

酒神了

石季

诗酒工程白皮书

I 207.2
H647

《酒神醉了》诗酒工程白皮书



花城出版社



20018696

目次

- 1 前言
- 2 感谢相遇

工程·起源

- 6 一首诗转让 1000 万
——“《酒神醉了》诗酒工程”隆重招商
- 7 “《酒神醉了》诗酒工程”导言
- 9 “《酒神醉了》诗酒创新销售方案”导言

工程·价值

- 14 《酒神醉了》探秘
- 18 富起来的痛苦
——赵红尘访谈录
- 23 “《酒神醉了》诗酒工程”价值何在?
——“《酒神醉了》诗酒工程”办公室答读者问
- 25 中国酒文化产业前途无量
——酒界名人论酒与酒文化

声音·酒界

- 28 “《酒神醉了》诗酒工程”助你创酒文化第一品牌
——酒界人士谈“《酒神醉了》诗酒工程”

声音·诗界

- 36 诗人醉了诗歌醒着
——诗界人士谈“《酒神醉了》诗酒工程”

声音·读者

- 48 “中国酒文化第一品牌”具有无法估量的价值
- 50 我和朋友们很关注“《酒神醉了》诗酒工程”

52 《一首诗转让 1000 万》仿如平地惊雷

53 一首诗要卖 1000 万？

附录·备忘

61 赵红尘

62 红尘寄序

64 红尘

66 “《酒神醉了》诗酒工程”备忘录

石

诗酒工程白皮书

前言

中国是酒生产、消费大国，至今全国有4万家酒厂，仅白酒消费群就达3亿人。酒的生产、消费过程一方面是商业行为，另一方面昭示文明行为。在酒消费过程中所体现出来的民族习性、社会风尚、人文情操构成酒文化形态。酒文化形态是民族传统文化组成部分，是酒生产、消费最高比值。

中国是诗歌传统大国，诗是中国传统文化中的精华，更是酒文化中的精华。将优秀诗歌，尤其是现代诗与优质的中国酒完美结合而产生“诗酒”新品种没有人想过、更没有人做过。这种横跨诗、酒两界将诗歌艺术发展与酒产品发展融为一体，创造出的诗酒文化前无古人。

有关赵红尘潜心诗酒创作此前鲜为人知。3600行的《酒神醉了》展现面前，才气纵横、放歌古今、回肠荡气、酒香四溢，具有天空般的宽广和高远。令人一读再读，流连忘返，陶醉其中，将我们带入一个诗与酒构成的梦之国。

中国文学如何在保持艺术性的同时与企业联姻共赢？如何在全球经济一体化中寻找新路向？出于对两者的关注和探询，“《酒神醉了》诗酒品牌工程”的隆重启动，也许能给出一个有效的提示。酒界、诗界、商界权威人士和有关专家、学者及社会各界对此项工程众说纷纭，很快掀起一轮罕见的文化讨论热潮。目前，水波继起，巨浪暗生，正值推波助澜之时，我们期待更多的关注和参与——



2

感谢相遇

诗酒工程专家组

宗 仁

“《酒神醉了》诗酒工程”自1996年春赵红尘先生创作《酒神醉了》长诗拉开帷幕至2002年春基础工程转让成功，历时七个春秋，2555个日夜。最初是一个人的想法、做法，现在是全国酒界龙头企业斥巨资合作，一首诗转让价值千万元，超过世界最高奖诺贝尔奖奖金，社会哗然，世人震惊。“这是奇迹！”“这是一首什么样的诗？”“红尘是谁？”“这是怎么样的策划？”“策划人是谁？”……

作为诗酒工程专家组成员之一，此刻我的心情平静，有一点沉重，任重而道远；此刻我的心里有一种感激和甜蜜：在白天、夜晚，在休息、工作时，在共处或独处中，一组旋律在脑海反复萦回：感谢天、感谢地、感谢命运让我们相遇……

1998年春我陪原国家农业部刘培植副部长去茂名考察，与诗人红尘相遇荔枝园，结为挚友；2001年我完成国家人事部工作回到了广东，与年轻的总编辑蔡洪波相遇，成为新朋；在羊城晚报社门前偶遇11年失去联系的汪洪（她如今已是广州两家企业的老总）；在工程实施中，结识热诚好客的林柳董事长，温文尔雅的刘长春和谭智文经理，学识渊博的田瑛主编，年轻能干的王海荣站长，千里会诊的孔教授，认真负责的罗若云，还有胡山、戴琥、桑田、包军、蔡一飞同仁，楼兰、黄道、陈道威、陈正略、吴明良同仁，专家组各位专家同仁，这些老友新朋，问仁志士，给诗酒工程以热烈支持，做出重要贡献，没有他们就没有今天的成果。

在工程推进的日子里，在无数的相遇、相逢、握手、举杯、碰撞、争论、低潮、高潮、误解、理解、信任和帮助中带给我最真切最美好的感受和感动的是他们。



3

诗酒工程二期工程即将动工，新的挑战就在面前。前途是光明的，道路依旧会有风雨，“我的梦里有高山大川。”值此，我代表专家组向给予我们热诚支持的酒界、诗界、政府主管部门及社会各界热心朋友，尤其是新闻界的朋友致以真挚的感谢！向工程办同仁各部同仁致以深深的敬意，你们是诗酒工程过去、现在、将来成功的惟一保障。

2002.5.18



诗酒工程白皮书

工程·起源



6

一首诗转让 1000 万

——“《酒神醉了》诗酒工程”隆重招商

由著名青年诗人赵红尘创作、著名策划人及诗歌界、酒界权威人士共同参与的“《酒神醉了》诗酒品牌创建工程”整体方案已通过论证、正式启动。

“《酒神醉了》诗酒品牌创建工程”是迎接中国人世，为振兴中国酒业、从传统酒文化中提纯诗的精华，采用诗与酒的破天荒结合法，让诗与酒从形式到内容真正合二为一，从而创建一种全新的高尚酒种。运用空前的营销、宣传策略，实现“三高”（高质量、高品位、高利润）打造中国酒文化第一品牌。

“《酒神醉了》诗酒品牌”方案由五个主要部分组成：

●著名青年诗人赵红尘历时六年在饮酒过程中半醉状态下写出的神秘之诗《酒神醉了》。全诗约 3600 行，乃世界诗歌史上写酒的最长篇。

- “《酒神醉了》诗酒”商标。
- “《酒神醉了》诗酒”创新销售方案。
- “《酒神醉了》诗酒”创新宣传方案。
- “《酒神醉了》诗酒”酒盒、酒瓶设计方案。

经专家论证“《酒神醉了》诗酒品牌创建工程”方案实施操作，正常投产后预计年超亿元以上利润和巨大的社会美誉度。为了加快推进工程进度，决定采取公开招商的方式，合作开发。

●面向海内外酒类企业转让本工程巨大的无形资产、知识产权，转让价 1000 万元；

●接受方条件：具备一定经济实力；具备良好的企业形象；具备争创中国酒文化第一品牌的潜质。

（原载 2002 年 1 月 9 日《羊城晚报》、2002 年 1 月 10 日《新闻周刊》）

石

诗酒工程白皮书

“《酒神醉了》诗酒工程” 导言

■ 黄 道

时值中国加入 WTO，全球经济一体化的时代已经到来。人们的思想观念和行为方式随着经济大潮急剧冲击，使不可能成为可能，促使事物从外在到内在达到高度的和谐统一。将精神产品诗歌与物质产品酒水融为一炉，首创一种惊世的人文酒种，从而焕发出无限商机，这无疑是一次激动人心的创举。著名青年诗人赵红尘以诗的视角，从一滴酒液中燃起漫天的火焰，使诗神与酒神结为一体，加入市场经济大合唱，这将是一个意义非凡的奇妙景观。一切与诗和酒有着浓厚因缘的人们都应当为之欢呼和庆贺。

没有人可以怀疑这样一个冷酷的现实——经济急剧转动的车轮将诗歌写作推到极其有限的圈子里，以诗言志作为诗人内心的呼唤难以唤醒大众疲惫的灵魂。诗歌由于精神力量的丧失和一味追求语言的华丽被世俗的风尘掩盖了她本质的光辉。作为源于文学母体的最崇高、最高贵的血脉变得衰竭。自古以来没有人相信，更没有人敢于尝试，诗歌可以直接转变为巨大的物质财富，从而拯救诗人贫困的命运。诗歌与贫困的相等式令多少诗人困惑不已，埋怨甚至愤怒都是软弱的表现，诗人只有自己起来救自己。另一种现状也令人忧心忡忡——曾经红火的白酒行业近几年来不断萎缩，缺乏诗性的酒产品在生活的泛滥中成为庸俗的酒精饮料，在以利益为驱动力的交换行为中降低了品格。泛酒的时代成为无诗的时代。所有这些，都是由于我们忽视了一个最容易而又最难发现的内在联系——精神财富与物质财富如何在传统的对立中统一起来。

以酒为诗并非赵红尘一时商业意识的情感冲动，而是源于他久远的诗酒渊源。他天生好酒，经常在醉的状态中放歌从而感悟到诗与酒的本质联系，一滴酒液闪烁绵绵不断的诗性光辉。从 1990 年 3 月第一次醉酒写出《酒之大国》（发表于 1991 年 3 月号《诗人》杂志）中，赵红尘就深入摸索着以酒为诗的道路。他在 1997 年第 6 期《花

石

诗酒工程白皮书

8

城》杂志发表 38 首闪耀着罕见神性光泽的《天地十四行》后开始沉默，转向诗酒的研究。多年来，赵红尘在报业、写作与商业活动回旋辗转，在丰富多彩的社会实践与灵魂的拷问中放宽了他的视野，区别于同时代的所有诗人。他一边饮酒一边写诗，从无数次仙醉中领悟酒神精神的力量，神秘的诗篇脱颖而出，闪烁着酒的光芒也闪烁生活与生命的光辉。真理让超然的诗句道出。他成就“《酒神醉了》诗酒工程”是一次水到渠成、秋熟果落的自然过程。一首诗转让 1000 万对他本身来说并不重要，重要的是他以真切的社会与写作实践成就了精神与物质的高度契合，重要的是他对长期以来古今中外在形态上相分隔的诗与酒的本质统一起来的成功探索，重要的是他将酒的诗化与诗的酒化提高到一个崭新的层次，为文化与商业的结合开创新天地。

经济变革的时代是一个转轨与重建的时代，更是一个创新与发展的时代。“《酒神醉了》诗酒工程”为一切文商结合的实践输入空前的创意，也为人们提供了借水行舟、发展自我的杰出范例。把“《酒神醉了》诗酒工程”喻为一次伟大的诗酒行动并不过分，它不仅仅局限于对写作为归宿的人们而言，而且是对生于酒之大国的广大民众而言，泛酒的时代应当成为诗性充沛的时代。《酒神醉了》所到之处，也是诗歌叩访之处，创意盈贯之所。在这个过程里，行为与内心在塑造、在升华。

石

诗酒工程白皮书

“《酒神醉了》诗酒创新销售方案” 导言

■季 平

一、中国白酒企业现状与出路

白酒是中国特有的酒种，全国白酒生产企业 4 万家，白酒消费群体达 3 亿人，为世界之最，白酒行业在国内获得了蓬勃的发展。虽然曾经红火的白酒市场近几年来不断萎缩，销量有所下降，但 2000 年开始反弹，主要得益于骨干企业和重要品牌的产量、效益有了较大的增幅。

由于近年来酒饮料的多元化打破了过去白酒一统天下的局面，使白酒效益不如从前，但名优酒份额扩大成为市场一个亮点。可以清楚地看到，中国白酒业整体处于内部调整和升级阶段。地区性品牌与国家品牌抗衡，割据一方；大型白酒集团从产品经营走向品牌和资本经营，努力寻找全新的突破点和经济增长点。

全新突破点和经济增长点在哪里？如何实现这两点？这是全国关心的问题。中国酒业权威专家、素有国酒之称的贵州茅台酒股份有限公司董事长袁仁国先生深思熟虑之见解为国内业界普遍接受：“今天，当知识经济初现端倪，知识已成为社会经济发展的根本动力时，文化对于酒业发展的重要意义也因此凸现，从而使中国白酒业迎来了一个孕育着深刻质变、根本飞跃的全新发展阶段，这就是‘文化酒’时代，白酒市场趋于饱和、过剩现象，持续以久，能够寻找的市场空间越来越少，但从‘质’的角度来说，市场依然可以在创造中出现，有时候，一个新策略，一个新品牌可以培育和启动一块新的市场空间，使看似饱和与恒量的市场立即活跃起来。在这样的实践指导下，‘名牌背后是文化’已经成为越来越多的企业家的共识，从卖酒到卖文化也就成为大势所趋，必然成为白酒市场的独特景观。”

未来中国白酒生产经营的出路是文化品牌的提升和竞争，将白酒生产经营融入丰富的人文理念与精神内涵，比之从前以广告、包装、

石

诗酒工程白皮书

10

促销、价格战等等单纯的品牌范畴竞争来说无疑是一个完全不同的境界和层次的竞争。这就验证了世界名酒名饮协会副主席孙中林所说，谁的企业能“巧妙地把中国酒文化与当前世界商品经济发展和科技进步紧密结合，把历史文化和现代生活内容紧密结合、努力开拓，谁就能在中国酒文化产业中发展起来，兴盛于世界酒文化产业之林。”

综上所述，中国白酒业、白酒企业发展根本出路是创建酒文化品牌。

二、初级阶段酒文化呼唤诗酒文化

我国白酒具有很深厚的文化底蕴和悠久的历史。这为白酒文化营销创造了坚实的基础，从近年白酒企业发展看，一批批名不见经传的白酒企业确实是因打文化牌脱颖而出迅速成长壮大起来，茅台系列酒、五粮液系列酒、酒鬼酒、水井坊、泸州老窖、古绵纯酒、云峰酒业等；另一方面在白酒文化经营中有不少企业走入了“文化营销”误区，其问题有文化营销与产品质量不统一，文化营销概念与产品特点相背离，文化营销与企业经营理念有差异；在广告投放方面，泡沫现象仍严重存在，在过去的一年中全国白酒企业投放的广告费有一半被浪费掉了，巨额广告轰炸市场，不仅成倍增加成本，更严重的是造成消费者对产品实际价值的怀疑，产生对经营者的逆反心理。还有很多广告在诉求与产品之间存在差异，广告战略与企业经营战略不配套；在建立以企业为中心的销售网络方面，经过几年的发展都不同程度地取得了一定的成绩，但问题多多，如在中间商管理停留在“物”上，企业内部管理职能之间协调不利，营销人员结构及队伍不稳定，业务管理缺乏完整有效措施，终端服务不到位，缺乏系统化管理，照搬别人经销方式，跟进别人营销策略，推行不负责任的“买断经营”和完全走终端路线等等。

以上这些种种问题都说明中国白酒这一特殊商品营销市场从本质上说还处于初级的粗放型经营时期，尽管很多企业认识到自身存在的问题，但要想出新的好的办法来解决和克服则不是易事。现在消费者文化程度文化品位提高了，选择性强了，每位消费者心中都清楚喝什么酒，怎么喝，怎么买，这种个性化的消费，当然对酒经营者提出了更多的创意策划要求。

石

诗酒工程白皮书

《〈酒神醉了〉诗酒创新销售方案》在深入、全面研究、分析国内白酒企业市场销售现状前提下，总结各方经验，针对各类问题别开生面，另辟蹊径开拓出一条古今绝无仅有的新道路、新办法，这种新办法将从根本上杜绝和克服以上营销中的种种弊端，使《酒神醉了》诗酒文化品牌、内容、形式有机融合一体，将成为中国白酒业最赚钱、最省钱、最简捷、最有效、最优美的销售方法。初级阶段酒文化呼唤高级的诗酒文化。

三、赵红尘与诗酒文化工程

赵红尘先生十年来致力于中国诗酒文化开创、研究与实践，以他创作的长诗《酒神醉了》为标志，拉开中国诗酒文化帷幕。诗酒文化是中国酒文化中重要组成部分。赵先生创建中国诗酒文化，旨在通过文化中的精粹——诗歌与酒更紧密的结合方式，来发扬中华民族优秀传统文化，促进中国酒业、酒文化良性发展，同时开辟中国诗歌新路向，创一代诗风。为了实现这个目标，他长达6年之久，采酒神之精华，倾青春之神气，苦心研究，潜心创作，在创作中遍尝百种酒，会过千位友，品味各种酒性，倾听各种心声，在南国海滨与长空对话，与浪涛交谈，在写作《酒神醉了》期间不止醉过千次。如今这部世界诗歌史上写酒之最长诗篇终告完成。全诗3600行，文采飞扬，荡气回肠，放歌古今，诗泉奔涌如醇酒流香，令人一读再读，陶醉其中。

《酒神醉了》长诗是赵红尘先生创建的诗酒文化工程奠基之作，主体是通过创建《酒神醉了》诗酒品牌来构建中华诗酒文化灿烂星空。

中华诗酒文化是一项巨大的工程，需要方方面面的支持和配合，尤其需要酒业企业参与合作。千里之行始于足下，目前长诗《酒神醉了》著作权已在广东省版权局登记，《酒神醉了》长诗图文商标上报国家商标局申报注册，《〈酒神醉了〉诗酒创新销售方案》和《〈酒神醉了〉诗酒创新宣传方案》已经完成，知识产权已获得国家法律保护。

经过数月的商谈，“《酒神醉了》诗酒工程”已经达成转让合作协议，预料文化史、经济史将诞生一个精神与物质完美结合的典范，启迪千千万万个后来者。



诗酒工程白皮书

工程·价值

