

浅谈豫酒振兴

韩静 李亚春 布青云 尤晓颜

河南科技大学食品与生物工程学院

[摘要] 豫酒振兴，归根结底是一个文化的振兴，而振兴文化要从民族出发，民族对这个文化有自信，有归属感，才能认同这个文化，才能不断传播这个文化，久而久之，文化才能振兴，豫酒也才能振兴。豫酒振兴不是一句空话，要从很多方面去振兴豫酒；酒质，文化，包装，宣传，品牌效应，市场营销，成本等，这些应全面把控，相辅相成，共同推进豫酒振兴。

[关键词] 豫酒振兴；文化；市场营销；品牌

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.2004

酒文化是中国的传统文化，尤其是最近几年，酒销量迅猛，2021年，烟酒人均消费支出增长12.2%，占总的消费支出比例为29.8%。

年份(年)	人均消费支出(元)	占比(%)
2020	6397	30.2
2021	7178	29.8

而在2020年1-10月份，白酒产量不断增长，白酒在国民的地位不断上升，因此，振兴豫酒处在关键的时期，如何振兴豫酒至关重要。

月份(月)	当期值(万千升)
2	0
3	65.8
4	60.4
5	58.6
6	67.5
7	42.8
8	41
9	61.8
10	60.2

一、从文化走进营销

每个地方都有每个地方的特色，一方水土一方人，便是这个道理。酒在河南有着七千多年的历史，它的历史文化深深的印刻在了河南人的骨子里。如何让这种文化走进营销，是豫酒振兴的关键性一步。首先，文化营销很大程度上局限于当地的文化特色，因此，要走出去，引进来；有时我们认为文化是不通的，但是很多时候文化又是相通的；在酒文化上，我们可以融情于酒，外出的人可以喝着家乡的酒，借着酒，将思念融于酒中，带回家乡；另一方面，我们也要寻找文化的真正精华，通过其它的文化，反思或者寻找我们文化需要改进或者增强的地方，也要将我们真正精华的文化宣扬出去，这就是走出去，引进来的内涵，不局限于当地，不改变精华，这样才能做到宣扬豫酒文化的博大精深。

每个企业都有每个企业的特色，也具有这个企业独特的文化。而每个企业不仅要结合市场特征进行营销，还要赋予豫酒新的内涵和时尚色彩^[1]，这样，才能振兴豫酒，宣传豫酒文化，是人们对豫酒文化能有更清晰的认识。一个企业文化的营销就是对这个产品和营销手段赋予与了当地的文化特色，让消费者在消费的同时，不仅消费的是一个产品，同时购买的也是一个文化，从而增加营销量^{[2][3]}。实质上，企业要想搞好营销，首先要明白消费者需要什么，喜欢什么，从而在销售酒的时候对症下药，苏勇^[4]曾经说过，要结合当地特色，对老百姓投其所好，以这个为出发点宣传豫酒文化，这样才能使酒文化走进营销。文化营销也要以企业文化为基础，以企业文化来宣传豫酒文化，在这方面，仰韶酒业宣传的很到位，“到河南，喝陶香，喝酒就喝彩陶坊”；即宣传

了豫酒，也宣传了企业文化。

二、质量重于一切

若作酒醴，尔惟曲蘖。一瓶好酒首先要有好的曲，一块好曲的制作要经历很多严格的工序；制曲也要因地制宜，比如说茅台的鼓包曲，就是结合了当地的温度，气候和空气湿度，南方空气水分多，这样设计可以使区块中的水分更容易散发；北方的区块采用了方块曲，是因为北方的气候干燥，而方块曲的另一个好处就是易于摆放。河南也是这样，结合了河南的气候，温度，才能制作出好的曲块。其次是曲块的厚度，大小。一般情况下，曲块的表皮指标更高一些，但是曲心的香味更突出，因此，把控好曲块的厚度，使香味和指标达到一个平衡点才是最好的，这样，曲的质量才能更好。另外一方面，茅台的每块曲都采用稻草包裹，使它保温，水分更容易散失，结合河南当地的特色，河南的气候干燥严寒，可以在曲的最上层铺上稻草，再铺一层编织袋，以达到保湿的目的，既节省了人力，也结合了河南的特色，使曲块的质量更好。最后随时监控温度，确定好翻曲时间。这样，一块好曲就制作成功了，只有曲好了，才能保障酒的品质更好，才能在豫酒振兴上迈出关键的一步。

粮食合理的搭配才能缔造出更完美的口味。在白酒酿造过程中，抛开香型，只针对豫酒的特色——浓香型白酒，不同粮食的搭配，能够酿造出不同的口味。大家熟悉的可能有五粮液，后来在实验室我见到一位老师进行了六种粮食搭配进行酿造，仰韶酒业甚至推出了九梁酿造，也就是九种粮食进行搭配来酿造。唯改革者进，唯创新者强；只有不断推陈出新，才能在工艺上不断进步，才能使豫酒更上一层楼，也才能振兴豫酒。

三、节约成本等于提高利润

从每一个小问题节约成本，汇聚起来就是一笔不晓得财富。每年因曲虫原因不仅导致粮食的大量损失，而且给工人的工作环境造成了极大的影响；通过多年对曲虫治理的研究，最终总结出了治理曲虫的方法；归纳为：堵不如疏，疏不如从源头解决，而源头就是曲卵，减少曲卵的量，能减少90%以上的曲虫数量，从而达到治理曲虫的目的。

节能降耗是每个公司节约成本，减少开支，扩大生产的根本；在大曲生产过程中，因曲虫的大量繁殖，导致每年损失的粮食在10%左右，所以有一个行之有效的曲虫治理方法尤为重要。

在制曲过程中，通过了多年的试验进行了曲虫的治理；开始采用围堵的方法，将门窗采用网纱和塑料布进行围堵，在曲虫量少的时候，除曲房外，其余的地方曲虫的数量确实减少了许多，但是曲房的曲虫数量在不断增加，当七月份来临后，

由于曲房曲虫数量在不断增多,最终迎来了爆发期,像水流一样,冲破了闸门,导致曲房周围的曲虫比往年更多,因此排除了围堵治理曲虫的方法。

接下来采用通气降温的方法治疗曲虫,曲虫数量不断增多是因为有适宜的生存环境,合适的温度与湿度;本试验在曲库每层摆放两个2.2kw的排风扇,这样既降低了温度,又促进了曲块里面水分的散失,而且加速了曲块里面杂味的扩散,由于曲块在出库之后需要存放三个月以上,有的甚至一年,采用风扇能加速曲中杂味的排放,其实降温也可以采用中央空调降温,但是由于中央空调成本太高,而且采用中央空调会导致曲库里面水分增加,不利于曲块水分的散失,综合考虑,每个曲房采用两个2.2kw的大风扇对着曲块进行通风排潮。结果是曲虫数量减少了30%以上。

上述的方法虽然使曲虫数量减少了一小部分,但是只是达到了治标不治本的效果;最终治理曲虫还是要从源头解决,而源头正是曲虫卵,无论是降温还是通风,都只能减少曲卵繁殖的速度,进而减少曲卵的数量;而本试验是减少陈曲的数量,或者没有陈曲;曲虫繁殖有一定的周期,在这个周期内曲虫会繁殖,但是曲虫卵不会从曲块之内出来,在曲虫卵破壳前,将这些具有大量曲虫卵的曲块直接用掉,周而复始,陈曲储存时间不要超过三个月,这样曲虫卵就不会破壳而出,环境中就不会有成年曲;前面采用大风扇的原因就是减少陈曲的储存时间,使曲块杂味更快地除去,最终的结果是环境中的曲虫数量减少了90%以上,达到了治理曲虫的目的。

俗话说:三斤粮食一斤酒,在生产酒方面,如果每斤酒能消耗更少的粮食,就达到了节能降耗的目的。关于这方面,个人只有一些大方向,就是粮食浸泡的时间,粮食的粉碎度,摊凉的时间,糟培使用前要覆盖,防止酒精挥发,另外一方面就是窖池温度的控制,也可以达到酒精量的增加,曲的用量也是一个至关因素。

节约粮食,不仅是中华民族的传统美德,也是响应国家的号召。只有节约了粮食,节约了成本,才能生产更多的白酒,才能将豫酒更多地推广到全国,也才能更好的去振兴豫酒。

四、包装彰显豫酒文化

一个好的包装能吸引消费者的购买欲望,增加销售产量。李岱楠^[5]认为,白酒包装蕴含了传统文化,而这可以从四个方面进行讨论:分别是材质、图形纹样、书法艺术和色彩。材质上要环保,朴素;可以从陶瓷,纸,麻,木材等方面着手。图形纹样上要具有一定的寓意,这些予以可以是当地的民间故事,传统文化。对于书法艺术,中国的文化博大精深,尤其是文字,汉字的造型在一定程度上具有一定的寓意,能够给予消费者充分的想象空间,尤其是古代文字,比如象形文字等等,人们看到这个字,就能瞬间明白是什么意思,代表着什么,这极大的刺激了消费者的消费欲望。色彩上,不同的颜色能够给予人们不同的感受,比如粉色给与人们的感受是勇往直前,黄色代表着朝气,深色代表着庄重,红色代表着喜庆,酒在中国适用于方方面面,不同的颜色能够使人们用于不同的场合,因此,同一款酒,在包装上设计不同的颜色,不同的绘画,文字,能够使消费者更乐意去购买这款酒。

在包装上,人们具有感官上的享受;而在白酒的消费过程中,不同的包装,对消费者的第一印象不同^[6]。一个包装,也应体现绿色,地方化,国际观的色设计。树立一个企业个性化

的设计,以包装来传达自己的情感,来达到与消费者情感上的共鸣。在振兴豫酒方面,也应该结合河南的特色,书写河南的文化,用一个包装上的设计来体现河南文化的独一无二,展现豫酒的魅力。

五、从白酒现状与发展探讨可持续性

随着社会的发展,白酒企业也在不断地发展。呈现出了规模化,工业化和多元化的格局。同时,白酒的质量也在不断地提高,新品牌也在不断地涌现。科学技术在不断进步,机械自动化也在不断地发展。酿酒的全自动化也在不断地被很多酒企逐渐地运用。这是一个大趋势,微机勾兑^[7]等技术的进入,使白酒的质量也在不断提高,当今市场竞争十分的激烈,而为了适应这个大环境,大趋势,白酒企业必须打造自己的品牌,必须不断创新,不断开发新产品,才能强化企业品牌,才能提高知名度。白酒的另外一个趋势就是不断向低度化和多样化的方向发展。如今人们生活物质不断丰富,逐渐追求养生之道,因此,低度化的白酒更容易得到消费者的喜欢,如今我国的白酒以低度为主流。39度以下的白酒占据了市场40%左右的份额,随着时间的增长,这一趋势还在不断地扩大。另一方面,供大于求,产大于销售,导致竞争过于激烈,进而出现了一些不正当的竞争。另外一方面,小酒厂的泛滥,导致酒的质量成为一个问题。各种高仿酒的出现,极大的影响了人们的身体健康^[8]。这些都会导致人们对一个品牌的不信赖。因此,一个企业应重视质量,打造出自己企业的口碑,当消费者认可这个品牌时,这个品牌才能拓宽市场,豫酒应重视质量,重视品牌在市场上可能存在的问题,不都提高企业的影响力,不断改进不足,如此才能不断振兴。

结束语

纵观历史的发展,豫酒的振兴要从多方面去着手,酒质,文化,包装,宣传,品牌效应,市场营销,成本等,这些缺一不可。同样,振兴豫酒也不是一个企业能肩负的重任,需要河南所有酒企共同去努力;但是,振兴豫酒同样需要一只领头羊,起模范带头作用,这样才能众志成城,共同打造河南品牌,才能攻克一切难关,推陈出新,发扬豫酒文化,振兴豫酒。

参考文献:

- [1]何映雪.文化赋能仰韶引领豫酒振兴[J].中国酒,2020(10):79.
- [2]龙云安.观念营销[Z].www.chinavalue.net,2006-02-05.
- [3]童广路.对当前房地产文化营销的思考[J].和田师范专科学校学报,2006,26(3):242.
- [4]苏勇,陈小平,文化营销,寓无形于有形[J].行为科学,1998,(10):24-26.
- [5]李岱楠.传统文化在中国白酒包装中的用户体验设计研究[J].包装工程,2014,35(22):12-126.
- [6]诺曼·A·唐纳德.设计心理学[M].北京:中信出版社,2010.
- [7]朱静伟.浅议白酒勾兑微机系统的应用[J].辽宁经济,2002(8):58-59.
- [8]韩金宏,励建荣.我国白酒行业的现状和发展前景[J].农产品加工(学刊),2006(02):50-52.