



浩浩汤汤梦正圆

——写在武陵酒业千亩万吨酱酒生态工业园破土动工之际

特约撰稿：周勇军 田正校 张晶

德国的大胡子卡尔·马克思在撰写《资本论》时，他没有预料到一个经济体、一个企业会在瞬间产生飞跃和裂变。由不太知名突变为国家级的乃至世界级的企业。人类进入e时代后，这种现象处处可见，武陵酒业的飞跃正是这种现象的生动演绎。

风·酒乡应时唱大风

地处洞庭西隅的常德，用她的物华天宝、人杰地灵书写了灿烂的历史。城头山的现世证明在7000年前就有农人在这里躬耕劳作、繁衍生息；这里还发掘到了12万年前石板滩旧石器时代的遗址；继而在柳叶湖西侧、白马湖附近，发现了废家嘴新石器时代的早期遗址；在这里，农耕文化、采菱文化、大溪文化、屈家岭文化、龙山文化以及隐逸文化闪烁着恒久的光辉。不难看出，这些文化与酒有着密切的联系。特别是农耕文化，为酒的起源和发展提供了有利的条件。

“凡有桃花处必有人家，凡有人家处必可沽酒……”沈从文在《边城》里的这段精彩描绘正是常德的真实写照。人们不会忘记，古时的常德城，酒铺、酒馆比比皆是，可谓十里长街酒飘香。唐、五代时期，武陵城内酿酒盛极一时，尤以崔氏酒最为著名，时有“老妪香自古瓦盆，当时胜入杏花村”之说。李白、杜甫、陶渊明，他们在武陵饮酒吟诗，创作出许多旷世名句。元代时，诗人张虚白亦有过生动描述：“武陵春色好，十二酒家楼。大醉方回首，逢人不抬头。”

常德酒盛名，美酒出武陵。1952年，从武陵城旧酒坊为基础建成常德酒厂，以崔婆酒为源的武陵酒诞生。进入上世纪70年代后，武陵酒的创始人之一鲍洁生谨照省委领导的指示和要求，带着要创造一瓶“省酒”的任务开始研制。酿造名香型的武陵酒。不知是上帝的恩赐还是酒人的智慧，武陵酒一鸣惊人。武陵酒以它优良的质地和精美的包装走进了“全国十七大名酒”的行列。在一次全国评酒会上，笔者得到了一条公开的秘密，武陵酒的得分竟比另一种国酒高出了0.8分，这一结果曾经引起了酒界的哗然。一时间，武陵酒厂门庭若市，前来取经索酒的络绎不绝。可是好景不长，计划经济时代诞生的武陵酒厂，几度错过最佳发展时期，在市场的红海中没有寻找到属于自己的鲸鱼，慢慢跟不上时代的步伐，成为几代常德人心中的痛。他们不相信这样一个有知名度、有美誉度的好酒不能复兴，他们更不相信武陵酒就从此倒下去成为一段完结的历史。

常德人期盼的日子终于到了。那是2003年的冬天，这年的气温比以往任何一年的冬天都高一些。浓香鼻祖——泸州老窖股份有限公司的老总带着他的团队来到武陵酒业，他操着浑厚的四川口音说：“武陵酒得过金奖，这就是资源，这就是发展的空间。”他们愿意与武陵酒携手，在桃花源里的城市干一番事业。武陵酒有限公司宣告成立。在很短的时间内，泸州老窖投资2亿多元进行了厂区扩建、技术改造、品牌推广和市场营销。武陵酒总厂建筑面积达4600多平方米，实现了产品系列化、包装系列化和产品标准化。武陵酒产品从最初的“岳阳楼牌”到纯型武陵酒，再到集古典气质与现代气息于一身的“武陵三酱”等系列产品，武陵酒已迈入了中国高端白酒之列。

雅·“南国一酱”显风雅

看了武陵酒“一帅三将”的包装，那样威严，那样淡定，那样庄重，那样精美，笔者从内心不得不佩服武陵酒品牌的策划者，真想跟他见一见，聊一聊。

他来了，他风尘仆仆地来了。这位戴着深度眼镜、皮肤白净的中年人，就是今天的武陵酒销售有限公司总经理宋冠毅。宋冠毅何许人也？一个与常德酒业结下了



湖南武陵酒有限公司总经理宋冠毅，在为著名演员唐国强讲解茅台酒的酿造工艺。

不解之缘的干部。2000年，从政府出来之后，他带着与酒业分不开、拆不散的“恋情”到全国各地为酒类企业操盘、做品牌策划。正当他的事业步步向上的时候，家乡传来了佳音，泸州老窖入主武陵酒。此时，他深深感到自己应该回到家乡，和武陵酒人一起振兴武陵、振兴企业。2007年，丹桂飘香的日子，他回到了常德。知人善事的武陵酒人和泸州老窖公司一下就把他抬到了总经理的位置。他上任后，以特有的胆识，提出了“武陵名酒回归之旅”，并制订了三个“五年计划”。

第一个五年：从2007年开始，用5年时间，唤醒复苏武陵酒。到2010年底，武陵酒要成为常德地区第一高端接待用酒品牌，跻身湖南省高端白酒第一阵营。

第二个五年：从2011年到2015年底，完成武陵酒酱酒生态园建设，使武陵酒成为湖南省第一高端白酒品牌，同时跻身华南乃至华东地区第一高端白酒阵营（前五名），初步实现年销售收入12至15亿元。

第三个五年：到2020年底，实现武陵酒与资本市场的对接，真正回归到中国名酒第一阵营，实现年销售目标30至50亿元。

“宋氏三个五年计划”刚一出炉，有人说他不现实，有人说他痴心妄想，还有人说他发疯了。而宋冠毅没有受到外界干扰，他坚定地相信明天的太阳会更灿烂。憋足了一口气的武陵酒团队相信，思路决定出路，细节决定成败。只要把要做的工作一件一件做好，把生产武陵酒的每一个环节都做细、做实，把关系到武陵酒质量的每个关口把紧、把严，就不相信造不出好酒，就不相信作为全国金牌名酒的武陵酒踏上回归之路。

通过几年努力，他们把“神话”变成了现实。2008年，武陵酒厂销售收入3000多万元；2009年，销售收入6000多万元；2010年1.27亿元；今年销售收入有望达到2个多亿。在短短3年中，销售收入翻了7倍，这就是最有说服力的证据。

更可贵的是，他们在扩张品牌的同时，更注重质量的保证。现在，武陵酒建起了一支实力很强的技术队伍，拥有国家级酿酒大师和品酒师6名，省级品酒师10名，高级酿酒师30名，其他各专业技术人员60名。武陵酒、泸州老窖还与四川理工学院微生物发酵工程系共建了白酒研发实验室，为武陵酒品质稳定和提升、工艺传承和发扬提供了保证。

武陵酒，深得精髓之道，由表及里，去伪存真。而且在酒的香型上，有了明确的定位。武陵酒人经过反复研制、推敲，在国家级酿酒大师和品酒师的建议、指导下，最终将武陵酒的香型定位为幽雅酱香型。

颂·梦圆酒城可诗颂

在媒体上多次出现的五粮液气势恢宏的厂房面貌，茅台底蕴深厚的酒城，不止一次引起常德人民的羡慕。早在上世纪80年代初，雄心勃勃的常德人要把常德建设成“烟都”、“酒乡”、“粮仓”、“纺城”。30多个春秋过去了，常德成为了全国的粮食基地，湖南省的种粮“大户”；关于纺城，湖南省的棉花三分天下有其

一，常德纺织业得到了长足的发展；常德烟厂已跃居全国同行业5强，唯有“酒乡”之梦还未圆。尽管这几年，武陵酒业有了惊人的发展，但与常德人的目标还相差甚远，可谓是“小荷才露尖尖角”。

就在今年五月，武陵酒的五月是燃情的五月，是跳跃的五月，是裂变的五月。5月，武陵酒荣获中国驰名商标。还是5月，武陵酒“心律”的跳动，感染了世界500强联想控股有限公司。这个商业巨子的目光，在华夏版图的搜索中，发现了武陵酒这个闪闪发光的新星。近日，泸州老窖发布公告称，计划引进联想控股作为湖南武陵酒有限公司的战略合作伙伴。

以“重归中国名酒阵营”为己任的武陵酒，秉承“与环境相依，与社会同行”的理念，在常德市委、市政府、开发区工委、管委会的鼎力支持下，千亩万吨武陵酱酒生态园一期工程就在今天奠基开工。

酱酒生态工业园工程总投资6.5亿元，占地1000亩，建成后将形成1万吨/年酱酒酿造、2万吨/年成品灌装、3万吨/年高温曲药生产、5万吨基酒储存、2万平米仓储物流的产业规模。预计2012年底正式投产，可实现年产值30亿元，为100亿元的市场需求提供原酒保障，新增就业岗位2000个，实现税收10亿元以上。

根据省人民政府办公厅“湘政办发〔2011〕27号”《关于促进湘酒产业健康发展的意见》，武陵酒已列入湖南省重点扶持品牌，让我们共同展望：一个集生态酿酒加工和工业旅游于一体，古朴传统又有现代技术支撑的酒业基地不久将在此诞生，武陵酒将插上“联想”的翅膀，肩负起振兴湘酒的重任，重归中国名酒阵营，再圆常德“酒乡”梦。

武陵酒对市场的重力撞击引起了强烈的反响，驻港部队政委对武陵酒的领导说：“你们没有辜负常德人民的希望，你们在为武陵酒增色添彩。”武陵酒的喜事频出，也感染了一位曾经服务于武陵酒的肖女士，她将短信群发给武陵酒的管理团队：“刚刚回来看到报道，恭喜！武陵酒业在你们苦心经营之下终于跨入新的里程，作为一个昔日的武陵人深感自豪，我也将继续关注武陵酒，为武陵酒的发展尽一份微薄之力。”

在这“与狼共舞”的竞争时代，在这万马奔腾的前进途中，笔者仿佛听到了武陵酒咚咚作响的脚步声。可不是吗？武陵酒从当年“冒险家的乐园”、今天改革开放的前沿阵地上海世博会出发，迎着时代的风雨，走出常德、走出湖南、走向大江南北，成为白酒行业中的骄子、将军。

随着社会的进步，人民生活水平的提高，酒作为一种特殊的食品，既是物质的，又是精神的，它融入到了人民的生活中。高品质、高质量的高端武陵酒不仅仅是满足了饮酒的消费需求，在许多场所，它是作为一种文化符号，来传递一种礼仪、一种气氛、一种情趣、一种心境。更重要的是，它已经成为了生活中情感的枢纽。今天的武陵酒，每一酱都是形神兼备的将军：上酱以“祖母绿”演绎无视风云、决胜千里的气度；中酱以“景泰蓝”阐释卓然淡定、砥柱中流的风范；少酱以“中国红”显尽英姿勃发、势不可挡的神采。“酱”对“将”，情更深，意更切，真正满足了消费者不断增长的精神文化需要，它所追求的是让人们的的生活更美好。



圭臬酒营销网的2011“激情为媒”湘酒论坛，中国酒城乐行与世界系列活动，吸引了众多酒类经销商前来聆听。