

宋河回来啦！

杨明超介绍宋河未来发展。

1968年，河南省宋河酒业股份有限公司（简称宋河酒业）的前身国营鹿邑曲酒厂，在老子故里鹿邑的千年酒乡枣集镇（今宋河镇）诞生。

同年，枣集镇人杨明超出生。作为酒厂的家乡人、同龄人，命运的羁绊从伊始便将他与这家酒企紧密相连。五十余载岁月流转，他从饮宋河水长大的孩童，蜕变成为宋河酒业复兴掌舵的领路人。

2023年11月，杨明超以托管者身份回归故土酒企，带着深入骨髓的情感与执念，在16个月内掀起针对老牌名酒宋河的全方位变革，让这款半个多世纪的老牌名酒展现涅槃新姿，重焕生机。2025年11月9日，宋河酒业完成法人变更，“新宋河启航”发布会召开，标志着宋河复兴之路迈入新阶段。

而杨明超那句誓言始终回荡在1800亩宋河园区：“河南人把宋河努力搞好，周口人把宋河拼命搞好，鹿邑人死都要把宋河搞好。宋河不崛起，我们永远不停步！”这份情怀，正是宋河蝶变的核心动力。

杨明超的宋河情怀，是血脉中的故土羁绊，更是实打实的责任担当。

家兴为怀蝶变宋河

——杨明超与同龄名酒的复兴之路

□通讯员 郑建锋 文/图



客户参观生产车间。



原酒坛养窖藏库。

作为宋河酒业的同龄人和家乡人，杨明超的成长记忆里满是酒厂的蒸汽、酿酒师傅的吆喝与老百姓餐桌上的宋河粮液。在他心中，宋河酒业不仅是一家企业，更是豫酒标杆、周口支柱、鹿邑骄傲，维系着万千家庭的生计与希望。这份情感让他在宋河酒业遭遇困境时挺身而出，帮扶之初即投入近2亿元，从产品、管理、文化、宣传多维度启动重塑，让“东奔西走，还喝宋河好酒”的广告语重回央视荧屏，更将职工关怀落到实处，践行“不让家乡名酒蒙尘，不让宋河家人受委屈”承诺。

他深知，职工是企业复兴的根基。2024年春节，重整前景尚未明朗，他自掏腰包为2300名员工每人发放2000元年终奖，极大地鼓舞

了全员士气；端午时节，杨明超打破惯例，为全体职工送上粽子与啤酒等福利，这是自1999年改制以来宋河酒业首次如此温暖的举动。此后，定期表彰工龄30年、40年的老职工，坚持“节日未至，福利先行”，逐步建立起充满人情味的企业常态。

随着一系列关怀举措落地，“不让宋河家人受委屈”的承诺正在化为现实。职工食堂完成升级改造，热乎可口的饭菜温暖着员工的身心；节日福利从未缺席，员工表彰传递敬意。这些细微之处如春风化雨，悄然改变着团队的氛围。如今，“宋河不崛起，我们永远不停步”这句誓言，已不再只是领导者的决心，更内化为全体员工的共同信念。

以断腕魄力与数字智链重塑筋骨

复兴之路，始于一场“壮士断腕”的产品聚焦之战。此前，宋河酒业438款产品良莠不齐，分散资源且模糊消费认知。杨明超果断砍掉所有冗余条码，聚焦需求推出三大核心产品矩阵：聚焦百姓喜事的“宋河·红”；聚焦高端商务和重大活动接待的“宋河·青”；聚焦高端文化的“宋河·紫”。宋河“红青紫”产品以“好酒+场景”破局，精准覆盖主流消费场景。此举如同“断臂求生”，成效显著：单瓶出厂价和毛利率显著提升，销售额逆势增长，用市场印证了“少而精”的正确性。他坚守“好喝不贵”的逻辑，让宋河酒既保经典风味，又合当代趋势，重获消费者青睐。

数字化转型是杨明超注入的时代动能。针对传统酒企管理低效、响应滞后的问题，他凭借快消行业经验，引入全链路数字化管理，构建“酒厂—酒仓—终端—消费者”运营体系。数字化中台与仓库实现生产、库存、物流数据实时互通，精准调度；宋河数智酒仓遍布河南，链接优质终端网点超20000家，有效打通终端配送“最后一公里”。营销创新上，他创新“宋河大宴+本地生活”模式，以抖音直播、短视频引流结合线下核销，构建C2B一体化营销网络。这种“快消思维做白酒”的打法，缩短了铺货、动销周期，让老品牌跟上数字化步伐。

以人文根基与文旅融合铸就老牌名酒

变革中，杨明超始终坚守宋河酒业核心根基——2366微生物酿造工艺。他深知传统技艺是老牌名酒的灵魂，这套涵盖“两独创、三核心、六工序、六精分”的体系，以180天静养的莲花心曲、含千余种微生物的玄泥古窖、优质五粮黄金配比为基础，经发酵、摘酒、窖藏等工序，酿出醇厚的古宋风味。为守护传承，宋河酒业再次推进技改，改善窖池生态，培育自制发酵泥，计划三年完成窖池升级，同时优化老五甑工艺、延长发酵周期，确保酒品既保留传统风味，又契合现代健康需求，实现“宋河酿好酒、终端多挣钱，消费者爱喝”的核心目标。

杨明超的家兴情怀，更体现在硬件升级与长远布局中。他推进生活区美化工程，规划厂区环境、完善配套设施，如今的宋河厂区“四纵五横”道路成型，龙柏、香樟等绿植环绕，陈旧厂区变身花园式园区，新办公区也已启用，让职工归属感倍增。

在宋河酒业获评国家3A级旅游景区的基础上，打造国家4A景区，推动“工业+旅游”融合，已从长远蓝图提上日程。依托老子故里文化与酒厂基础，宋河正建集酿造体验、

文化观光于一体的酿酒文化园区。该园区采用三进院落风格，打造十八酒坊、地下酒窖等景点，设置仿古展演、酒文化书屋等场景，让游客沉浸式感受“从一粒粮到一滴酒”的历程，未来将成为鹿邑文旅新名片，实现酒业与文旅双向赋能。

16个月里，杨明超以情怀为笔、实干为墨，书写宋河酒业新篇：砍冗余聚焦核心、引数字化激活老企、守工艺筑牢品质、暖职工凝聚合力、兴文旅拓展维度。这既彰显企业家的远见魄力，更饱含对家乡与品牌的赤诚。

站在新起点，宋河酒业未来清晰：坚守2366微生物酿造工艺、完善数字化营销、推进国家4A级景区建设、打造“宋河酒饮到家”门店连锁。正如杨明超所坚信的，凝聚一亿河南人的支持，汇聚全体宋河人的奋斗，这家老牌名酒企业必将重现辉煌，书写“一亿河南人，百亿宋河酒”的传奇。

这份个人与企业的共生、故土与品牌的成就，让老牌名酒站稳时代浪潮。未来，在不变的誓言指引下，宋河必将屹立中国名酒之林，让宋河的醇香飘向更远的地方，永远成为家乡的骄傲。