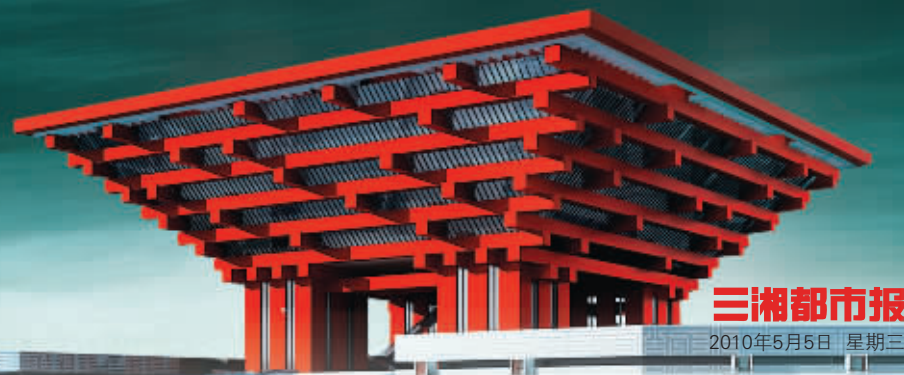


中国名酒 酱香武陵 酱酒将军 液体黄金



武陵上酱祖母绿



武陵中酱景泰蓝



武陵少酱中国红

一条8公里的江岸线可以镶嵌多少块人类智慧的瑰宝？

一块5.28平方公里的园区可以涵盖多少条地球文明的公约？

我们无法将文明进程转化成高等数学去运算。但是，可以未卜先知的是：2010年5月1日，中国上海。南浦大桥和卢浦大桥之间的世博会园区，上演的是全人类最顶级的大事件：240多个国家和组织汇聚一堂，碰撞这个地球上最先进的理念，展示人类文明最前沿的技术，物质生活的狂躁，城市进程的谜题，人类发展的困惑……以最美好的名义和最派对的形式描摹勾画出人类新的生存图腾。对于这样一个盛会，能够入会展示的商品毫无疑问是这个星球上最能代表人类价值评判的东西。而对于任何一家企业而言，能够入驻世博，将是何等荣耀？且不说物物交换的进阶，单184天的会期，据预测人流总量就将超过1.3亿……商业社会比较民族社会，其进步性就在于与陌生人之间的合作。那么，这次全世界的陌生人几乎都到齐了。遗憾的是，连百度和谷歌都不能告诉我什么样的商品可以入驻上海世博。好在，我们生活的这个时代，一直都在呼唤意外。得知武陵酒代表湘酒独家进驻上海世博会湖南馆的消息之后，有人在惊讶中质疑评判标准，也有人在讲述一个打破猜想的逆转故事，还有人开始搜寻一切可以解释的辅证——毕竟，我们曾无奈地接受了太多莫名其妙的“被代表”。这是个不仇富，只仇不公的年代。

武陵酒到底有没有资格代表湖南，代表中国，代表人类智慧？它有着什么样的风物与酒格？有着什么样的故事与工艺？有着什么样的品牌战略与成长法则？

——武陵酒凭什么？

■文/朱珊

武陵酒，从世博出发

——写在武陵酒成功代表湘酒独家进驻世博会湖南馆之时



国家级白酒专家为武陵酒品质把关

故事：

“茅武郎”，风云二十年

武陵人酿酒的历史，可以追溯到6000多年前。但无论是先秦时代的摆“春台席”置酒“与之合欢”；还是五代时期的“武陵城里崔家酒，地上应无天上有”，又或者宋代“鼎州白玉泉，酒课五万贯”，还或者是清代民间“村村鼓瓮浇春酒”……在今人看来，这些都不过是常德此地人，好热闹、爱团结，酒好、量高的佐证而已。

忽略真实的世界，而以一个更美好的方式重新创造一个新的世界。这是事物发展以及更新换代的本质规律所在。

1952年，在那个号称流传了上千年的崔家旧酒坊上，建成了常德市酒厂。投产

后，以古地名酒名，谓之“武陵酒”。到了上世纪60年代末，毛主席曾两度回湖南常住。随后，宾客屡增。当时，茅台酒作为接待专供酒，对湖南的供应量每年只有1000斤，严重供不应求。当时的湖南省革委会决定在湖南本土开发一款与茅台酒口感接近、品质相当的接待专用酒。几经筛选，这一重担交给了时任武陵酒厂厂长鲍沛生，理由有二：其一，武陵酒厂自然环境、纬度与茅台酒厂非常接近；其二，鲍沛生与时任茅台酒厂技术副厂长季克良同为苏州轻工业学院同班同学。本着支持家乡的工作，加上同学的情意，鲍沛生带领的攻关小组得到了茅台酒厂的大力支持。

历经两年多的潜心研制，1972年，师法茅台又独具细腻幽雅风格的酱香武陵酒应运而生。

故事总在不经意间开始，没有人知道它是否可以流成传奇。

70年代中期，酱香武陵有口皆碑，家喻户晓。茅台酒厂一度很正式地向当时的湖南省革命委员会提出合并方案，申请在武陵酒厂的基础上建立茅台酒分厂。革委会负责人当即回绝了这一提案，理由简单有力得让人无可辩驳：“武陵酒是家乡的酒，我们一定要自己做下去！”

但正是那一段段的机缘巧合、意外连连，组成了现在的天时、地利、人和。

17年后的1989年，湖南武陵酒在第五届全国名酒评选中荣获“中国名酒”称号，成为全中国的十七大名酒之一，毫无争议地扛起了湘酒的大旗。据国家级评酒专家，当属评委之一的鲍沛生回忆，武陵酒在第五届评为国家金奖时还有个插曲：那次武陵酒评酒评出的分数比一个著名品牌的酒还要高，而那个著名品牌的酒是当时的国宴用酒，要保持国家金奖不能变，不能不评金奖，最后只得追加了一个名额。

不管怎么样，从那以后武陵酒与茅台、郎酒在酱香白酒领域三足鼎立的局面正式形成，合称“茅武郎”。一直到今天，酱香武陵酒仍独享着“酱酒将军”的美誉。

风物与酒格：

Xanadu，明恋桃花源

700年前，马可波罗将“世外桃源”的概念带到西方时用的译名叫“Xanadu”，从此揭开了西方人开始向往这片东方美

城的序幕。世博会湖南馆取名“桃花源里·Xanadu”，用意不言而喻。

这个东方美城，恰在湖南，古称武陵，今叫常德。正是常德武陵酒的产地。

武陵地处湖南北部，是湘楚文化的发源地。山、水、人，形成

的生态的回应源远流长。

武陵险山。武陵源张家界界的乾坤柱，无论是叫悬浮山，还是叫哈利路亚山，只要是被风抚摸过后，统统可以吹进酒瓶，将山的味道混合成酒的气质。血脉高贵，品格深刻。

武陵亲水。“晋太元中，武陵人捕鱼为业”，没有水道如何见得世外桃源？与洞庭为邻，坐拥沅澧。水域的开阔，让酒有了更宽广的胸襟。进退自如，荣辱不惊。

武陵树人。山的雕刻，水的浸润，武陵人霸而不蛮的独特性格独树一帜，诗墙折射出来的婉约气质丝毫不损其大将风度，堪称湖湘子民“霸蛮风骨”的升级版。威严婉约，不露锋芒。

“常德德山有德，长沙沙水水无沙”，常德与长沙的经脉气质被这样一副工整的对联表现得相得益彰。常德、长沙，两个个性化的湖湘代表城市人前人都贴上了湖南的外围标签：世外桃源，鱼米之乡；湘女本多情，无湘不成军。

柔情似水尽显湖湘风尚的湘女，招之即战无不胜的将军，他们都在用自己的方式追逐最美好的生活。或是鱼米之乡丰衣足食，或是世外桃源远离战乱。幽雅风尚武陵酒，酱香白酒大将军。一语成谶，武陵酒用纵贯线的方式穿越了几千年沉淀下来的湖湘气质，也串联了彰显湖湘精神的外围标签。

出席世博，不仅要标签，更需要内涵。所以，什么样的东西最能承载一个区域的精神气质，为这个地区代言？

答案，可以是酒。

工艺：

投料、踩曲，从容淡定成极品

当人类已经越来越习惯不从自然界的土壤中出产物质的时候，我们更应当珍惜像酒这样的大自然赐予我们的隐形财富。中华民族的酿酒工艺绵延数千年，喝下去的酒渗透到血液，成为流淌的动力。

《易经》的厉害在于，科学再昌明也无法解释其缘由。古法的奥秘在于，一丝的疏漏都有可能前功尽弃。

水

是酒之血，根是酒之肉，曲是酒之骨。

常德德山之山泉，川南泸州的高粱，滴滴润心，粒粒入味。

酱香武陵酒以小麦制的火曲(高温大曲)为糖化发酵剂，培制大曲温度高达70℃，比一般白酒的制曲发酵温度高出10—15℃。同时，每一次用曲量的增加，弥补了高温曲糖化力、发酵力低的不足，更为其带来了大量的微生物、香味物质和香味前驱物质，丰富了大曲微生物的品种与数量。

酱香武陵酒工艺遵照季节气候的规律，循时而动，从容淡定成极品：“重阳投料，端午踩曲，一年一轮”。

必须在重阳节这天投料，必须在端午节这天踩曲，一年只有一个生产周期。一次酒须两次投料，精挑细选的每一批原料都必须经过九次蒸

煮、八次加曲、八次堆积发酵、八次入池发酵、七次分级取酒，历经春、夏、秋、冬四季的孕育，方成武陵酒原酒。这一切就像在用人力去秉承电脑的程序精神，来不得半点差池。

原酒要全部贮存于离地面大约四米深的地窖里，那里四季温差小、温度低、湿度大，原酒酒体自身的化学、物理变化缓慢进行，使酒质自然达到老熟。此外，武陵酒讲究纯粮酿造，绝不添加任何外来物质，其高温堆积的开放式发酵，网罗了大量自然微生物进行自然发酵生香，形成了武陵酒主要香味物质。

中国著名白酒专家高景炎先生品尝该酒后给予了充分肯定：“武陵酱香型风格典型，细腻幽雅，是白酒酿造的至高境界。”

科学实验同时也证明，酱香武陵酒酒体中含有数种有益于人体健康的微量元素，且富含SOD——人体“衰老因子”自由基的专一清除剂和能诱导肝脏产生抵制星状细胞的金属硫蛋白，抗疲劳、抗病毒、抗衰老、提高免疫力的作用明显。

酒血、酒肉、酒骨，都在可持续、无破坏的生态中悄然进行……低碳世博的愿望无时无刻不在发酵、勾兑、生香、挂杯。从这样一个酱香四溢的酒杯去窥视世博，还有比这更好的折射角度吗？



2009年6月29日，湖南省委副书记梅克保(右二)视察武陵酒厂。



2009年8月25日，湖南省人大常委会副主任戚和平时(中)到武陵酒厂调研。



2008年9月11日，湖南省人大常委会副主任刘莲玉视察武陵酒厂。



2009年2月6日，常德市委书记卿希伟一行参观武陵酒厂。

成长法则：
更务实，更坚定，更诚信

昔日标王“秦池”的倒下，给了白酒行业太多的启示。重新启航的酱香武陵也很快地意识到，企业的成长法则应当从“红海”的纠缠转向“蓝海”的希冀。

对于武陵酒，沈才洪之初的腹案是：销售重点目标群体指向有财富、有地位、有学识的中青年新生代消费群体。力争经过3年的努力，确保武陵酒实现恢复性增长，擦亮武陵酒这块金字招牌；5年内，使武陵酒成为完全覆盖中南地区及国内重点市场的名酒强势品牌；10年内，将武陵酒打造成为又一全国性名酒强势品牌。

如果说世博会选中武陵酒是一个美丽的意外，那中国名酒质量复査委员会对酱香武陵酒的通过鉴评，则是一个非常顺理成章的事情了。2007年，酱香武陵酒一启航便保持了

中国名酒(国家质量金质奖)的质量水平。紧接着，便是多达3000人次的产品盲测。以此来坚定产品的品质风格，顺应消费需求和市场发展。白酒行业，不是每一款酒都有底气邀请权威苛刻的专家、消费者来做盲测的。盲测，给了所有人信心。

2008年初，酱香武陵酒成为世界级钢琴家朗朗感恩新年音乐会唯一指定用酒。某种意义上，这是重新启航的酱香武陵第一次登上世界的舞台。延续高端路线，不偏差、不矫揉，武陵酒有了心仪的粉丝。同年，武陵酒实现了6000万的销量，从零开始，首战告捷。2008年10月9日，湖南常德数百名武陵酒经销商掷地有声地宣誓：“视质量为生命，以诚信为根本，切实承担起产品质量安全责任人的使命，履行社会责任”，“诚实守信经营，不制假、不售假”……八条誓言，掷地有声——湖南省白酒行业首个诚信宣言由此诞生。

2010年4月，泸州老窖与常德市政府签约，斥资6.5亿元人民币在常德市德山开发区新建占地1000亩、年产万吨酱酒的武陵酒生态产业园，年内即将破土动工。

“诚信宣言”或许正好可以解释，当置身于武陵酒历史文化博物馆时的惊讶情怀，环绕参观者的原本就不仅仅是一些荣光、一些掌声，更多的是一种办企业的原始精神。而不断地追加投入，同样来源于各个方面积累的信心。

也正是因为有这样的创业雄心，一向稳重儒雅的泸州老窖股份有限公司董事长谢明才一反常态地对外界放言，“武陵酒的具体目标就是3年后年销售量过10亿”……

客观而言，酱香武陵酒要想从150亿元的中国酱香酒市场中抢得1/15的份额，并非那么遥不可及。但是，我们不能等到酱香武陵真正拿下10个亿、20个亿、30个亿……的市场份额之后再

来解释“武陵酒凭什么代表湘酒独进世博？”
风物可以撰写，酒格可以提升，故事从一开始就预见了结尾，工艺的源远流长都只是老祖宗的财富……唯独武陵酒的品牌战略和成长法则，才依稀道出了这个企业的意味深长。

世博会精神，是用发展的眼光面对选择的精神；是用全人类的视角取舍的精神。

梁启超的世博梦是强国梦，武陵酿酒人的世博梦未完待续。但所有人都感觉到了武陵酿酒人生生不息的愿望——“我要成为世界的一部分”。

不迷恋自己，也不迷恋他人。酱香武陵，从世博出发。