

# 是时候重新认识白酒了

11月19日,就在人们还为央视广告招标会上几家白酒企业的大放异彩而津津乐道时,一场“塑化剂”风波瞬间给了白酒行业沉重一击。受“塑化剂”事件影响,当天白酒板块市值蒸发323.56亿元,此后直至11月22日的这4个交易日,整个白酒板块的市值共蒸发超过440亿元。

这次“塑化剂”事件被人们称作白酒行业的“地震”。很多人对此深有感触。一向被认为是资本避风港的白酒行业,在今年突然遭遇多事之秋。“散酒门”、“勾兑门”、“巨亏门”、“召回门”以及“塑化剂”事件和紧随其后的“偷税门”等负面消息的密集出现,让人们隐约感觉背后有一股势力存在,“做空者”说也逐渐浮出水面。

危机之中,白酒行业也在反思。为什么一篇存在诸多漏洞的网络媒体报道,就引发了整个白酒行业如此惨烈的局面?为什么消费者和投资者一听到白酒有负面消息,第一反应不是去查证事实而是愤怒和恐慌?这其中除了一些媒体的误导性传播外,白酒行业长期与公众信息的不对称,以及由此产生的不了解甚至误解,也间接促成了这个结果。

事实上,白酒产业长期以来都置身于某些误解当中,有来自消费者的误解、来自投资者的误解以及来自政策层面的误解。一系列的误解在限制了白酒产业发展的同时,也将一个个定时炸弹埋藏在白酒行业中,说不定什么时候有一根导火索就引爆了这个炸弹,就像这次“塑化剂”事件。

是时候让人们重新认识白酒了。

## ■ 重新定位白酒产业

两年前,著名白酒专家、四川大学食品与发酵工程研究所教授胡永松曾表示,目前中国的生物产业实际上是把白酒排除在外了,而白酒是以农副产品为原料,通过微生物发酵转化为微生物的代谢产物,理应属于生物产业中的生物制造业。之所以如此强调这一点,胡永松认为这个定位有助于白酒产业未来的发展,“国家对生物产业在今后相当长一段时间都是支持的,现在由于产业定位的问题,白酒产业在发展上受到了一些限制。”

白酒在我国目前还属于限制发展的产业,尽管白酒行业的销售收入和净利润每年以超过30%的速度递增,在税收、解决就业方面给国家和社会带来了很好的效益,但是仍然缺乏政策层面的认可。与国外相比,洋酒之所以能够不断进军中国市场,这跟外国政府对本国酒水的支持密不可分。

胡永松认为,白酒是地域生态资源的特色产业、以生物技术为依托的生物制造业、农业产业化的龙头产业,这三个定位决定了白酒产业在国民经济特别是区域经济发展中的重要性和不可替代性。“实际上这三个定位就是在重新认识白酒,不要老是认为白酒是一个很落后很古老的传统产业。”胡永松说。

在人们以往的印象中,白酒产业是一个高耗粮、高污染的落后产业。人们往往误认为白酒本身没有什么技术含量,不足以支撑其高昂的价格,白酒企业在环境保护等方面也缺少社会责任感等。

“很多人对我们白酒行业有点厚古薄今,老是说它的过去而不讲它的现在,现在都要与时俱进了。比如说耗粮,这都是过去的老观点了。酿酒的主要原料是高粱,现在

谁还拿高粱当主粮?”胡永松说。

另一方面,由于白酒是地域生态资源的特色产业,采用自然发酵,对于生态环境有很大的依赖性,白酒企业需要建设和保护好生态环境,才能得到持续发展。因此,从环境保护的角度来说,如今很多白酒企业不仅不存在高污染的问题,反而为当地的生态环境保护做出了很多贡献。比如,四川省的沱牌舍得等企业在生态环境保护、废水处理等方面都已经形成了综合配套体系。

“在国家工业术语里面已经有了‘生态酿酒’这个名词,这会是未来白酒产业发展的一个方向。”胡永松说。

除此之外,随着近年来白酒产业集群的发展,白酒产业在解决就业、带动相关产业发展、解决三农问题和促进区域经济发展等方面都发挥了重要的作用,已成为农业产业化的龙头产业。

以四川泸州为例,泸州红高粱现代农业开发有限公司业务主管李令是一位80后的年轻人,在今年硕士研究生毕业之后来到泸州工作。他所在的红高粱公司是由泸州老窖集团、泸州市江阳区区政府共同出资成立的,主要负责泸州老窖有机糯红高粱种植基地的种植管理。当地的农民可以入股成立高粱专业合作社,合作社再以股东身份入股红高粱公司,公司每股给合作社一定的租金,年底有盈利的话还有分红。

“高粱可以在一些贫瘠的土地上生长,也不需要过多的水分,在一些山区,种高粱就代表着致富。泸州老窖收购红高粱,比水稻等粮食的社会收购价要高出一到两倍,农民可以依靠这个渠道致富。”泸州老窖董事局主席谢明表示。

## ■ 为何白酒屡屡受伤

在“塑化剂”事件爆发后,一位长期关注酒水行业的业内人士看到大量网友在真相不明的情况下就对整个白酒产业一片声讨,语气沉重地说:“其实白酒是个社会贡献度很高的产业。”

记者曾经做过一项关于白酒对社会贡献度的调查,结果显示,多数人的认识仅仅局限在税收方面。长期以来,大众媒体对白酒的关注多聚焦在价格上涨、公务消费、央视广告、酒驾、假酒等方面,使得公众对白酒的印象也多与一些负面事件相连。另一方面,白酒行业也没有积极地向社会讲述自身为社会所作的贡献,导致行业呈现在大众眼中的形象往往是追逐利益、财大气粗、缺乏社会责任、助长腐败消费等。

白酒行业中的诸多危机通常都利用了公众对白酒行业的误解,而误解产生的原因既有白酒行业自身的误导,也有外界的片面引导。同时,白酒行业与消费者之间也一直缺乏直接、有效的沟通,从而使得这种误解不断加深。

## ■ 与消费者信息不对称

回顾2012年白酒行业的诸多危机,大多是利用了白酒生产的工艺流程与消费者的信息不对称,比如说时常会挑起大众神经的“食用酒精勾兑”事件。

事实上,勾兑又可称作勾调,它是白酒酿造中一项非常重要并且必不可少的工艺,可以有效去除酒液中的甲醛、杂醇油等有害成分。世界各国的蒸馏酒也都采用了

勾调工艺,包括伏特加、威士忌等。勾调白酒使用的酒精都是薯类、玉米等谷物酿制的粮食酒精,知名白酒企业通常多使用高纯度食用酒精,甲醇含量极低。

白酒的生产方法包括固态法、固液结合法、液态法,三种方法都有严格的国家标准规范。“从行业角度来看,只要是用粮食为原料的食用酒精,用固液结合法酿酒应该是个好事,不是个坏事。但是老百姓为什么又怕你加酒精呢?他就是怕你用化学合成的酒精。”胡永松说。

消费者之所以一听到“食用酒精”、“勾兑”就会人心惶惶,是白酒行业长期以来与消费者的信息不对称造成的。酒企在宣传时,往往刻意隐去用食用酒精勾兑的工艺流程,一味宣传纯粮固态发酵,让消费者误以为只有纯粮固态发酵的白酒才是真正的白酒,让“食用酒精勾兑”从一项光明正大的工艺变成了消费者眼中的“潜规则”。

企业越是隐瞒就越是害怕消费者知道,于是,即便在酿酒时使用了食用酒精,也不敢在产品外包装的配料表中标出来。等到被媒体曝出了用食用酒精勾兑的事后,企业才出来承认自己是食用酒精勾兑,反而又加深了消费者的误解。

在这个问题上,与其继续掩耳盗铃,倒不如索性公开。白酒企业主动给消费者解释或是邀请消费者到酒厂参观工艺流程,尽量做到透明公开。同时,在产品标签中标注相关原料,取得消费者的理解和信任。

## ■ 片面传播与片面引导

细数近几年大众媒体对白酒行业的报道,通常可以梳理出这几个关键词:涨价、公务消费、假酒、广告等。相应的,白酒行业也被冠以诸如“腐败酒”、“广告酒”、“天价酒”之类的称呼。

由于媒体对白酒行业的关注点大多集中于一些负面事件上,长期在这样的舆论引导下,消费者包括投资者对白酒行业的印象也大多不容乐观。

看到酒企频频在央视砸下重金,人们很自然地认为白酒行业是暴利行业;看到“三公消费”饮用高档白酒,人们便将高档白酒与腐败画上等号,一起抵制;看到某地出现假酒事件,人们的第一反应不是严惩造假者,而是质问被造假的酒企“为何假酒太多”。

出现这种问题,白酒企业自身也有责任。在众多白酒企业的品牌推广中,很少有企业持续地传播企业的社会责任感、社会贡献度等正面形象。社会大众看不到了企业的正面形象,反倒是一些负面新闻不断,公众该如何建立对企业的信任?

## ■ 加强食品安全

在这次“塑化剂”风波中,对酒鬼酒和整个白酒行业伤害最大的,并不是11月19日当天那篇报道所带来的冲击,而是11月21日国家质检总局所公布的湖南省质监局在酒鬼酒中检测出了DBP(邻苯二甲酸二丁酯),且最高值为1.04mg/kg的消息。

与股市的短期震荡相比,这条证明白酒中确实存在食品安全问题的信息,会给白酒业今后的发展留下深远的影响,包括挫伤消费者和投资者对白酒业的信心。

保障食品安全不仅仅是保障酿造环节的安全,还包括上下游全产业链的安全。以往,白酒行业过多关注的是酒体本身,而对涉及白

酒相关产业的原料、包装材料等方面的安全意识不够。这次“塑化剂”风波给白酒行业敲响了一记警钟。

“白酒行业的各种‘门’事件,根本原因在于行业通过外部力量推动品牌实现高成长,而其品牌的内在品质根基工作远未夯实,故给‘做空’者以可乘之机。与之前单纯价格时代、产品时代、渠道时代不同的是,在品牌时代,成也品牌,败也品牌,品和牌都得重视,忽略任何一点都可能让品牌大厦崩塌。”大地风景国际咨询集团合伙人、项目总监李关平认为。

## ■ 谨防恶意做空

在酒鬼酒被曝出“塑化剂”事件之后,有人会问:“下一个会是谁?”

除了那个可能存在的幕后黑手外,其他人恐怕很难回答这个问题。如果“做空者”真的存在,那么这次“塑化剂”风波已经给行业上了一堂深刻的体验课。假如还有“下一个”,白酒产业该如何做好预防,避免酒鬼酒事件再次上演?

中原证券研究所所长袁绪亚表示,未来随着转融券业务的推出,做空会更加方便。做空本身是个中性词,有了做空机制,市场参与者可以通过挖掘上市公司存在的问题而获利,这样会引导个股股价向其内在价值靠拢,同时,也会对上市公司进行鞭策和警示,促使其生产经营更加规范。

未来对于白酒企业来说,可能需要逐步适应做空机制,但需要谨防的是被恶意做空。

“中国白酒行业涉足资本市场并不长,如何与资本市场共舞,需要加强建立与股东、投资者、资本机构等不同利益相关者的常态沟通渠道及危机处理通道,才是长久之道。”李关平表示。

## ■ 提高危机公关能力

在这次“塑化剂”风波中,酒鬼酒的危机公关能力普遍被认为有些迟缓,这也可能是“做空者”选中酒鬼酒的原因之一。随着未来转融券业务的推出,做空现象会更加频繁。白酒行业有必要预先设防,提高自身的危机公关能力,以便在遭遇做空时不至于慌乱。

中国食品工业协会白酒专业委员会常务副会长马勇针对危机管理曾建议,企业需要成立一个危机管理委员会,由最高决策者担任委员会主任,并设立一个执行得力的委员。如果企业发生食品安全问题,需要企业最高决策者亲自出面,其他问题可由能够独当一面的委员去处理。

紧接着,企业还需要设立一个办公室,成员包括会协调政府官员的人、协调媒体的人、对标准法规有深入研究的人、对技术和质量管理有深入研究的人、对知识产权保护和打假维权有深入研究的人等。此外,企业还需要指定一位专职发言人,在企业出现危机时及时有效地代表企业发言。

尽管这次“塑化剂”事件给白酒行业造成了严重的影响,但从长远来看,白酒行业的前景依然被很多人认可。11月26日,中信建投在新一期的报告中对白酒产业前景分析道:“我们看好食品饮料特别是白酒的发展,但首要任务是重品质,理性适当的快速增长才具有可持续性。”

(中酒)

## 张某醉酒趣事

尚纯江

**一** 上世纪八十年代。酒瘾君张某新婚,婚后去岳父家走亲戚,骑一单车,车后带俩竹篮,内装馒头罐头果品若干。岳父知其善饮,准备酒菜,请陪客若干人。张某大喜,开怀畅饮。大醉。酒后回家,临走时,嫌俩竹篮碍事,倒掉蓝中物品,将竹篮踩扁,置于车后。次日,张某酒醒,见竹篮被踩扁,大怒:“哪个小舅子这么坏,偷吃我岳父回的果品倒还罢了,又将我的竹篮子踩扁!”

**二** 次年春,正月初二。张某备礼物若干,往岳父家拜年。岳父曰:“给你准备了两蓝子馒头和果品,饭后带回。切勿贪酒误事。”所以,吃饭时岳父给张某准备了少量酒菜,没请陪客,让他自饮。张某不喜。一碗饺子,一只酒杯,自斟自饮,不觉间酒醉。及返,途中跌入路边坑内,篮中果品馒头尽出。张某醉中摸索,装入蓝中。归家,妻视之:篮子里除了一大半土坷垃外,就是一些碎了的馒头果品。

**三** 一日,张某到一朋友家喝喜酒。不多时,酒醉。内急,乃如厕。厕中有人,张某一曰:“这可怎么办?憋坏了。”厕中人小解完而出。张某急解腰带褪裤,蹲于茅坑之上。良久,站起就走,被一东西羁绊将倒。张某怒而视之,乃一裤子也。呼曰,谁的裤子丢了?差点把我绊倒。又说,解个手还拾条裤子。旁有一人,说:“你的裤子呢?”张某大悟,这原来是自己的裤子。

**四** 张某每饮皆醉,众人厌恶。张某向人讨教不醉秘方。不得。一日,李某向其耳语说:“我有一秘方,你学不学?要学,不能告诉别人。”张某从之,并发毒誓。李某说,喝酒时吃凉拌狗肚不醉。次日,张某与人拼酒,只准备一个下酒菜,就是凉拌狗肚。狂饮而醉,呕吐一地。一狗见而食之,亦大醉,狂吠而去。张某疑之,李某笑着说:“你喝的酒已经进了狗肚子,狗醉了,你就不会醉了。”

## 征文启事

为引导读者建立正确的酒类消费观念,本报举行“我与酒的故事”有奖征文,欢迎读者朋友将生活中遇到的有趣的酒故事、健康饮酒的心得体会、酒类消费与酒文化、与酒有关的糗事窘事等,付诸笔端,与大家分享。

### 1. 征文内容及体裁:

凡个人亲身经历的与酒有关的事与情,无论大小,皆可提笔为文,发给我们。字数在800字以内,散文、诗歌、杂文、故事均可。

### 2. 征文方式:

电子文档请发送至电子邮箱:zkrb2578@126.com,来信请寄:周口日报社酒水餐饮部付永奇收。咨询电话:8599376

### 3. 征文评选:

本报对来稿进行评定并择优在报纸上予以发表,凡文章见报作者及优秀作品作者均可持报社发放的奖品卡到万姓缘领取价值100元酒品一提。领奖电话:13838638696

“我与酒的故事”征文  
由河南万姓缘酒业协办  
万姓缘酒业地址:周口市大庆北路  
电话:8588999