区农民不懂什么循环经济，但在实践中，自然而然地遵循着循环经济的规律，邛崃山区农民的酿酒智慧顺理成章凸显出来。

我在另外一个农家发现了与当代酿造白酒工艺相近的设施，在与主人攀谈的话语里发现，不同的农家有不同的酿酒追求，这户人家没有喂猪，就自然追求高出酒率了。当问及蒸馏后的玉米如何处理时，老乡一句话：卖了。不得不说，这也是一种自然而然。

山区农民的酿酒剩余物中，除了玉米还有其他。一是发酵后剩下的水，当地农民称“酒糊子”，二是蒸馏后剩下的水，当地农民称“甑脚水”，这两种水都要收集起来。为什么？据当地能手说，这样的水很肥猪。可见，山区农民酿酒，不但没有一点浪费，也没有造成污染，真正做到了物尽其用。

酒是酿造出来了，销售到哪里呢？其实，山区的封闭性，使得农民酿酒主要还是在当地销售，满足当地人饮用。遇有重大日子，如乔迁、结婚等，一般提前十天半月预订，需要多少就酿造多少。这种烈性大的酒，如果想让其品质相对更高，就要与陈放多时的白酒调和一下，当然价格也随之上去。需求量小、需求品质低、喂猪需要，市场决定了山区农民酿酒与销售的独特方式与思路，从另一个角度看，也遵循了市场规律，何尝不是山区农民的酿酒智慧呢！

今天，邛崃白酒工业园区的酿酒工艺和技术早已脱胎换骨，质量更稳定，品质更好，市场更大。然而，酿酒过程的关键环节——蒸煮、发酵、蒸馏等却没有改变，也许永远不会改变。

（本文图片由作者提供）

包机卖酒始末

袁国川

2002 年 3 月 16 日，西安咸阳国际机场迎来包机参加全国春季糖酒会，并以 “卖酒”为目的的四川省邛崃市代表团。这种书记市长带领企业包机参会的形式，在全国糖酒会历史上尚属首次。不仅轰动成都和西安，更震惊了全国酒类同行。

继 2000 年 3 月举办邛酒节，并被授予 “中国最大白酒原酒基地”牌匾。随即，在同年 10 月大手笔运作第三届中国四川名酒文化节暨第二届成都商品交易博览会，以及 2001 年 2 月糖酒会前夕，承办国内贸易局白酒技术协作组三届四次会议，在此次会上，国内贸易局白酒技术协作组为备受争议的新型白酒正了名。一系列举措，为进一步打响邛酒的知名度起到了积极作用。邛酒的宣传一年比一年新，一年比一年大。

到了 2001 年 8 月，得知来年糖酒春交会移师西安的消息后，邛崃市委、市政府和邛酒企业便开始谋划如何在会上爆出冷门，制造热点，吸引商家，将“中国最大白酒原酒基地”的整体实力推向全国，进一步打响邛酒品牌，重铸邛酒辉煌。

提前谋划

著名历史文化名城西安是 13 朝古都，西部重要的政治、经济、

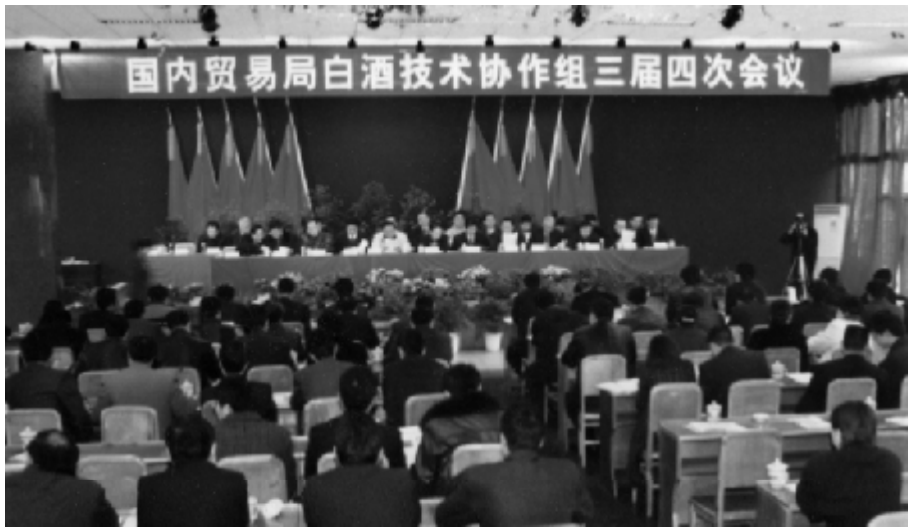
2000年3月，邛酒节期间东星大道的氛围营造。

2000年10月18日，第三届中国四川名酒文化节暨第二届成都商品交易博览会于在成都落下帷幕。在历时5天的展会上，邛崃精心组织，以匠心独运的展区设计、声势浩大的宣传策划，使邛酒在文化节和博览会上独树一帜，尽显风流。图为四川名酒节邛酒展区大门。

文化中心。全国糖酒春交会首次在此举行，必将凸现无限商机。

多次酝酿后，“包架飞机去卖酒”的构想终于诞生，这一新思路立即得到邛崃上下高度认可。市委为此召开两次书记办公会、一次常委会，作出决策，成立领导小组，围绕糖酒会的参展、宣传和招商精心制定方案，有创意地提出“把邛酒节办到西安去”的响亮口号。与此同时，确定了包机卖酒宣传报道方式，首先是时空，前期报道信息，中期报道新闻，后期报道效果，把中期作为重中之重；其次为地域，聚焦邛崃、成都和西安，提高大众对三个城市的关注度；第三在类别，梳理专题宣传、系列宣传与深度宣传的侧重点。从书记、市长到企业老板，从相关局长到工作人员，始终心往一处想，劲往一处使，想卖酒所想，急卖酒所急。

2002年2月5日，正当邛崃市民为即将来临的春节奔忙之时，市



2001年2月15日，在邛崃举行的国内贸易局白酒技术协作组三届四次会议上，国内贸易局白酒技术协作组为备受争议的新型白酒正了名。

委常务副书记熊定能率招商局、白酒协会等部门负责人专程赶赴西安，联系糖酒春交会的参展、接待等事宜，把细节实地过一遍，并由此拉开包机出击西安的序曲。糖酒春交组委会对邛酒包机参展的举措反应热烈，不仅将最好的广告位置派给邛酒，还在许多方面提供具体支持。

2月24日，邛崃召开包机赴西安春交会卖酒准备会，要求各酒类企业和相关部门围绕这一重大活动，认真把邛崃壮行会、西安新闻发布会和招商引资活动的前期工作抓紧、抓细、抓实；借助包机卖酒产生的轰动效应，全方位展示白酒之乡的优势和魅力，实现协议成交额、拿到新定单、结交新客户方面均超上届成都春交会的预期，达到以酒兴市，扩大邛酒在全国市场份额的目的。市长王建平出席会议并讲话；市委常务副书记熊定能安排部署相关工作；西安市委宣传部常务副部长晏朝率队专程赴邛，代表西安市委、市政府欢迎邛崃市党政领导和邛酒企业包机到西安参会，表示将为邛酒企业提供一切方便和服务。

邛酒企业组团包机出击糖酒春交会的消息，引起了西安媒体广泛

关注。在晏朝带领下，《西安日报》、《西安晚报》和西安电视台记者，除采访邛崃市委书记、市长和有关部门负责人外，还深入临邛集团、文君酒厂、高宇集团等众多酒类企业，从酿造历史、资源环境、文化底蕴、优良品质等不同角度，全方位挖掘酒乡亮点，多层次透视邛酒现象。采访中，《西安日报》记者感慨地说，中国最大白酒原酒基地名不虚传，不仅为邛崃造就了百万富翁、千万富翁和亿万富翁，还为全国一大批著名酒企的成长作出了贡献。在结束对邛酒企业为期4天的专题采访后，西安记者团表示，愿为邛酒企业在西安的活动进一步造势。同时，西安市政府接待办和本届糖酒交易会组委会有关负责人也专程到邛考察，深入了解邛酒企业和其他特色经济，以便在西安加大力度宣传邛酒，宣传邛崃优惠的投资政策和优良的创业环境，让西安企业来邛发展，实现双赢。

3月1日，邛崃包机赴西安卖酒工作会召开。王建平、熊定能在会上强调，市级各部门必须全力支持、参与这项活动，保证包机卖酒活动安全、隆重、高效地顺利进行。会议同时敲定了活动的具体方案。

邛崃：3月16日上午，在东星大道举行声势浩大的送行会，组织2000名干部、群众和30辆轿车组成的车队为代表团壮行；

成都：3月16日中午，邛酒车队行进展示；

西安：3月16日下午，召开包机卖酒新闻发布会和招商引资会；

西安：3月17日上午，春交会组委会新闻发布会；

西安：3月18日晚上，春交会入城式，邛崃党政领导和企业代表应邀参加；

西安：3月19日上午，春交会开幕式。

此次包机与西航商定，机型波音757，登机时间3月16日中午1点。

市委、市政府包机到西安参加糖酒会的消息传出后，临邛集团、春泉集团、渔樵集团、古川酒厂等企业纷纷响应，积极筹备，部分酒

企甚至先期派员到西安踩点、部署，等待糖酒会的开幕。市商会会长、白酒协会会长、临邛集团董事长王泽民说，市委、市政府的这一举措，酒老板们十分欢迎，报名很踊跃。临邛集团不仅在会展场地租下一个展位，还通知了自己的客户。除了宣传邛崃原酒，还要借此机会推广自己的品牌酒。文君酒厂早在 2001 年底就到西安设立了办事处，邛酒企业欲包机参加糖酒会的消息被当地媒体连续报道后，文君酒销售直线上升；为展示企业形象，在西安五星级的喜来登大酒店，文君酒与沱牌曲酒、剑南春联手，包揽一二楼大厅布展成川酒分会场。川昌酒厂则准备隆重举办 “国之宴生物波酒” 免费品尝会；高宇集团拟派 20 人的代表团，并决定在西安繁华的中楼酒店开设展厅。

引起轰动

阳春三月，春意盎然。3 月 16 日上午 9 时，邛崃包机赴西安春交会卖酒送行会在东星大道隆重举行。“邛崃包机卖美酒，工业发展挑大梁”、“扩大邛酒销量，拓展发展空间”、“邛酒飘香神州，邛酒走向世界” 等红色布幅标语挂满大道两侧。成都市副市长何绍华在送行会上要求邛酒企业珍惜包机卖酒机会，把品牌打出气势。四川省委宣传部副部长徐友成、成都市人大常委会副主任张志武、成都市政协副主席邹翰铭、新华社四川分社主任何大新等出席送行会。

随后，30 余辆豪车组成的车队开往成都行进展示。

双流国际机场为邛崃辟出了专门通道。成都市委常委张继海、副市长唐川平、省白酒协会会长刘先谋同机前往。下午 1 时 10 分，包机卖酒的专机飞向蓝天，《成都日报》特派记者王晋升、王熙维，特约记者杜卫平；《成都商报》特派记者张继随行。下午 2 时 20 分，专机降落咸阳机场。机场大厅上，一幅 “欢迎四川邛崃包机赴西安卖酒”

2002年3月16日上午9时，邛崃包机赴西安春交会卖酒送行会在东星大道隆重举行。（袁国川 摄）

的大红横标格外显眼。西安市长助理、西安市高新开发区管委会主任张龙虎及西安相关部门负责人在停机坪迎接，“欢迎邛酒包机卖酒参加西安糖酒会”的长条布标也在停机坪拉开。新华社西安分社、《人民日报》陕西记者站、《西安日报》等近20家媒体赶来，捕捉糖酒会的这一大新闻。舱门一开，镁光灯闪成一片。酒老板们一下飞机便被来自全国的各路媒体记者包围。

西安市政府向成都市领导张继海、唐川平以及邛酒企业代表王泽民献花表示欢迎。

邛酒代表团一行200余人随即登上西安市政府特别提供的5辆大巴，披红挂绿地直赴先遣队在西安安排的新闻发布会现场——西安五星级的金花酒店。从西安的古城墙到繁华的鼓楼大街，车厢旁悬挂着“四川邛崃包机卖酒专车”字样的大巴，引起沿途西安市民驻足观看，造成不小轰动。《西安日报》记者感慨地说，很少见到如此吸引眼球的场面。长达40余米的邛酒广告，则登上参展商必争的位置——西安市会展中心最高最显眼的电视塔。

包机让邛酒成为回头率最高、影响力最大的糖酒会焦点。西安市民及前来参加糖酒会的各省代表对此议论纷纷。“邛崃酒老板真是大手笔有气派。”一位当地人说。

西安的酒店宾馆也成了临时“酒馆”。邛酒展品琳琅满目，参观者可免费品尝。就连该市最高档的喜来登酒店大厅里也成了酒的展厅，大门口还醒目地立着一瓶半人多高、价值3万余元的白酒，一家邛酒企业还沿长安路挂了几百个红灯笼。

签下大单

16日下午5时，邛崃市包机赴西安春交会卖酒新闻发布会在金花宾馆举行。《人民日报》、中央电视台、新华社陕西分社和四川分社、《陕西日报》、《西安晚报》、西安电视台、《成都日报》、成都电视台、《华西都市报》、《成都商报》等20多家媒体现场采访报道。

国家商业协会副会长刘景林，西安市委常委、秘书长桂维民，副市长张道宏，宣传部常务副部长晏朝，成都市委常委、企业工委书记张继海，成都市副市长唐川平，四川省白酒协会会长刘先谋，邛崃市领导谢志迪、王建平、熊定能等出席会议。

唐川平介绍，邛崃包机卖酒是邛酒品牌再次打响的一个强烈信

号，必将为成都、乃至四川白酒的振兴提供契机。谢志迪表示，西安有贵妃醉酒，邛崃有文君卖酒，希望通过这次活动，进一步让邛酒走遍天下。刘景林则连连竖起大拇指："包机卖酒，建国以来第一次，有胆魄，有气势。全国白酒看四川、四川原酒看邛崃。"桂维民在讲话中不仅肯定了邛酒地位，还指出，包机卖酒给西安企业上了一堂生动的课，一个城市包机参加糖酒会，在糖酒会的历史上是创举，媒体轰动，市民轰动，领导层轰动。

新闻发布会上令人激动的一幕无过于，高宇集团与新疆企业一次性签下4000万元的销售大单，龙井集团与河南签下了2000万元的投资协议。

在西安，春交会大幕还未拉开，邛酒已经暗渡陈仓，纷纷提前签下了大单。文君酒在西安市场一度脱销，不少商场和餐馆也首次将邛酒摆在了显著位置，一些市民还将邛酒作为家庭必备酒陈列起来。这一现象，成了春季糖酒交易会开幕前的一大亮点。文君酒厂西安办事处主任李东生透露，《西安日报》、西安电视台等媒体对邛酒作了系列专题报道后，文君酒在当地市场迅速走俏，日销量比以往增加近一倍。春泉集团与众商家签订了30多份协议，金额达1.1亿元。湖北孝感一经销商一举买断了金龙集团系列酒在海南、广西、河南等地的总经销权，年销售额逾1亿元。不少海外经销商也打来电话寻求合作，金日集团与台商、东方集团与俄罗斯企业签订了销售合同。高宇集团销售点由1个扩大到6个，并在著名的鼓楼饭店租下展厅，增设窗口。西安的大街小巷、宾馆、饭店、机场、商场都在说包机，都在说邛崃，都在说邛酒。邛崃的整体形象、邛酒系列品牌在西安一炮打响。

唐川平副市长对此予以肯定，并评价道，邛崃包机卖酒获得了巨大成功，订单大幅增加，不仅宣传了邛酒，而且大大提高了邛崃的知名度，也提高了成都的知名度。

邛崃包机卖酒空降西安后，当地新闻媒体的大图片、大标题十分醒目。17 日，《西安日报》头版刊发《邛崃参加糖酒会气势大 酒老板包机古城卖酒》；《西安晚报》头版刊发《邛崃 200 代表包机西安卖酒》；《华商报》头版刊发《酒企包机参会》；《三秦都市报》头版刊发《糖酒会上大手笔 包机组团显身手》；西安《今早报》3 版刊发《市委书记包机卖酒》等新闻报道，邛酒在西安持续引发“风潮”，就连当地报贩也将邛崃包机卖酒当看点叫卖。再加上成都市、邛崃市领导亲临坐阵，邛酒各个展场的相关活动变得异常火爆。

在春泉集团展位前，68 岁的刘大爷称，自己就是冲着邛崃包机卖酒消息，赶了 40 公里的路来此感受酒乡文化的。在高宇酒厂展区，专程来洽谈合作的安徽和县张副书记说，邛酒在安徽知名度很高，很受欢迎；而且，与高宇集团合作的和县酒厂，有相当不错的营销网络，这也有助于邛酒在北方开拓市场。

打破惯例

18 日凌晨，西安市代市长孙清云专程到金花酒店，与邛崃市委书记谢志迪、市长王建平共商合作事宜。当听说作为中国最大的白酒原酒基地，邛崃原酒已供应到全国每一个省区，而且西安名酒太白酒也与邛酒关系密切时，孙清云风趣地说：“那我是不知不觉喝了你们的邛酒了！”对邛崃数十家酒老板在书记、市长带领下包专机到西安卖酒一事，孙清云连连夸赞：“这件事在成都和西安两地都引起了轰动，说明邛崃卖酒很有魄力。从这件事上，西安市民乃至参加糖酒会的全国客商都看到了邛崃人、成都人和四川人敢于造势，善于扩大自身影响的能力。”陕西省年产白酒约 10 万吨，而西安市一年的白酒需求量就高达 30 万吨。听说邛崃 2001 年白酒产量占全国产量的 6%，孙清云

热情邀请邛酒企业到西安投资，与西安企业一起开拓本土白酒市场，实现双赢。

19日，西安春季糖酒交易会开幕式一结束，不少参展商开始收拾行装，忙着处理参展样品，准备打道回府。但龙井集团、高宇集团等邛酒老板表示要打破糖酒会开幕即闭幕的惯例，坚持到22日甚至23日。

西安陇海、凯悦大酒店等地的邛酒展场，虽然没有前几天火爆，但是仍不乏来来往往的消费者和客商。高宇集团签订的协议资金累计达8000万元，现场样品酒仅剩18件，他们通知家里立即补充50件中高档酒运往西安。尽管今后几天不会迎来大的客商，但还是准备继续安营扎寨，主要针对西安消费者发起宣传攻势，展开新一轮促销。此外，古川酒厂、金龙酒厂、东方实业集团等邛酒企业均补充货源，直接到各个商场、摊点面向西安消费者。金日集团则派高层人员奔赴新疆、河南，与在糖酒会上结识的新客户就总经销权、合资生产等进行进一步商洽。

据统计，本次全国糖酒春交会，邛崃酒类企业签订销售合同10.3万吨，比2001年春交会增长65%，其中，瓶装酒3.1万吨，基础酒和调味酒（原酒）7.2万吨，分别比2001年春交会增长158%和44%。合同金额11亿元，约占整个春交会成交额的10%，超过了预期目标任务。

包机卖酒已成为邛酒发展史上绕不开的话题，正如市委常务副书记熊定能在《邛崃包机卖酒的特点及其启迪》一文中这样总结说："包机卖酒是邛酒求变的一个新创意。这次包机卖酒亮点频闪，一炮打响、一路抢眼、一度轰动。这次包机卖酒，满载而归。成功之举，给人启迪。启迪之一：创新思路是出奇制胜的法宝；启迪之二：舆论造势是出奇制胜的前提；启迪之三：团队精神是出奇制胜的关键。这次包机卖酒启示我们：各项工作，特别是经济工作，一定要以人为本，发扬团队精神，才能保证好的思路落到实处，收到奇效。"

（本文图片除署名外均由姚帅提供）

有缘坊：折射邛酒发展振兴之路

王丽　王茂楠

“文君当垆，相如涤器”的千古佳话，不仅开启了邛崃诗酒相传的酒文化传统，更是促进了邛酒酿造的日益繁荣兴旺。在邛酒迈向现代产业化的历史进程中，成都有缘坊酒业有限公司（银帆生物科技旗下企业）以看似偶然的一段际遇和缘分，在诸多不确定因素状态下的顺势之举，从一个新的维度折射出了邛酒产业的发展与振兴之路。

缘起改革，一个企业的前世今生

说到今天的成都有缘坊酒业，得先回顾一段历史渊源。清代康乾时期，湖广填四川移居邛崃的湖北麻城县几户人家，因受邛崃酒文化和过去从商经历的影响，在兴贤街开了一间酿酒烧房，取名集成（又叫积成）烧房，意为大家合伙而成。集成烧房有酒囱一根，窖池三口，因其精选用料，秘制酒曲，制作考究，所酿之酒醇香甘冽，爽净绵长，一时供不应求。民国年间，集成烧房发展到了鼎盛，窖池达到九口，学徒、员工有十数人之多。后因战乱和社会变迁，集成烧房日渐萎缩，最终歇业，师傅、学徒、员工四散离去，集成烧房的酿酒技艺却也因此而传播开去。

临近解放之时，曾在集成烧房做过大师傅的高埂子人氏杨师傅把集成烧房的酿酒技艺带回家乡并传给了后辈。而后，直到党的十一届

有缘坊的前身，意为大家合伙而成的集成烧房，民国三十八年（公元1949年）十一月六日在《邛崃自力报》上刊登的开业启示及附随广告语，内容为：积成烧房开幕了。味道好，价钱巧，好饮诸君朝这走走，茅台大曲样样有，如不信尝一下，保险吃得打哈哈，又零售，又批发，包你不挨大刮刮，土罐子，有茅台，有冷气，旅行送客很便利。地址：东街三一号，兴贤街二八号。（郝波 提供）

三中全会，沐浴着改革开放春风的农村，发生了一系列深刻变革，乡镇企业如雨后春笋般开始起步、发展。高埂镇依托传承的酿酒优势，大胆突破“以粮为纲”的单一生产结构，组建成立了集体所有制企业——邛崃市蜀粮液酒厂，走上了集传统之大成的酒业发展之路。

蜀粮液酒厂秉承了集成烧房的酿造技艺和“质量至上”的生产经营理念，所生产的白酒受到消费者欢迎和大型酒厂青睐，供销两旺，发展迅速。但是，蜀粮液酒厂和全国绝大多数乡镇企业一样，在经历了一轮快速发展之后，由于受体制机制、市场变化和自身素质的束缚与影响，在20世纪90年代逐渐进入发展的瓶颈期。根据《中华人民共和国乡镇企业法》和《中共中央、国务院关于转发农业部关于我国

乡镇企业情况和今后改革与发展意见的报告通知》精神，乡镇企业开始了产业结构的调整和产权改革（时称乡镇企业改制），以实现机制创新、资产重组、产权明晰、职责分明、多元化发展。蜀粮液酒厂也在所难免。

在经历了改革（改制）的阵痛之后，蜀粮液酒厂（后更名为成都有缘坊酒业有限公司）打破了制约企业发展的瓶颈，经营规模稳步扩大，产品质量不断提升。在回忆那段历史时，企业不少老员工都不无感慨地说："铁饭碗莫得了，只有横下一条心，与厂子一起干。"也正是这种理念和冲劲，凝结成了后来有缘坊酒业企业文化的原始基因，引领和激励着员工们勇于克服资金、技术、销售等方面遇到的困难和问题，在改革中再次扬起了创业发展的风帆。

科技兴企，一个时代的文化觉醒

中国白酒是一个古老而传统的产业，在对现代科技的引进和利用方面一直处于比较保守和落后的状态。当"科学技术是第一生产力"成为神州大地的共识，中国白酒这个具有千年历史的民族传统产业也逐渐被现代科技从传统技艺中唤醒，蜀粮液酒厂（有缘坊）也在长期的苦苦挣扎和思索中看到了一个新的方向：科技创新才是企业未来生存与发展的生命线，只有牢牢地把握住这条主线，走差异化、特色化发展之路，蜀粮液酒厂（有缘坊）才有可能在白酒这个传统行业中获得一席生存之地，并且脱颖而出。

2003 年，银帆生物科技有限公司以蜀粮液酒厂为班底正式组建成立，为企业在新时期的发展提供了科技研发的崭新平台和动力引擎。扛起银帆生物科技（有缘坊）科技研发这面大旗的有四位重量级专家。胡森，中国白酒大师、中国食品工业协会白酒专家委员会委员，

在白酒的酿造、尝评、勾调方面具有丰富的实践经验和独特见解。当年，胡森辞去了上市公司总工程师之职加盟银帆生物科技（有缘坊），成为白酒行业的一大新闻。钟秀训，食品酶工程、食品风味化学方面的专家，曾获原轻工部、四川省和成都市科技成果、科技进步奖 20 余项，20 世纪 80 年代，连续十几年荣获成都市优秀科学技术工作者称号。这位曾经当过国企一把手的优秀科技工作者，深刻感受到了体制的弊端而又不愿放弃挚爱的事业，在年富力强之时毅然放弃了国企优厚的待遇，是 90 年代末最早加盟银帆生物科技（有缘坊）的管理型专家。原四川省食品发酵工业研究设计院发酵研究所黄建林所长及其夫人汪淑容在微生物研发领域建树颇多，先后完成国家科委、轻工部、省科委等委托项目十几项，参加并主持过“七·五”国家 863 计划项目。四位专家的先后加入，奠定了银帆生物科技（有缘坊）走科技创新发展道路成功的基础。公司以微生物研究为重点方向，几位专家亲力亲为，创建研发中心，建设无菌室、培养室，购买相关研究的专

世纪之交的有缘坊老厂房。（有缘坊 提供）

业器材，积极开展应用实验……考虑到公司的可持续发展，他们还卓有远见地提出人才梯度培养建设的建议，从大学选招相关专业的优秀毕业生，手把手地教授，帮助他们在理论与实践的结合中加快成长。此时，科技兴企已然成为银帆生物科技（有缘坊）人的发展自觉，企业文化的核心基因被悄然写入。

科技兴企，助推转型升级。截至目前，银帆生物科技（有缘坊）拥有一支由中国白酒大师、中国酿酒大师、中国评酒大师、国家评委、省评委、高级品酒师组成的专业技术团队，成立了研发中心、技术开发部、尝评中心、检测中心等机构，拥有良好的实验场所和检测仪器等基础设施条件，科研投入和技术水平处于白酒行业领先地位，公司通过了 ISO9001 质量管理体系认证和危害分析与关键控制点（HACCP）体系认证。尤其在白酒副废物的开发和利用方面独树一帜，取得了多项科技成果并获得 6 项发明专利和多项实用新型专利，多次荣获中国白酒科技大会优秀科技成果奖和四川省、成都市颁发的科技进步奖，多个项目被评为国家创新基金项目、四川省重点技术创新项目和四川省重大科技成果转化工程示范项目，有效地解决了困惑白酒企业多年的资源浪费、环境污染等问题，成为邛酒发展产业链上重要的一环。2009 年，成都市以银帆生物科技（有缘坊）为依托单位，建立了成都地区唯一的“成都白酒发酵工程技术研究中心”。银帆生物科技（有缘坊）以传统技艺为基础、科技创新为动力的发展之路越走越宽广。

合作共赢，一起经典案例的深远影响

2005 年，依靠技术团队和产品质量在行业中已崭露头角的银帆生物科技（有缘坊），已经与金六福酒业建立了长远的战略合作关系。

现代化的酿酒车间。（有缘坊 提供）

当时正处于扩张时期的金六福酒业急需在四川投资建设生产基地。因上世纪八九十年代邛酒行业的无序竞争，当时邛酒（邛崃）在业内的口碑并不好，所以金六福酒业生产基地的投建并没有考虑邛崃，而是选择在眉山收购三苏酒厂或在宜宾收购另一家酒厂。金六福酒业邀请银帆生物科技（有缘坊）总经理季良威协助其前往宜宾和眉山考察谈判。在这期间，季良威总经理及时将此信息上报了邛崃市委、市政府，引起了市上领导的高度重视。市委、市政府深知，在邛酒产业正处于困境的当时，引进一家全国性品牌酒企落户的重要性。于是，一场由银帆生物科技（有缘坊）主导、政府大力支持的产区之间招商引资的争夺战激烈展开。

正当这个时候，与银帆生物科技（有缘坊）有信贷业务往来的成都华夏银行主动找上门来，提出要给银帆生物科技（有缘坊）追加1500万元贷款，希望银帆生物科技（有缘坊）能配合收购一家占地100余亩、生产设施条件非常好的酒厂。原来，位于邛崃土地坡的一

家叫中恒华醇的酒厂，因欠银行750万元贷款无力偿还，经协商愿以1500万元的低价转让。这样，公司不需要花一分钱的现金就可以买下一家具有良好基础条件的酒厂，而银行也能成功消除一笔不良贷款，化解信贷风险。借此机会，在银帆生物科技（有缘坊）的力荐和市委、市政府的盛情邀请下，金六福酒业同意来邛考察。当金六福企业董事长吴向东先生考察完中恒华醇酒厂后十分高兴，并告诉邛崃市委、市政府领导说："这将是一次多赢的合作，也是金六福和邛崃的缘分啊！"就这样，银帆生物科技（有缘坊）协助政府完成了一个邛酒发展史上具有里程碑意义的招商引资项目，更成为以企引企、合作共赢的一个典范，银帆生物科技（有缘坊）因此荣获邛崃市委、市政府颁发的"2006年度以企引企成绩突出"特别荣誉证书。

金六福酒业成功落户邛崃，与银帆生物科技（有缘坊）的战略合作得到进一步加强和扩大，更是为后来"中国名酒工业园"的申报和建设打下了极为重要的基础和伏笔。2006年，金六福酒业入驻临邛工业园区，投资近2亿元扩建包装中心。2008年，金六福酒业再次规划投资20亿元，建设一个占地1000亩的纯粮固态生态酿酒基地。邛崃市委、市政府以此为契机，充分利用金六福酒业的这次投资机会及其在全国白酒行业的影响力，结合成都市一区一主业产业布局规划的制定，大力争取在邛崃市建立白酒产业园区。

2009年9月，经成都市人民政府批准，邛崃正式设立成都市唯一的名优白酒酿造基地——"中国名酒工业园"。此后，成都市所有白酒企业的扩建和新落户只能选择在邛崃名酒工业园。园区总规划面积5平方公里（位于卧龙镇），目标是建成灌装、仓储、包装和名优白酒原酒酿造基地，实现邛酒产业节约集约发展。邛酒二次振兴的号角正式吹响！从"村村冒烟"向"相对集中"的集群式发展的转变，吸引着一批名优白酒企业落户名酒工业园区，剑指中国白酒产业版图之重塑。

有缘坊新老车间发酵池达到 3000 余口，年产原酒 9000 余吨，各种优质原酒贮存量 60000 余吨，一跃成为川西地区白酒储备量最大的企业。（有缘坊 提供）

而邛酒产业二次振兴美好蓝图要真正变为现实，需要嗅觉敏锐、脚踏实地的企业来引领。2009 年，银帆生物科技斥资 2.7 亿元建设现代化新厂区——成都有缘坊酒业有限公司，正式入驻中国名酒工业园，成为首批新入驻酒业园区的企业之一，有缘坊酒业又一次蝶变新生！至此，有缘坊新老车间发酵池达到 3000 余口，年产原酒 9000 余吨，各种优质原酒贮存量 60000 余吨，一跃成为川西地区白酒储备量最大的企业，开辟了现代化、标准化、规模化发展的新天地。

品牌之梦，一场艰苦的卓越远征

有缘坊过去的经营一直是原酒生产和销售，为省内外白酒企业提供原酒。如果说邛酒产业二次振兴必须要经历品牌打造的洗礼，那么

涉足品牌白酒则是有缘坊在白酒产业发展的新形势下，审时度势展开的一场奋力拼搏的远征——成为“中国卓越品牌”提上了公司发展规划的议事日程。

有缘坊经过近30年的创新发展，不仅打造了一支可与国内名酒企业媲美的技术团队，同时也积累了大量优质资源，为未来的长远发展打下了坚实基础。随着2012年白酒行业步入深度调整期，有缘坊也顺势对产业和产品结构进行了调整。2014年，有缘坊组建了专业的营销团队，深入市场调研，科学制定规划，细分品类和渠道，借力现代网络，加强营销宣传，并通过马明宇、魏群、姚夏等原全兴足球队球星友情代言，大力提高品牌知晓度，树立品牌新形象。与此同时，有缘坊以胡森、郑荣、李平、曾宪利等中国白酒大师、评酒大师、国家级评委领衔的专业技术团队为支撑，在传统与创新的结合中深耕细作，推出了以陈香馥郁、窖香典雅、绵柔细腻、甘甜爽净为特色的瓶装有缘酒，开启了“有缘”品牌瓶装酒市场，成为继文君、临邛等品牌之后，邛崃的又一本土白酒品牌。旋即，有缘坊又针对市场梯度，主导开发了缘系列、封坛老酒系列、喜庆系列、有缘小酒系列、有缘品鉴酒、有缘酱香壹号、有缘典藏酒等特色产品。2016年4月，由中国食品工业协会白酒专业委员会主办的中国白酒大师高峰论坛评酒会上，经过百余位大师的盲评，有缘典藏酒荣获“中国白酒大师十大创新产品”第一名。

因缘际会，厚积薄发。“有缘”系列品牌酒在进入大型商超、酒行专卖的同时，正大胆走出国门，出口韩国、澳大利亚、老挝等“一带一路”国家……有缘人踏上了“中国卓越品牌”修远而荣耀的新征程！

外来酒企金六福强势入驻

熊定钊

四川金六福酒业有限公司隶属华泽集团，位于邛崃市金六福大道6号，是一家白酒生产企业，拥有临邛工业园区包装中心、中国名酒工业园酿酒车间、土地坡酿酒车间三个厂区，占地面积超过千亩，是川酒新金花之一。公司开发的金六福系列、福酒系列、六福人家系列、福星酒系列等品牌，通过集团销售，产品销往全国，深受消费者喜爱。

酒业黑马

1996年，长沙海达酒类食品批发有限公司成立，取得五粮液川酒王白酒湖南代理权。经过一年的时间，公司将其打造成为湖南省白酒第一品牌，并取得全国代理，走向大江南北。

此时的长沙海达公司认识到，川酒王并没有生产基地，有的只是自己的营销网络，是五粮液的下属特许品牌，仅仅利用一个商标、背靠五粮液这个强大的生产企业，利用其巨大的品牌优势进行销售，自身并没有原料、设备、厂房和生产线，这种在当时投资小、见效快的新型品牌白酒创建模式，忽略了费时费力的生产环节，可以把精力集中在主打品牌和营销两个环节上，以虚带实。尽管销售业绩好，但五粮液并没有将川酒王注册为旗下商标，各种仿冒品趁机蜂拥而上。看着满大街销售的川酒王，没有多少是自家出产，公司在倍感郁闷的同

时，也体会到了品牌对于消费者的号召力。而此时，五粮液表示可以为海达弥补损失。海达人想，何不借此机会搞一个类似川酒王的品牌给五粮液生产，自己负责营销呢？经过认真仔细的市场调研，长沙海达作出了打造第二个川酒王的决定。

有之前川酒王的销售成果，五粮液顺理成章地与长沙海达签署了OEM生产协议，而这个OEM产品就是后来全国著名的白酒品牌——金六福。五粮液负责金六福的生产，金六福全权负责品牌建设和销售渠道网络。考虑到白酒产业受技术、气候、窖池等条件的影响，与五粮液采用OEM代工无疑为金六福提供了各方面的有力保障。

从1998年第一瓶金六福酒从五粮液生产车间下线开始，金六福酒始终没有停止扩张的步伐，依靠独到的营销策略迅速在市场走红。2001年7月，北京申奥成功，金六福酒被中国申奥代表团高高举起，成为人们为民族喜事欢呼雀跃之时的庆功美酒；同年10月，中国男子足球历史性打进世界杯决赛圈，金六福酒成为中国国家男子足球队打入第17届世界杯决赛阶段专用庆功酒，从而获得9999瓶庆功珍藏酒的生产权。

为了锁定大红大紫的米卢成为金六福酒的形象代言人，金六福更是一月之内经过七次艰苦谈判，终于捷足先登，让米卢在中央电视台为金六福酒大造声势："喝福星酒，运气就是这么好！"到2003年初，悉心耕耘四年的金六福销售收入近20亿，进入中国白酒行业前五强，连不少老牌名酒厂都无法望其项背。金六福，硬是在竞争残酷的中国白酒市场，众目睽睽之下，堂而皇之演出了一幕令各路白酒商家目瞪口呆的精彩大戏。

另辟蹊径

然而，金六福不产酒的模式发展到一定程度，必然要受供应商的

制约。随着销售规模不断扩大、销售数量节节攀升，与生产商的摩擦也就在所难免。2002年，五粮液单方面决定改变金六福酒包装瓶，致使金六福销售收入减少。金六福明白，市场金字塔尖的部分是利润最为丰盈的区域，但酿酒行业是中国最为古老的行业，历史积淀是白酒品牌价值中最为重要的构成要素之一。在当时牢牢占领高端市场的茅台、五粮液和剑南春等名酒，个个都拥有不少历史典故和逸闻轶事，想要跨越历史的积累，在短时期创出一个高端酒类品牌，基本上是不可能完成的任务。

金六福高层清醒地认识到，采取这种贴牌生产方式并非长久之计。因为这与当时耐克、皮尔卡丹、可口可乐等驰名品牌采取的贴牌方式比较，是截然不同的两回事。前者是在已经拥有了驰名品牌和核心竞争力以后，以严格的质量标准和成本控制标准要求，去寻找合适的生产企业代工。这些工厂遍布世界各地，但往往并不为人所知，其扮演的也仅仅是一个加工者的角色。消费者身上穿着那些驰名品牌，并不知道是在哪里加工生产的。

而金六福的运作方式则并非如此，金六福是新创的一个白酒品牌商标，起步之初并没有什么无形资产。当其组合嫁接在五粮液集团品牌之上，有了这个强大的支撑点，加上一系列漂亮的营销、公关动作，才使金六福声名鹊起，从五粮液集团旗下的诸多品牌中脱颖而出。尽管当时金六福的名声很大，但如果没有五粮液集团的品牌支撑，肯定是不行的。皮之不存，毛将焉附？金六福不同寻常之处在于，充分利用五粮液集团的无形资产，在市场营销、公关操作上比五粮液集团的其他贴牌产品做得更漂亮、更精彩。由此，才有了惊人的超速发展。这种超速发展，根本是建立在五粮液集团品牌基础之上的，金六福品牌商标只是其中的一个要素而已。

金六福要是离开五粮液集团的品牌支撑，结果会怎样呢？金六福

2007年1月7日，金六福酒业公司包装中心举行竣工典礼。

人知道，背靠五粮液这样一个大品牌、大集团，要想让金六福实现“让每一个消费者，在每一个幸福的时刻，在每一个期盼幸福的时刻，喝上幸福的美酒”的企业愿景，还有很长的路要走。当积累到一定阶段，要进一步发展就必须另辟独立的新路。因此，在主打福文化的同时，金六福努力挖掘品牌内涵，站稳自己的脚跟，做好向酒类生产领域扩张的铺垫。虽然金六福尝试建造自己的生产基地，但受酒行业特殊生产工艺及文化的限制，自建酒厂将耗费大量时间。在酒商林立的中国市场，收购整合现有酒厂显然是转型的便捷之路。

落户邛崃

说起收购整合，早在2001年金六福就开始了酒业并购计划。2001—2003年间，先后并购了云南、广东、湖南、安徽多家酒企，经过整合调整，都有不错的发展。有了一定的收购经验积累，金六福选择生

具备自动洗瓶、自动定量灌装、自动定位贴标、自动封箱等功能的
金六福酒业智能化包装生产线。

产基地时格外慎重。当时中国众多白酒产区中，邛崃产区格外突出。

“自古蜀中出美酒”，众所周知，邛崃在 2300 多年前筑城置县时，酿酒业已十分兴旺。漫长的岁月里，不少文人墨客与邛酒结下了不解之缘，为邛酒写下了脍炙人口的诗章，生动描绘了邛酒醇香扑鼻、甘冽爽口、令人赞叹的品质。而邛酒的闻名，不仅是因为其悠久的历史，更是得益于独特的自然条件与精湛的酿造技艺。中国各白酒产地的产品之所以在口感和质量上千差万别，是因为各地酿酒微生物种群和生长环境的差异性很大，所以酿造出的酒体风格和风味也各有千秋。

经过调查，邛崃处在中国横断山脉东麓与北纬 30° 的正交汇处，是一片天然的山崖谷地。此地岭谷高差 1000—2000 米，三面环山，谷地最宽处仅约 38.5 公里。西北面的高山阻挡从西伯利亚吹来的高寒气流，让崖谷内四季温差较小。由于山体的阻挡与围合，崖谷中空气流

动缓慢，每年平均风速为1级左右的天数占76%。崖谷内气候温和，暖湿的东南风受高山阻挡，形成充沛降雨。空气湿度大并且流动缓慢，有利于发酵微生物的繁衍生长并自我优化。天然崖谷的地理位置，与外界隔绝的内部小环境与小气候，得以让各种微生物不受外界干扰，保持种群的纯正。海拔5000米之上的横断山峰上，蕴藏着亿万年的雪山冰川，山势陡峭，远离人类活动，水质天然纯净。历经2300多年的粮食酒酿造历史，在漫长的人工培育和自然选择下，排除杂菌，各种酿酒微生物和益生菌不断优化改良，让这个天生崖谷有如一片独一无二的天然美酒窖池……无数的机缘巧合，造就如此稀有神奇的美酒崖谷。因此，金六福人把这里称为崖谷酿酒福地。

2004年的邛崃已经是闻名全国的白酒原酒之乡，拥有酒类生产、销售企业700余家。其中，酒厂超过400个，酒业公司300多个，拥有固定资产20多亿元，年产白酒近30万吨，产品畅销全国各地甚至远销不少东欧国家，年实现税收占全市财政收入的1/3，是中国食品工业协会命名的食品工业强县。当这些数据摆在时任金六福董事长吴向东面前时，他心里已经有了确定的答案。

对邛崃而言，当时过高的酒税、高达10多亿的三角债务以及品牌意识的淡薄，严重束缚了白酒的发展。“两千年来靠文君，十多年来靠山东”，对市场的过度依赖，让邛崃白酒在政策调整面前束手无策。虽然前前后后拥有300余个商标，但大都昙花一现，除了文君、临邛等少数几个酒品牌在市面上叫得响，其他都不过小打小闹。而做品牌酒的投入不是一般小酒厂能承担的，且培植品牌需要时间。酒老板也不等同于企业家，不足以驾驭千万企业甚至亿元企业的升级换代，因此客观上限制了企业的发展。

在这样的局面下，一方是有自己的品牌，急需有底蕴、历史、技术、环境的生产基地；一方是有大量的生产资源，却急需一个品牌来带

2009年6月18日，金六福生态酿酒工业园在邛崃·中国名酒工业园奠基。

占地1000亩、投资超过20亿的金六福酿酒生态园，原酒产量满足自身需求的同时，还能为集团下属十多家酒厂提供部分高端基酒。

动整个产业的二次腾飞。就这样，金六福结缘邛崃，成就了天作之合。

2005年7月，金六福正式收购了位于土地坡的一家倒闭多年的老酒厂——中恒华醇酒业。占地130亩，没有设备，也没有人员，公司投资1500多万元，对厂房、设备进行了改造，年底产品上市。2006年下半年，开始生产金六福酒。由于老厂的产能受限制，2006年底，

公司在邛崃工业园区征地 176 亩，建设一个白酒包装中心。包装中心 2007 年初建成投产，建筑面积 6 万平方米，中心拥有国内先进的包装生产线 8 条，年包装能力 6 万吨，有 99 个储酒罐，储酒能力达 3.5 万吨。勾贮中心装配了国内先进的白酒生产自动化系统，是全国自动化程度最高的白酒勾贮中心之一，能完成从基酒入库、勾兑过滤、计量等环节自动监测、自动控制作业。

势头强劲

依托邛崃这样一个原酒基地，金六福接下来的发展顺风顺水。由于集团公司的不断扩大，产品布局的调整和产品销量的不断增加，对原酒产量需求愈发提高。在这样的背景下，2009 年，金六福率先提出“生态酿酒”的理念，并在邛崃 “中国名酒工业园”大手笔征地 1000 亩，投资超过 20 个亿，建造金六福千亩酿酒生态园，原酒产量可达 3 万吨。满足自身酿酒需求的同时，还能为集团下属十多家酒厂提供部分高端基酒。

在金六福入驻邛崃的十多年间，品牌价值一直不断上升。2005 年 40 多亿，2018 年上升到了 377.82 亿，品牌实力不言而喻。集团也实现了由金六福酒业—华泽集团—金东集团的华丽蜕变，一步步做大做强。2017 年，金东集团入围中国民营企业 500 强，排名 298 位。集团历经 20 年发展，已形成“实业 + 投资”的商业模式。目前，集团拥有 15000 名员工，总资产逾 300 亿元。集团业务也从单一的白酒销售，转变为华泽酒业集团、华致酒行、金东投资三大板块。

现在说起邛崃产区，人们第一个想起的是金六福酒。金六福依托邛崃得天独厚的酿酒环境和悠久的酿酒历史，用始终不渝的市场耕耘，将中国传统福文化深深植根于消费者的情结之中，这一定位也

现代化的金六福酿酒车间。

让金六福产品销量累积近百万吨，使“中国人的福酒”这一理念深入人心。

2017年以来，金六福打造的宜价白酒——“金六福·一坛好酒”正式亮相，先后在5大城市开展巡回发布会，将邛崃产区与金六福捆绑销售，在白酒业和消费者群体中引起广泛关注和积极反响，进一步提升了邛崃产区和金六福酒在国内的知名度。“金六福·一坛好酒”已成为质优价宜名酒的代名词，邛崃也成为生产好酒的源头与基地。

金六福品牌创立20年来，集团秉承守信、创新的经营理念，不断发展壮大。在广大员工的共同努力，以及万余家上下游合作伙伴的鼎力支持下，已跻身全国著名民营企业行列。未来，金东集团将坚持“实业+投资”的发展战略，为消费者提供更多优质产品与服务，投资新经济，为社会创造更多价值。

（本文图片由杨林提供）