

鲁酒群山连绵无主峰。“芝麻香”未兴先乱，在全国各种香型白酒中连千分之一的份额也占不到——

鲁酒振兴，路在何方？

□ 本报记者 逢春阶 杨国胜

“现在接待客商，酒席上几乎看不到喝咱山东白酒的。”在济南某私有企业当部门经理的王传礼对此感到不解。“是咱山东产的白酒不好喝吗？过去在外地吃请的时候，酒桌上见到的几乎都是咱山东产的白酒。而今咱山东白酒这是怎么了？”

品牌知名度低，效益不高

中国酿酒协会发布的资料称，中国白酒产量从1980年后不断上升，2006年达到400万千升，2010年则突破800万千升。从产量来看，消费者对白酒的需求量一直处于增长态势。随着高端白酒的崛起，全国白酒不断“涨价”，盈利空间增大。

山东是白酒生产大省，新中国成立以来到2007年，山东白酒总产量一直保持全国第一。直到2009年，才被四川超越开始成为第二白酒产量省。山东省内有大小酒厂600多家，是地方财政收入的重要来源之一。

山东是白酒消费大省，新中国成立以来到现在每年消费白酒总量一直保持全国第一。但是，从规模看，鲁酒企业诸侯纷争无霸主，全国2008年销售额过50亿元的白酒企业有10家，过20亿元的有50家，而2010年我省过10亿元的酒厂几乎一家也没有；从品牌看，群山连绵无主峰，总体品牌知名度较低，效益也不高。

记者了解到，我省白酒缺少能够引领鲁酒走向全国的品牌龙头企业，外销量仅占总销量的10%左右。就连本省市场也连连失守。近几年，我省精心打造的“芝麻香”白酒，在全国各种香型白酒中连千分之一的份额也占不到。尤其让人痛心的是，省内白酒品牌恶性竞争又现端倪。

以芝麻香型白酒为例。一是恶意炒作“芝麻香起源地与标准”。记者详细查阅省内各大报刊等媒体近半年的广告：景芝在宣传创领芝麻香、芝麻香型代表、地理标志保护产品、芝麻香国家标准制定者；扳倒井在宣传芝麻香领袖、芝麻香原产地、发源地、起源地；趵突泉在宣传芝麻香标准体系承担者……芝麻香型白酒的宣传呈一种乱象。

二是“伪芝麻香”粉墨登场，一夜之间山东各地近20家芝麻香品种的白酒亮相市场。

鲁酒面临危机

一直关注中国白酒业态势的《东方酒业》杂志社的孙延元曾说过：目前，川、黔、苏、皖、晋、陕、冀、京等地白酒快速崛起，巨人林立，纷纷在品牌、资本、市场、团队等方面积蓄了巨大的势能。任何一种外省产品若来山东撕开市场的口子，其他品牌将竞相效仿，纷至沓来。所以，山东白酒危机四伏。

目前的形势让我们想到了上世纪90年代初期。当时鲁酒信奉“广告为王”的营销策略，重拳打造知名度，随之业绩扶摇直上，一时间风头盖过了川酒、黔酒、苏酒、徽酒、晋酒等老名酒大省，山东成为“中国第一酿酒大省”。1997年，鲁酒因央视“标王大战”爆发“秦池勾兑门”事件，“秦池”被打入冷宫。

“勾兑门”对鲁酒的影响及其后果是极其惨重的：1996年全国白酒企业收入前10名鲁酒占四席，分别是秦池9.5亿第3名，兰陵8.3亿第5名，景芝6.9亿第9名，孔府家6.7亿第10名；到2001年，鲁酒全部退出前10名，秦池、孔府家两大“标王”退出人们的视线。

值得反思的是，1997年正当鲁酒遭遇“大难”之时，川酒伺机而动，展开强烈攻势，以

“五粮液”为先锋，携“泸州老窖”“剑南春”“全兴”“郎酒”“沱牌”等“六朵金花”北上。川酒这轮强大的反攻宣传浪潮，来势凶猛，鲁酒根本没有还手之力。随后，川酒横扫九州，全国山河一片“浓”。

而20世纪90年代以前，苏酒在全国还名不见经传。但1998年，江苏省正式提出“振兴苏酒意见”后，在政策上大开绿灯。2000年“洋河”研制独创出了“绵柔型”白酒，命名“洋河蓝色经典”，成为中国白酒工业十大创新品牌，市场业绩扶摇直上。2009年单品销售达到35个亿，带动并成就了洋河集团56个亿的神话。而由“蓝色经典”衍生创新的高点品牌“梦之蓝”已经开始风生水起，并从战略意图上分割高端市场。

贵州省则出台《贵州省白酒产业振兴计划》，到2015年，贵州省将年投资6.5亿元以上，实施年新增2000千升茅台酒技改扩能项目。同时，根据《贵州白酒品牌基地建设方案》要求，到2015年，重点部署黔北、黔中、黔南三个“贵州白酒”品牌基地。黔酒发展势头不可小觑。

振兴鲁酒，刻不容缓

就鲁酒振兴问题，记者采访了著名酿酒专

家、山东轻工业学院食品与生物工程学院院长王瑞明教授，他提出了几点建议：

首先要培植领军企业。政府应针对经济市场化过程中存在的问题，确立白酒市场管理的内容和方式。目前，恶性竞争影响了市场机制的正常运转，政府应在整顿竞争秩序，防止不正当竞争，完善交易法规，维护公平竞争等方面有所作为，适当提高市场的集中度。从振兴鲁酒的大局出发，做好产业规划，培植领军企业。

二是要发扬芝麻香差异化优势，提高品牌竞争力。鲁酒要想完全振兴，必须以芝麻香型白酒为特色，利用产品的“差异化”，全力打造鲁酒芝麻香型白酒品牌。使芝麻香成为推动鲁酒高端品牌和鲁酒板块崛起的核心，力争改写中国白酒格局。

第三，必须规范市场秩序。除了发挥行业主管部门的作用，制止恶性竞争在行业内的蔓延外，还要倡导行业责任，杜绝不良炒作和虚假宣传，这已到了刻不容缓的地步。

鲁酒企业要形成共识，那就是“抱团打天下，和则多赢，斗则俱伤”。必须树立酒质是生存之本的理念。



■ 透视镜

爱护泉水 人人有责

2月15日，在济南市黑虎泉公园琵琶桥西侧的游船站，工作人员将打扫卫生的拖把直接放在护城河里涮洗(左图)。而岸上就竖着禁止洗衣、游泳等的告示牌(上图)。

作为公园的管理者，应率先垂范自觉遵守规章制度，而不是带头违规。“爱泉护泉”是每位公民的义务与责任，公园管理者这样做，着实让人汗颜。

□ 蓬基 晶晶 报道

■ 职场故事

老总可以很随意地转行或者贱卖公司，而她的心血汗水付出，就统统化为乌有了。

老板和员工，谁更爱工厂

□ 苏潘云

老板和员工，谁更爱工厂？这个问题，似乎不是问题，答案显而易见：肯定是老板呗。

错！

女儿为了办出境护照调休提前回家过年。回到家的第一件事，就是“抢滩登陆”“霸占”了我的书房，什么笔记本、移动硬盘、各种表格等等，摆满一桌，不知道的，还以为咱这书房原本就是女儿的办公室哩。

大学毕业不过年把时间，女儿变得深沉很多，瘦削的小脸笑容少了，爱皱眉了。提前回家，公司有些未尽事宜那是难免的，但是没有料到事儿会这样多。电话不断，其中不乏哇哩哇啦的外国语，我和她爸甚感新鲜，面面相觑，惊讶不已。

女儿说，有什么稀奇的，我这话还得得训练，人家过八级的那才叫顺溜。在火车上接电话，周围的人也是充满好奇，一下子看过来，全都不说话了，怪不好意思的。

我有些不平，人家外国人不会说中国话吗？他

们为什么不刻苦学习中文？非得我们去适应他们？

女儿道，他们说的也不是他们本土的语言，而是英语，我们算是公平交流。

这次和女儿频繁通话的外国商人来自南非，叫什么索菲亚，是女儿从广交会上结识的大客户。女儿学做外贸不久，凭着真诚和善良以及比较纯熟自然的口语表达能力打动了这位客户，这位客户愿意下单女儿所在的公司。

下单之前，这位客户亲自到厦门考察了女儿所在公司的总部和工厂以及设备装置，等等。最终能否下单，女儿说她心里相当没底，因为公司老总开有十几家这样的公司，全凭聘请过来的人打理，公司高层内部，人心不是很齐。公司聘请来的高层，多是冲着高薪来的，上班出入不出力的大有人在。在女儿拉来外商之前，他们生产的产品竟然没有一个柜子出口，差不多全靠内销，畅销几乎成家常便饭。女儿和她的同事首次参加广交会告捷，外商一个接一个地来了，

柜子也在不断地出口销往南非国家。成绩出来了，关于业绩如何分配以及外贸部门约定俗成的提成，竟然没有相关规定。因为之前出口这一块一直是空白。

女儿的业绩在公司排名第二。女儿说她暂时不提关于提成这样的敏感话题，只是想先把业绩做出来，公司有了利润，应该一切都好说。拿下好的业绩岂是说说这样简单？！

外商的单子是拿下来了，外商要的货物则需要到工厂里生产呀！问题就卡在这里。工厂里的生产跟不上外商要货的节奏。外商不满意了，不断邮件催催，电话中叫……

女儿烦透了。只好不断地和工厂方面协调，恳请他们抓紧生产按时出货。而工厂有工厂的难处，生产环节上任何一项支出，都是需要繁琐的报告层层上报然后下批。流水线断流，货物怎么出得来？

女儿着急上火了。

看在眼里疼在心上。我试图宽慰女儿：你不是老总，老总都不急，你急也没有用啊！

老总才不急。女儿说，老总十几家这样的公司，有亏有盈很正常的，他会为了某一个外商不满意而着急？门都没有。要是手下报告，哪个公司不挣钱甚至亏钱了，老总立马可以宣布，那就卖掉算了，或者转行做别的……

女儿说，她比老板更爱公司。老总可以很随意地转行或者贱卖公司，而她的心血汗水付出，就统统化为乌有了。

你也可以跳槽的，树挪死，人挪活，不是吗？是的。可是也不能老是跳来跳去啊，总得定下来做些成绩出来。

咳，老娘我不才，到今天才明白，原来员工比老总更爱工厂乃至整个公司啊！

说真的，女儿如此敬业爱岗的主人翁精神令我刮目相看，肃然起敬。

■ 减压舱

走出“职场自闭症”

□ 柴立亭

有调查显示，职场中有将近60%的人，因环境、压力等原因，而产生“职场自闭症”。同事之间无话可说，跟客户打交道也尽量选择邮件、聊天软件等虚拟途径，打电话时很纠结；与领导的交流就更少了，总希望能把谈话时间缩至最短，并尽快结束。

感觉跟他们不是“一拨的”

小林刚到公司时，同事聊天或是聚会之类的，大家还问她去不去，可是因为当时她跟大家不熟，不太好意思参与，所以就找借口推脱。“也许大家以为我不愿参加，后来就很少叫我去。”渐渐地，小林发现，连开会的时候大家也总是忽略她，很少问她的意见。以前是不好意思说，可现在想说了，反而连开口的机会都没了。“我总是觉得，自己跟他们不是‘一拨’的，是不是大家都不喜欢我呢？”对此，小林非常困惑。

多说一个字都累得慌

今年30岁出头的方青是某外企的高管，在外人看来，她的工作既高薪又有面子，可多年的工作压力，使方青有些“外表光鲜，内心憔悴”了。“唉，我现在多说一个字都觉得累得慌。”由于方青的状态不佳，最近还跟一个同事发生了小误会。前两天，一个同事跟方青汇报年底工作总结，同事口沫横飞地说了将近半小时，方青则目光呆滞，毫无反应。同事一遍遍地问她，“当时我不知道怎么表达才好，既然你给我分配工作，我就想尽量做好，可是越做越不好。”

你到底能不能完成啊

两个月前，某美资企业的业务部经理Frank让一个员工做报表，要求半个月后交。“如果当时他跟我说，做出报表有困难，那么我可以换人做。”可这个员工并未有任何为难的表情，也没有提出任何异议。Frank本以为没有问题，可是半个月后，当他要报表时，问题来了。

“我找他要报表时，他说还没完成，我问他有什么困难，他也不说。”在Frank一再追问下，该员工才将制作报表中遇到的问题，一一列举出来。Frank很奇怪，为什么当初不直接跟他提出来，或者制作过程中跟他沟通一下呢？员工的回答使Frank哭笑不得，“当时我不知道怎么表达才好，既然你给我分配工作，我就想尽量做好，可是越做越不好。”

不良的心理状态要及时调整

对于新员工来说，大多是由于个性特征、年龄差异等因素无法融入集体，而导致自己被自己“晾在一边”。因此，在新集体中要树立自信，不要怕说错话而排斥与人接触，只有多积极融入其中才能形成顺畅的沟通渠道。与领导打交道，有疑问及时提出，有成绩如实汇报，只要态度诚恳谦和，真正完成了工作，领导自然会看到。

从公司管理层的角度看，则应该考虑化解员工对工作潜在的不满情绪或是职业倦怠感，做好他们的心理疏通工作，也可以多组织一些员工间的集体活动，激发员工的自我调节，调整不良的心理状态。

职场版联系电话：0531-85193407

职场版电子信箱：liujun@dzwww.com

■ 三十六计

“最少三年”

□ 王黎明

职业规划专家建议：在一个工作岗位最少三年再考虑换工作。因为如果工作期限不到三年就离职，离职者将会面对企业投来的异样目光，在新单位很难施展才华。但为什么是三年，而不是五年呢？这是因为大家已经形成了共识，“工作三年左右就能看出业务熟练度了”，或者“工作不到三年就换工作，肯定能力有问题”。

如果谈到离职的最佳时机，就需要更加明确地认识到，企业选拔高管时，并不是单纯看应聘者是否担任过相关职务，而是看他业务流程和管理体系的经验，对职务的全面了解。

要符合上述条件需要一定的时间积累。像超市里计价的营业员，他们的工作单一，进行几个月的磨合就足够了。相反，医院咨询师或高尔夫球场设计师这种本身存在很多变数的职业，通常需要五到十年的时间才行。因此，我们应根据每个职位的不同属性来确定离职时机是否成熟。当具备了很强的业务执行能力后再自信地选择离职，这样可选择的范围才会更大。

只是，请记住“最少三年”这个通用标准吧！一个刚进公司的新员工，刚工作一两年就

换工作，新公司不会把他当做有经验的员工。因为他还处于学习阶段，只不过是一个需要继续培训的员工而已，还不能完全信任地把工作交给他。

在一个岗位上，要熟练掌握业务通常需要两年的时间，三年以上才会对公司的业务体系和流程有一个较为全面的了解。相反，过了五年甚至十年，对换工作完全不关心也是不可取的。也就是说，一味追求稳定性，而错过了换工作的好时机也是不可取的。

要想成为成功的管理者，就要以价值投资为基础，同时增加技术投资，注重专业性的积累和自身价值与品牌的培养，果断地抓住时机。

离职时必须遵守三个原则：

第一原则，将离职次数降至最低。错误的判断会毁掉你的经历，会让你没有时间去适应岗位和业务。

第二原则，保持持续性。离职的时候，尽可能地保持与原来工作的持续性。

第三原则，不要砸了自己的招牌。离职的次数多了，其发展趋势就像抛物线一样，即使本人再努力也不会找到比现在更好的工作。

