

# 时代为什么选择习酒？

## ——辩证思维解读习酒70年发展

何涛

70年前，在新中国建设的朝阳中，在赤水河边黄荆坪的土丘上，在传统破旧的老作坊里，习酒诞生了。

——纵然酒瓶不语、窖池无字，但衣衫襁褓、汗流浹背的场景依稀可见。

70年来，一代又一代自强不息、接续奋斗的习酒人把青春、汗水和智慧挥洒在高原深处的河谷里，才成就了今日十里酒城气象新、一壶美酒醉乾坤的美好景象。

——如此习酒，让人感慨的同时又让人为之钦慕。

12月15日，习酒创立70年大会在习水举行，与会来宾共忆习酒苦难辉煌的奋斗历程，共话习酒继往开来的发展大计，共期习酒扬帆远航的光明前景……

耳濡一个个可歌可泣的习酒故事，目染一段段可敬可佩的习酒历史，不禁想到，时代之所以选择习酒，并非偶然，而是必然。

可以说，习酒成功的根本是得益于快与慢、攻与守、进与退的辩证思考，最宝贵经验是天道酬勤、自强不息。

正所谓：星光不负赶路人，江河眷顾奋楫者。



习酒运营中心。

(本版图片均由习酒集团提供)



12月15日，习酒举办创立70周年庆祝大会。

### ■ 快与慢 交出时代答卷

如果说中国白酒行业有一家发展较快的企业，那习酒必然入选；如果说中国白酒行业有一家发展很慢的企业，那习酒依然入选。

既快又慢，这看似不可能的事儿，却不可思议地贯穿着习酒70年的发展历程。

快，代表了速度效率；慢，代表了质量坚守。

既快又慢，以常理而言，这是矛盾的，但在历史发展与市场经济中，矛盾，或许才是主旋律。

70年来，习酒“以慢为快”始终保持着战略定力，“快中求慢”啃下一个个“硬骨头”，一步一个脚印，一步一段青春，不断书写着行稳致远、进而有为的热血芳华。

透过岁月长河，1977年，习水

县红卫糖酒厂划归省商业厅糖酒公司接管，正式命名为贵州省习水酒厂。时任厂长陈星国带领全体习酒人锐意改革、大胆创新，酱香型大曲酒在1983年通过省级重点科技项目鉴定，被命名为“习酒”并投放市场。

伴随着一、二、三期技改项目实施，让“十里酒城、名酒基地”的构想赤水河畔初具规模，酱香大曲酒在1983年通过省级重点科技项目鉴定，被命名为“习酒”并投放市场。

与此同时，习酒敢为行业之先，创造“星级质量管理模式”，应用先进营销理念，开央视广告投放之先河，开展“习酒献西藏”

“西北-中原万里行”“千里赤水河考察”等一系列活动，至今仍影响深远。

从“三人起家”发展到目前拥有员工12万余人，拥有中国酒业科技领军人才、中国白酒工艺大师、黔酒大师、贵州酿酒大师、国家级评酒委员、贵州省评酒委员、正高级工程师、高级工程师近100人，各类专业技术技能人才2000余人。

这是习酒之快，也是习酒之智。但对习酒而言，“快”是为了更好的“慢”，快中也要有慢。

在“量的合理增长、质的稳步提升”原则下，脱离野蛮增长，缓缓狂奔的脚步，用最充分的准备迎接新一轮的大变革、大发展，感恩奋进，继往开来，奋力谱写习酒高质量发展

崭新篇章。

——比如扎扎实实做好基础设施

建设，为习酒增强发展后劲；

——比如重视科技创新，找准习酒未来发展的着力点、增长点和可行路径；

——比如下大力气培养习酒工匠，撑起质量的“天”、夯实生产的“地”。

这是习酒之慢，也是习酒之智。因为“慢”是“快”的积累，“快”是“慢”的体现。

可以看见，70年的发展，习酒人树立了“已到凌云仍虚心”的品格。

习酒也用快与慢的辩证思考，回答了革故鼎新的习酒70年实践：快，让习酒壮大；慢，让习酒强大。

### ■ 进与退 成就当下风华

2022年对习酒而言，是一关键年份。

习酒上半年营收破百亿；习酒集团组建成立，成为贵州省管大二型企业；习酒迎来创立70年，翻开历史发展新篇章……

一桩桩、一件件大事，都预示着习酒已然步入新的发展阶段，开启新的征程，面对市场的“不确定性”，韧性十足。

但矛盾的是，对行业而言，因为疫情影响，消费场景消失，经销商库存滞销，资金压力进一步加大，酱酒遇冷、行业下行一时间成为热门话题，无数人认为行业步入衰退期已经成为不可逆的事实。

数据显示：2022上半年，全国规模以上白酒企业数量为961家，亏损企业达190家，亏损面为19.77%；亏损企业的累计亏损额为13.41亿元，同比增长65.03%。

结合这组数据可以发现，这一观点似乎并非不无道理。

但事实上，面对白酒行业这个万亿级的市场，还有着另一组更加宏观的数据。

工信部数据显示，1-6月，全国规模以上酿酒企业除白酒产量同比微增0.4%外，啤酒、葡萄酒产量均同比下降，白酒是唯一实现产量正增长的产业。

国家统计局数据显示，今年1-5月，全国酿酒行业完成销售收入3991亿元，同比增长13.98%；实现利润827亿元，同比增长39.72%。

白酒行业半年的业绩，便可占据整个行业前5月超八成的收入、近九成的利润。就行业地位而言，“白酒第一”当之无愧。

两组数据，带来的是两个不同的结论，为什么？

回答这个问题之前，我们先看看习酒的答案。

自2019年以来，行业“寒流”之下，市场上一片“退”的呼声，可对早已洗尽铅华的习酒而言，选择的却是保持战略定力，危中寻“机”，逆势而“进”，全身心聚焦用户，全方位拓展市场。

——如市场结构调整，在做深、做

透、做精贵州市场的同时，全力攻克河南、山东、广东等省外市场，全国化市场之路坚定且执着。

——如在产品结构上“动手术”，大单品习酒窖藏·1988升级焕新，推出高端产品君品习酒，逐渐构筑从低到高完整产品线。

——如不断扩充产能，强化品质战略等等。

可以发现，透过市场这股“寒流”，表面上看是白酒行业中“冷意”层层传递，但对习酒而言，却是促使着自己朝着健康发展不断“升温”。

面对充满竞争的市场，每一步都如逆水行舟，不进则退；而每一个进退之间，又都是取舍。

怎么退？清退一切不符合时代发展的体制机制弊端。

通过创奖行动，清理了旧思维、旧视角、旧理念，让整个管理系统得以进一步优化；

通过“以案为鉴”，推进原材料采购、生态环境、干部人事等多个方面的整治整改；

……怎么进？推进所有有利于现代化企业发展的创新与改革。

开启人才发展“双通道”，首次聘任49位工匠，以质量撑起习酒高质量发展发展的天；

举行科技创新大会，多维度、全方位唱响人才兴企、科学强企的主旋律和最强音，为企业高质量发展筑起“梧桐树”；

推进营销体制改革，调整和优化营销队伍，完善营销体制机制，不断深耕市场，开展落地活动，以体验营销培育消费者，强化品牌口碑；

……面对“疫情”及更深层次的行业调整，习酒行稳致远，销量稳步增长、价格持续上涨、效益稳中有升，市场率先企稳，乘势而上，一跃而起，步入新的上升发展周期。

正是这一进一退之间，习酒成就当下辉煌！

危与机，求仁而得仁，又何怨。

### ■ 攻与守 谱写习酒故事

70年，在霍金所描绘的时间苍茫里，不过白驹过隙，但对习酒来说，却是一部跌宕起伏的奋斗史。

70年，足以改变很多东西，习酒的瓶身变了，标签变了，产品也变得更多了，酿酒人变了，喝酒的人也变了。

但庆幸的是，还有许多更珍贵的东西，在时间的洪流中没有改变：习酒传承下来的匠心精神历久弥香。

30道工序、165个工艺环节……一代又一代习酒人严格恪守“质量就是生命”的质量价值观，把对产品品质的卓越追求，作为对消费者最长久、最真诚的承诺。不跟风、不浮躁，以精湛的酿造工艺和匠心操守，致力于酿好每一瓶酒，确保习酒质量稳定提升，强化消费者心中习酒坚守传统纯粮固态发酵及“习酒是好酒”的观念。

一个“守”字，悄无声息地传递出习酒“受人喜欢”的真实原因，让“习酒是好酒”润物细无声地走进了

每一个人的心底，更契合广大消费者和社会公众发自内心的认同与接受。

因为深埋于坚守之下的璀璨，值得每一个人尊重！

常言道：这世间之事，难得坚持二字。

1952年，仁怀县工业局沿赤水河选址黄荆坪，买作坊、开荒坪，创办贵州省仁怀县酒厂。60年代初，习酒前赴克服三年困难时期，白天辗转各酒厂观摩学艺，夜晚在煤油灯下伏案钻研，他们一锹一铲、一砖一瓦地修缮厂房，徒步往返几十公里外挑粮，延续了习酒生产。

上世纪90年代中期，由于诸多方面原因，习酒出现资金紧张、销售受阻，进而导致市场萎缩、生产停顿。这时的职工每月拿着200元生活费，甚至是数月领不到工资，仍然坚守岗位，自发从家里背粮食到厂里烤酒，更有

主动请缨、自筹路费到市场，走街串巷

推销产品，舍小我、取大我，为小家、建大家。一代习酒人的汗水、泪水乃至鲜血，凝固在习酒这片土地上。

进入新时代后，习酒提出了“崇道、务实、敬商、爱人”的核心价值观，在行业深度调整期，习酒始终践行“君品文化”，强化市场基础设施建设，提高服务质量，不断引进人才和持续创新提升企业竞争力。

习酒坚定全国化发展战略，坚持走质量效益型发展道路，推动产品结构优化调整，持续巩固“习酒·窖藏1988”中高端品牌地位，蓄力推出高端产品“君品习酒”，打造全国强势品牌和主体大单品，顺应消费者对美好生活的需要，迈上了腾飞之路。

70年来，习酒为什么历经风雨而愈发坚强，靠的正是对质量的传承与坚守。

当然，站在70年的坐标上，习酒既有“守”，还有“攻”，因为品牌

的力量在于坚守，也在于创新。

对习酒而言，守品质，攻文化，做文化的实体产业，未来才有生命力和竞争力。

在习酒70年的发展历程中，习酒先辈们在岁月锤炼中逐步升华为习酒的“君品文化”，其核心要义是“知敬畏、懂感恩、行谦让、怀怜悯”。

“君品文化”承载着习酒先辈的智慧精髓，为习酒自强不息、发展壮大提供了强大的精神支撑。这是习酒的根，也是习酒独一无二的品牌符号和文化符号。

在“守”与“攻”的辩证思考之中，习酒深刻厘清了“根”与“魂”的本质关系，穿越发展中的重重迷雾，直抵文化的纵深，不断讲好“东方习酒”新故事，把软实力建设提升到一个新的高度，形成“文化习酒”建设新格局。