

# 打造英雄的酒

专访山东景阳冈酒业有限公司董事长、总经理徐怀谦

□崔存辉

“造成玉液流霞,香甜润津堪夸。开坛隔壁醉三家,过客停车驻马。洞宾曾留宝剑,太白当过乌纱。神仙爱酒不归家,醉倒景阳冈下。”没错,诗中所说的正是传承上千载,历史文化底蕴丰厚浓重的景阳冈酒。在中国白酒行业大牌林立的当前,景阳冈酒却独树一帜地造就了一段英雄酒文化,受到广大消费者的推崇。近日,记者专程采访了山东景阳冈酒业有限公司董事长、总经理徐怀谦。

## “人淳酒纯”

景阳冈酒厂是一个有50年历史的国有企业,上世纪80年代,景阳冈酒曾红遍全国,闻名天下。然而进入90年代之后,企业效益急剧下滑,到1995年,企业已经是债台高筑,濒临倒闭。1996年1月5日,徐怀谦同志带着县委、县政府的重托兼任了景阳冈酒厂厂长。

上任之初,徐怀谦经过三个月的调查和艰苦细致的工作,逐渐摸清了企业亏损的主要因素,实质上是没有真正的企业文化。他认为要搞活景阳冈酒业,必须坚持

以人为本,建立优秀的企业文化,提高职工的工作积极性、主动性。经过周密思考和专家论证之后,徐怀谦提出了“人淳酒纯”的企业精神,并在职工中树立了“酒品即人品”和“造酒先做人”的意识。“人淳酒纯”的企业精神是景阳冈酒业企业文化的灵魂和核心,时刻鼓舞和激励着全体干部职工认认真真做人,规规矩矩酿酒。为了让员工深刻了解和学习“人淳酒纯”的企业精神,徐怀谦还号召组织了各种形式的宣传教育活动。

有了新的企业精神,员工们焕发出了崭新的精神风貌,大家从点滴做起,从自身做起,工作积极性大幅度提高,企业出现了前所未有的繁荣景象,为企业振兴打下了良好的基础。

终于,徐怀谦不负众望,在他上任当年,景阳冈酒厂就实现了扭亏为盈。在他的理念指导下,公司各项经济指标连年攀升,就在全国白酒行业严重下滑的形势下,景阳冈酒业却一跃成为全国白酒行业一颗耀眼的新星,实现了国有企业重振雄风的伟大创举。

## “质量是命”

徐怀谦认为,企业要想长久发展,质量是根本。他常说:“质量是命,产品是钱,我们不能要钱不要命。当质量与数量发生矛盾时,数量要服从质量。”为此,他坚持抓好质量教育,增强全员质量意识,强化质量管理,加强全过程的质量控制,实行质量责任制,坚持“粮必精,水必甘,工必细”。在景阳冈酒业每位员工心里,都牢牢记着一句话:“要用100%的工作质量保证100%的产品质量,以优秀的工作质量换得产品质量,以产品质量保证消费者满意。”

“我们生产的不仅仅是产品,更多的是信誉。”为

了实践他的这一诺言,刘怀谦对产品生产的每一环节都严把质量关。他曾经因为个别酒的标签粘贴不规范,而坚决下令要求把几百件酒召回,并对负有直接责任的领导、工人进行了严厉的处罚。还曾经因为所采购的高粱杂质超标而依然退回上百吨,为此处理了三名中层干部和部分质检员。就这样,徐怀谦用铁的手腕,严格的制度,高度的责任心,使景阳冈酒业连续十三年从未发生过一起质量事故,被评为“全国食品安全示范单位”。

与此同时,景阳冈酒业在山东省内白酒行业中较早地通过ISO9000国际质量

体系认证。为了进一步加强对产品质量的有效管理,徐怀谦决定实施质量管理全程控制,在灌装车间实施了“四挂一否决计酬法”。即员工薪金在计件薪酬的基础上,再看四个指标:包装物消耗(2%以下)、成品酒消耗(3毫升以下)、产品质量(100%)、安全生产(100%)是否达到,如其中一项不达标,只按计件算薪水,如全部达标,再奖发计件薪酬的30%,这种做法使员工在保证质量,增加产量的同时,还大大节约了生产成本,推动了白酒灌装管理整体优化,此管理法还获得了山东省轻工业优秀企业管理成果奖。

## 靠品牌求发展

实现品牌战略是现代经济对企业运作及其产品经营的必然要求,徐怀谦上任之初就制定了靠品牌求发展的战略方针。他认为就景阳冈酒而言,要想长足发展必须打造一个个性鲜明、联想丰富、高威望、高价值感、高美誉度与忠诚度的强势品牌,而其中的关键是对品牌进行长期的战略管理。

为更好地宣传企业,展示企业品牌形象,徐怀谦根据景阳冈独特的酒文化,结合企业现实,确立了最初的广告语“昔日景阳冈,三碗

不过冈,今日景阳冈,三杯酒更香”。并在很多省级媒体进行全方位宣传,叫响景阳冈酒业的口号,突出了景阳冈酒文化的演变。随着景阳冈龙山文化古城的发掘,使得景阳冈酒的酿造历史又向前推进了三千年,于是,徐怀谦抓住这个机遇将广告语提炼为“千年景阳冈,今日酒更香”,重点突出了历史文化的诉求。

提起景阳冈,大家会想到武松打虎的历史典故,当年的“三碗不过岗”从侧面衬托出了景阳冈酒的过人之处。的确,景阳冈是武松打

虎的地方,它是“景阳冈酒”特有的历史文化内涵,英雄文化不但顺应时代的发展潮流,与社会主流精神合拍,而且还能唤醒人们内心深处的一种“英雄情结”。这种优势必须加以利用,在品牌求发展的今天,能够树立一个鲜明的企业品牌也是景阳冈酒的重中之重。在几经酝酿之后,徐怀谦再一次将广告语升华为“景阳冈酒,英雄的酒”,正是这简单的八个字,使景阳冈酒的文化品位得到进一步提升,而且增加了品牌的价值感,更突出了品牌个性。

## 英雄酒文化

如何依托历史赋予景阳冈的文化底蕴来带动企业的快速发展?徐怀谦认为,要寻求一个很好的切入点来使二者巧妙结合起来。赋予产品浓厚的文化,首先,他以《水浒传》、《金瓶梅》两部古典名著为依托,以一个神威过人的打虎英雄为核心来提升景阳冈酒的文化魅力,从而充分发挥景阳冈酒文化的优势,打造独具特色

的英雄酒文化。为了更好地理解并运用好历史典故,徐怀谦还广泛地参与《水浒传》和《金瓶梅》的学术研讨会,增加自己的学识,不断吸收最新的研究成果,以此丰富景阳冈酒品牌的文化内涵。他常说:“景阳冈酒文化是饱含豪放和无畏,充满人情味,真正的英雄酒文化。无拘无束,开怀畅饮,袒露心胸说话,光明磊落做

人。而在凶暴的猛虎面前,又能借助酒的威力奋力拼搏,勇往直前。它是给人以阳刚之气和正义感的酒文化,是最能给人信心和勇气,最能体现人生价值的酒文化。”徐怀谦始终把企业的酒文化建设放在品牌建设的重中之重。

其次,他不仅抓住三次更改广告语,还多次开展寻找时代英雄、倡导英雄文化



### 人物名片:

徐怀谦,1957年8月出生,阳谷西湖孙楼人,研究生,高级经济师。曾任阳谷电缆集团党委书记、总经理;政协第八、九届山东省委员,政协第十届阳谷县党组专职书记;1996年元月兼任山东景阳冈酒厂厂长;现任山东景阳冈酒业有限公司董事长、总经理。先后荣获“全国青年科技星火带头人标兵”、“山东十大杰出青年”、“山东省劳动模范”、“山东省优秀企业家”、“全国抗击非典先进个人”、“山东省轻工系统优秀党委书记”、“山东酒业十大风云人物”、“山东省流通改革三十年功勋人物”等市级以上荣誉三十多项。

的活动。通过这些别开生面的活动,徐怀谦把英雄酒文化及品牌形象结合起来,把景阳冈酒业的英雄特色发挥得淋漓尽致,不仅促进了三个文明建设,而且也推动了社会的进步与发展。

第三,打造文明酒风,建设酒道场馆。为倡导一种全新的消费观念和饮酒模式,提升消费者饮酒品位,徐怀谦决定建设酒道馆。他说:“酒道馆蕴含着酒的精髓和

饮酒的真谛,是一个研究、宣传中国酒道文化,展示企业及产品形象的平台。”酒道馆的建设可以让参观者亲身感受到酒的无限魅力,在品酒的过程中体验酒道,传播良好的酒风酒俗。酒道馆的落成将成为景阳冈酒业独具特色的文化亮点。

另外,在采访过程中,徐怀谦还告诉记者,他比较注重酒文化的延伸。在他的理念指导下,景阳冈酒业以

儒家文化、兵家文化为主线,把石刻艺术、书画艺术、木雕艺术、彩绘艺术、园林艺术融为一体,投资建设了“千秋阳谷文化园”。通过丰富多彩的形式浓缩了阳谷五千年的文明史,把阳谷的历史文化与源远流长的景阳冈酒文化遥相呼应,达到了极致。这不但对景阳冈酒业的发展起到了重要作用,而且对阳谷县旅游业的发展意义重大。

## 做鲁酒领头羊

如今,景阳冈酒业在徐怀谦的带领下已发展成为以酿造为核心,涉足文化旅游产业的花园式企业。公司拥有固定资产4亿多元,年产粮食酒上万吨,职工近2000人。景阳冈酒业先后荣获“中国驰名商标”、“中国名牌商品”、“中国白酒百强企业”等一系列荣誉。现在,景阳冈酒已经成为为了“中国十大名酒”,这一殊荣也使景阳冈品牌又向前迈进了一大步,为景阳冈酒打破区域销售,走向全国奠定了坚实的基础。

而景阳冈酒业同样面临着很大的发展问题,主要表现在地域性太强,企业的目标是景阳冈酒能在今后的发展中成为鲁酒的领头羊,作

为鲁酒的代表走向全国,同时把景阳冈独特的酒文化和英雄文化传递到千家万户。

展望未来,景阳冈酒业将用科学发展观统领全局,以科学创新的意识把握品牌建设,持续改进工艺技术,稳定扩大产能,形成独特、鲜明、稳定的产品风格,满足广大消费者生活品质提高的需求。在销售渠道方面,景阳冈酒业继续坚持“顾客至上、互利共赢”的合作精神,对经销商给予充分的理解和信任,把自己的品牌优势和经销商的网络优势有机结合,实现资源共享,优势互补。积极鼓励大客户、支持专营商、培育小客户。在市场运营方面,采取核心市场搞直销,外地市场做经销

的策略,使直销和经销既相互补充又相互促进,同时还建立和健全售前、售中、售后服务的全套机制。对于企业内部员工,将一如既往地坚持“以人为本、和谐发展”的人本宗旨,持续改善员工的生活条件、不断提高员工的薪酬福利待遇;坚持“守法经营、照章纳税”的行为规范,为国家创造财富,推动经济社会持续快速发展。

在骄人的成绩面前,徐怀谦同志并未陶醉在现有成就的快意之中,他继续秉承“人淳酒纯”企业精神,坚持“先做人,后酿酒,做好人,酿好酒”的经营理念,以脚踏实地的精神和开拓创新的胸襟,带领景阳冈人迈向更高、更远的目标……