

图书在版编目(CIP)数据

酒鬼记 / 郑作时著. — 杭州 : 浙江人民出版社, 2008.10
ISBN 978-7-213-03871-6

I. 酒... II. 郑... III. 上市公司-企业集团-经济史-湖南省 IV. F279.246

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第151414号

书 名	酒 鬼 记
作 者	郑作时 著
出版发行	浙江人民出版社 杭州市体育场路347号 市场部电话 (0571)85061682 85176516
责任编辑	朱丽芳 周为军
责任校对	张谷年
电脑制版	杭州兴邦电子印务有限公司
印 刷	杭州钱江彩色印务有限公司
开 本	710×1050毫米 1/16
印 张	13.75
字 数	18万
插 页	5
版 次	2008年10月第1版·第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-213-03871-6
定 价	32.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与市场部联系调换。



目录
Contents

代序 标本的意义和它的重生 /1

第一章 大舞台 /1

- 大事件 /3
- 雾里湘西 /6
- 兵与酒 /10
- 自然神赐 /13
- 湘西酒业 /14
- 湘泉酒出世 /15
- 等待点睛的龙/19

第二章 大师与美酒 /23

- 点睛之人 /25
- 点睛之笔 /28
- 龙腾之时 /32
- 湘泉酒 流行是如何被引爆的 /34
- 从最高点起飞 /37

第三章 酒鬼酒诞生 /41

- 湘泉酒之后 /43
- 酒鬼酒诞生 /46
- 湘泉酒之翼 /52
- 高速发展 /59

第四章 茅台之上 /63

- 无冕之王/65
- 得失之间 /67



目录 Contents

耐力之拼 /69
五香之外 /71
另立门派 /75
敲门之行 /78
不可复制的假设 /80

第五章 酒鬼酒迷路 /83

湘泉战略 /85
路径漂移 /87
可怕的 2020 /88
强行扩张背后的逻辑 /89
遭遇低迷 /94
与假酒搏斗 /96
不愉快的合作 /98
踉跄酒鬼 /100

第六章 酒鬼酒受辱 /105

蒙灰的金字招牌 /107
神秘刘虹 /109
成功事件 /112
追逃 /117
资本市场玩家为什么不可以
做实业 ?/120
酒鬼酒教训 /122



酒鬼记

目录
Contents

第七章 中糖来了 /125

为什么是中糖 /127

盘清酒鬼酒/130

改制之路 /133

艰难买入 /135

多赢结局 /136

新国企 新酒鬼酒 /138

第八章 酒的女儿吴晓萍 /141

长远之计 /143

为酒而生、与酒相伴 /144

渐入辉煌 /147

耀眼之星 /149

酒鬼酒之缘 /151

新酒鬼酒的新挑战 /153

完成馥郁香 /155

吴晓萍的酒鬼酒意义 /156

第九章 酒鬼酒重生 /159

当工业家遇上美酒 /161

叫板茅台 /164

新生 /167

黄永玉要素 /170

决裂 /172

聚焦 深耕湖南 /175



酒鬼记

目录
Contents

第十章 酒鬼酒的中国意义 /177

争吵的股东大会 /179

酒鬼酒的底气 /180

酒鬼酒命运与它的中国意义 /182

当酒鬼酒套上中字号 /184

后记 重生者的命运 /188

代序

标本的意义和它的重生

在这本书里 我们要来讲述一个酒的故事 ,一个中国白酒品牌和一个著名的中国艺术家的故事 ,一个中国白酒生产企业 50 年的故事。

这是一个典型的中国企业的兴衰故事。一种出自乡野但奇香无比的美酒 ;一个无师自通、闻名海内外的大画家和几个不甘平凡、有志于做点事业的普通中国人 ;一方落后却非常美丽的多山之土和一个国门初开、万物复苏的环境 ,把这些要素加起来 ,就组成了一个辉煌一时 ,却又很快沉寂的中国公司的历史。

—

作为一个中国公司的长期观察者 ,作者是怀着惋惜而又沉痛的心情来记录这个曾经名噪一时的著名品牌的沉浮的。酒鬼酒和湘泉酒 ,这两种产自湖湘宝地的名酒 ,其质地是那么的醇厚醉人 ,它一度有希望代表中国白酒产品走出国门 ,在世界范围内的经济竞争中取得一席之地。但最后却无力地倒在了一张由文化、制度和人事等一系列因素织成的密不透风的网上。

这是中国公司的宿命吗 ?如果说在现代科技领域里 ,中国公司因为数百年来的积贫积弱无法与西方公司展开全面竞争 ,那么在传统领域里 ,至少在像白酒这样不需要多少高科技手段的产品方面 ,中国公司完全有理由也是有能力和西方公司平起平坐的。

酒鬼酒和湘泉酒 ,应该就是这样的产品。它们的工艺和原料 ,决定了它们的与众不同 ,而这些都是上苍所赐和多年民俗文化的积淀。可以说 ,酒鬼酒和湘泉酒的流行和辉煌产生于改革开放之后 ,也是站在整个楚文化基础之上的。而类似的产品还有不少 ,比如说中国布鞋、中国功夫、各地的小吃。这些其实都是祖先给我们留下的珍贵遗产。

但从现实来看 ,这些产品都没有形成竞争力。在这些吸收了中国文化精华的大量优秀产品身上 ,集中了中国数千年历史的文化和景观 ,但直到现在为止 ,都还是免费向世界开放的公共资源。我们可以在北京簋街的古董小摊上看到它 ,可以在陕西乡村的秦腔舞台上看到它 ,也可以在草台班子的杂耍艺人的身段上看到它。这些也许在千年之后可能会进入大英博物馆的珍品 ,却从来没有被好好地组织成商品 ,赢得它真正的价值。

这就是酒鬼酒和湘泉酒 ,以及它们背后一系列人和事值得被记录的原因。在曾经贫穷的湘西 ,一些人通过努力 ,将它独特的气候和农产品有机地结合在了一起 ,酿出了两种美酒和一段属于湖南湘酒鬼有限公司的辉煌 ,并因此造福了一大批这个企业的员工 ,甚至成为这个美丽而落后的地方的支柱产业。我们还可以深究的是 ,在具备了天时地利人和的情况下 ,一个像酒鬼酒这样的名牌 ,究竟应该如何做才能生发、壮大 ,成为民族工业的一个强有力的支柱。

作为一种美酒 ,酒鬼酒和湘泉酒出现于共和国成立之初 ,作为一个企业 ,湘酒鬼公司崛起于改革开放之初 ,鼎盛于民族工业最兴旺的 20 世纪 90 年代 ,衰落于 21 世纪中国市场全面竞争开始之时。作为一个珍稀的标本 ,湘酒鬼的现实意义在于 :其兴也勃、其亡也忽 ,那么 ,同样的一群人 ,同样的一个工厂 ,其兴为何 ,其亡何为 ?总结过去 ,对于现时已经重组、由国家央企掌控的酒鬼酒股份公司来说 ,将为未来开辟道路 ;对于当下还在不断变化的中国民族企业来说 ,则是一个重要的阶段性标本 ,而对于更广大的消费者来说 ,了解湘酒鬼 ,了解这种身处边地而名扬四海的美酒 ,则更是一种难得的经历。因为湘酒鬼的这个故事 ,其

传奇性和现世性 就像一部中国改革开放的活历史 ,在吉首这个不大不小的城市里演绎。这会比任何一部叙述中国商业史的大戏更传奇 ,当然更为重要的 ,是它的真实。

湘酒鬼这个故事的更深一层含义 ,在于它的喻意。作为一个国家的民族工业 ,国有企业曾被比喻成国家队 ,而在一段时间内 ,民营企业又被视为中国经济的救星 ,到了 21 世纪 ,新型的以股份制企业为代表的经济体则成为主流。湘酒鬼公司就经历了老国企、民企改造型国企和股份制新国企三个阶段。它在每一个阶段的沉浮 ,都是一个时代的印证。中国民族工业的组织形式向何处去 湘酒鬼是一个非常好的参照 ,这个企业有非常好的产品 ,有政府的支持 ,也有人才的储备 ,更有良好的声誉。这个参照系 ,几乎就是为企业的组织形式与其所处的时代相匹配而生的。从它的沉浮中 ,我们可以清晰地看出每一种组织形式的成与败、功与过、甚至罪与罚。关注它就是关注中国企业的组织变迁。

很多白酒都可以被点燃 ,而酒鬼酒点燃之后的火焰很特别 ,那种蓝色 ,淡得几乎看不到 ,但只要靠近 ,就能感觉到其中的热量。这种火焰 ,就像酒鬼酒的命运 ,它曾经像一颗流星在中国经济的夜空里一闪而过 ,让众人看到了一小段身影 ,然后就熄灭了。而现在 ,有人试图再次让它燃烧起来 ,那么它还能被点燃吗 ?

本书将以数十万字的篇幅 ,来寻找这个问题的答案 ,这里且让我们保持一个悬念。

二

不过 ,要深入了解湘酒鬼的这个故事 ,我们必须对中国白酒有一定的认识。在外行看来 ,酒无非是水、粮食发酵后的一种混合物。但是对于以此为业的内行来说 ,中国所出产的白酒 ,是中国文明的一种代表 ,是中国文化的象征。为此 ,我们在开始这个故事的叙述之前 ,不妨粗浅地

了解一下酒、白酒和中国白酒的基本历史和知识。

酒源于何时？

这是一个无答案的天问。

自从人类从事农业生产 ,就出现了酒类。从人类社会的发展及微生物学原理推测 ,最早的酒应该是水果酒 ,其次是奶酒 ,最后为粮食(谷物)酿造的蒸馏酒。水果中含有糖类的果汁 ,如暴露于皮外 ,果皮上常附有酵母 ,在温度适宜的条件下 ,果汁就会发酵成酒。动物家畜的乳汁 ,其中含有乳糖 ,同样可经酵母发酵为奶酒。谷物酿酒要复杂得多 ,粮食中的主要成分是碳水化合物 ,不是糖而是淀粉 ,淀粉需经淀粉酶分解为糖 ,然后由酵母的酒化酶将糖变成酒。凡是有着悠久历史的民族 ,几乎都有一部好酒和名酒的酿造史 ,如法国的葡萄酒、德国的啤酒、俄罗斯的伏特加等等。

中国是制曲酿酒的发源地 ,有着世界上独创的酿酒技术。我国粮食酒中最早出现的是黄酒 ,被称为酿造酒 ,又被称为发酵酒 ,是不经过蒸馏的。随后才出现蒸馏酒 ,即中国白酒 ,这与蒸馏器的出现有关。日本东京大学名誉教授坂口谨一郎曾说中国创造酒曲 ,利用霉菌酿酒 ,并推广到东亚 ,其重要性可与中国的四大发明相媲美。

中国酒起源于何时 ,迄今说法不一。商代甲骨文中已有“醴”字 ,《淮南子》说：“清醴之美 ,始于耒耜。”《尚书说命》记载：“若作酒醴 ,尔为麴蘖。”最早的文献记录是“鞠蘖” ,发霉的粮食称鞠 ,发芽的粮食称蘖 ,从字形看都有米字。《说文解字》说：“蘖 ,芽米也。”米 ,粟实也。”由此得知 ,最早的鞠和蘖 ,都是粟类发霉发芽而成的。后来麦芽替代了粟芽 ,蘖与麴的生产方式分家 ,开始用蘖生产甜酒(醴)。到汉朝蘖酒一直很盛行。北魏时用谷芽酿酒 ,所以在《齐民要术》内无麴蘖的叙述。明代宋应星著《天工开物》时说：“古来麴造酒 ,蘖造醴 ,后世厌醴味薄 ,逐至失传。”据周朝文献记载 ,麴蘖可作酒母解释 ,也可解释为“酒”。例如 ,杜甫《归来》诗里有“凭谁给麴蘖 ,细酌老江干” ,陈驹声有“深深麴蘖日方长”

的诗句，这里“麴蘖”也是指“酒”。

中国酒酿造始于何人，其说法也不一。战国时期《世本》：“仪狄做酒醪，变五味。”这是最早造酒的文字记载，汉朝许慎《说文解字》：“古者仪狄作酒醪，禹口尝之而美，遂疏仪狄。杜康作秫酒。”至今杜康造酒之说广为传颂，乃至日本人将酿酒工统称“杜氏”。更有曹操《短歌行》：“对酒当歌，人生几何，何以解忧，唯有杜康。”有人认为杜康是酿酒的祖师爷，但疑问颇多。宋高承在《事物纪原》一书中说：“不知杜康何世人，而古今多言其酿酒也”。说明杜康究竟是哪个时代的人，尚未搞清楚，何况当年杜康酿造的酒绝非今日的蒸馏酒。

三

白酒是用酒曲酿制而成的，是世界上独一无二的蒸馏酒，通称烈性酒。酒曲在历史上被称为麴，麴在《辞源》中的解释为酒母，即酿酒或制酱的发酵物，亦作“麴”。麴或麴的简化字为曲。粮食经发酵并加入酒曲之后，就被酿成了白酒。

早期白酒的酿造，关键在于酒曲，而酒曲经过不断的技术改良，由散曲发展到饼曲，最终形成大曲和小曲。大曲中的主要微生物是曲霉，主要见于北方天气寒冷的各省。制造大曲的原料为大麦、豌豆或小麦，比如说汾酒、西凤酒大曲及茅台、泸州酒曲等。因大曲制造原料为麦类，常被称为麦曲，其形状似砖，又被称为砖曲，曲块大和用曲量多，所以被通称为大曲。小曲酒的主要微生物是根霉和毛霉，南方亚热带的温暖气候有利于生产小曲及小曲酒。制造小曲的原料为大米或稻糠，有的还加入中草药，如邛崃米曲、董酒米曲；有的不用中草药，如厦门白曲、稗木镇糠曲等。

白酒从唐朝起又被称为烧酒，历代诗句中常有吟诵。白居易有诗云：“荔枝新熟鸡冠色，烧酒初开琥珀香”；雍陶亦有诗云：“自到成都烧

酒熟,不思身更入长安”,可见当时的四川已生产烧酒。古诗中又常出现“白酒”一词,比如说李白的“白酒新熟山中归”、白居易的“黄鸡与白酒”,说明唐朝的白酒就是烧酒,亦名烧春。研究白酒的起源,必先以蒸馏器为佐证。方心芳先生认为宋朝已有蒸馏器(《自然科学史》6卷2期,1987年),但他在1934年时曾说我国唐代即有蒸馏酒(《黄海化学工业研究社调查报告》第7号)。1975年在河北承德市青龙县出土的金代铜质蒸馏器,其制作年代最迟不超过1161年的金世宗时期(南宋孝宗时)。

随着中华文明在东南亚的传播,中国白酒也随之流传。其中小曲酒是最受欢迎的,朝鲜、越南、老挝、柬埔寨、泰国、尼泊尔、不丹、马来西亚、新加坡、印度尼西亚、菲律宾和日本(绳纹末期从中国传入了稻作技术和造酒技术)都有小曲酿酒。

四

为什么要饮酒?这也是一个很有意思的问题。

一说是为了御寒。酒能加快血液循环,在寒冷的冬天,喝上几两白酒,血液循环加快以后,人体内的营养物质被加速分解,能提高抗冻的能力。所以在高寒地区白酒特别盛行。

二说是为了壮胆。由于酒对脑部神经有刺激作用,适量饮酒之后,人的兴奋度就会提高,一些平时不敢说的话也敢说了,不敢做的事也敢做了。所以军人都会饮一些酒,以提高自己在战斗状态下的兴奋度。

三说是为了解愁。解愁同样依赖于酒对脑部神经的刺激作用。但往往要达到解愁的效果,人喝酒要喝到大醉的程度。而醉完之后,忧愁之事还在,只不过是暂时躲避了一下。所以,中国古人说:“抽刀断水水更流,举杯消愁愁更愁。”

四说是为了助兴。由于饮酒能提高人的兴奋度,所以在很多社交场

合,酒被拿来当作饮品,成为一种交际的媒介,这是酒的一种相当好的用处。

当然,饮酒中最有意境的是一种介于醉与不醉之间的感觉。饮酒之人追求的,大多是这种感觉。饮酒千杯而不醉,得不到其中的乐趣。而全醉,则成了一摊泥,成为一种痛苦。因此,人们都在追求饮酒中的半醉。这种状态,被中国古代人称为“微醺”。在这种状态下,脑力劳动者比较容易出成果。正如所谓“李白斗酒诗百篇”的说法。

有中国古代文人这样写酒与醉的意境:“凡醉,各有所宜。醉花宜昼,袭其光也;醉雪宜夜,清其思也;醉得意宜唱,宣其和也;醉将离宜击钵,壮其神也……醉楼宜暑,资其清也;醉水宜秋,泛其爽也。”说出了十几种醉的境界。其所谓的醉,都是“微醺”的状态。否则,哪来对风花雪月的真切感受,对得意高歌、送别神伤的体验?正是在微醺的状态下,人对那些特殊意境的体会不再像平日那样实在,客观世界奇妙地变形移位,使得生命所领悟到的大自然的妙处更加深刻。

不过酒也是一种会使人上瘾的饮品,长期饮酒会让人对酒精产生依赖,进而产生酒瘾。酒本身不坏,小饮几杯对人体有舒筋活血的功能。因此只要控制一个度,酒是一种比较好的饮品,甚至好过咖啡,与茶同道。

酒并不是生活必需品,更多地属于一种奢侈品,一种比较便宜的奢侈品。酒可以贵到千金难买,也可以土法酿造。如果说喝酒上瘾的酒徒是顿顿离不开酒的话,那么大部分人饮酒是因为某件高兴事,或者是因为宴请仪式,所以酒在更多意义上是一种奢侈品。人们对酒的喜爱,有的是因为口感,有的是因为包装,有的是因为酒香,有的是因为酒的烈性,有的是因为追随时髦。因此,酒作为一种产品,它更多的是以一种符号、一种文化而存在。尤其是高档酒,它的存在和流行,更多的是一种心理意义。一种名酒背后的文化含义和符号性,可能远远大过它实质上的口感和背景。

五

除了比较便宜的农家酒之外,作为商品流通的酒,在中国历代大多属于奢侈品。对于酒,不止是中国,世界各国都有一些争论。因为确实有一些酒徒,因喝酒上瘾而误事。尤其是政府官吏,醉酒带来的危害非常大。所以不管古今中外,禁酒之说历来有之。哪怕不禁,酒业的税收也是不可免的。在中国,酒业从来是政府关注的重要方面,因为从酒中抽税,是中国历代政府财政的重要来源。

以中国最强盛的汉唐宋元几朝为例。天汉三年,汉朝政府开始经营酿酒,对酒类实行政府专卖,使财政迅速充实。于是到汉昭帝时期,朝廷中有人提出废止专卖酒类,改为每升征收酒税四钱的政策。到了王莽时期,由于战乱,政府费用大增,又开始对酒类实行管制。但是王莽时期的官吏已经腐败透顶,因此,酒类管制并没有给当时的朝廷带来多少收入。

到了东汉时期,为了与民休养,政府对酒类停征税收。但是这对政府收入的影响很大。因此,很快,在建安时期又开征了酒税。而到了汉代末期,又因为战乱,酒类不但恢复缴税,而且实行了官营。

初唐时期,由于经济高度繁荣,对酒实行免税政策。而在宽松的政策之下,酒业也极度繁荣。这为安史之乱之后的经济恢复打下了基础。后来唐朝政府开始征酒税,到大和八年,全国的酒税加酿费高达200万钱,使得唐朝政府可以从容养军拓边。

宋代理学昌盛,提倡所谓的“存天理,灭人欲”,士大夫们对酒的态度较唐时大变,因此政策也大变。宋朝政府对酒和生产酒的酒曲都实行专卖。官府造曲,民间买曲酿酒要纳税,同时官府也造酒。宋皇祐年间,酒税收入达到149万钱,这在当时已是相当大的收入了。

元朝虽然在中国历史上时间很短,但蒙古人对酒类的爱好是众所周知的。成为中原大地的统治者后,蒙古人对酒税的财政收入同样十分

重视。元太宗于 1230 年设酒税，并坊场官。后来开放一些，让民间制酒，但由官收官卖，每石售价四两课钞一两。到元世祖二十一年再次把制酒收归官办。整个元朝，平均每年的酒类税收收入有约 2300 万两白银。

纵观这几个朝代，政府对酒的政策大致就是经济高度繁荣时放开，经济紧张时就收税甚至对酒实行专卖，而到战乱时因为政府失去约束力，私酒又开始繁荣。

六

中国文化中的很多遗产都是实践性远强于理论性的东西，比如说中医、中药、气功，科学到现在为止也无法解释其中的奥秘，但在很多情况下，这些东西确实是有效的。中医可以治好很多西医无法治好的慢性病，而它依据的经络理论，在人体解剖学上根本无法找到依据。气功现在被大多数人视为巫术，但确实有一些气功师可以上刀山、过火海。究竟为什么？谁也说不清楚。

在一定程度上，中国白酒也是如此。

白酒真的仅仅是水和酒精的混合物吗？远远不是。中国古老的文明孕育了几种不同的酿酒方法，甚至每个县都有几十个酒厂，每个酒厂都代表着一种或者几种不同的酿酒方法和工艺。虽然同样是酒曲在粮食的发酵中起作用而形成的酒，但是每种工艺、方法和酒曲，都是这个地区多年文化、气候、环境等多重因素造成的。其中的奥秘，至少到现在为止，现代科技还无法说得非常清楚。

不过到了现代，由于经济水平的提高，优质产品的需求被扩大了，而工业化的形成又使优质产品的扩大供应有了可能。在白酒这个产品上的体现，那就是名酒、好酒的需求在迅速扩大，而它们的供应量也相应迅速上升。科学的分析在这时起到了一定的作用，在白酒这个产品上，色谱分析技术、勾调技术都被运用在生产上，使得白酒在口感上、风

味上能保持稳定性。在现代技术应用的前提下,白酒有了从作坊式生产变成工业化生产的可能。

新中国成立以来,白酒行业迅速发展。从白酒质量看,1952年全国第一届评酒会评选出八大名酒,其中白酒4种,被称为中国四大名酒。1979年全国第三届评酒会开始,将评比的酒样分为酱香、清香、浓香、米香和其他香5种,称为全国白酒五大香型,嗣后其他香发展为芝麻香、兼香、凤型、豉香和特型5种,共称为全国白酒十大香型。从白酒产量看,1949年全国白酒产量仅为10.8万吨,至1996年发展到801.3万吨,是新中国成立初期的80倍,近几年来基本稳定在350万吨左右。全国注册企业达3.7万家,从业人员约几十万。

越是民族的,才越是世界的。在白酒业,这句话显得格外有道理。如果说在现代科技方面中国还比较落后的话,那么在中医、白酒等领域,祖先给我们留下的这些遗产,是真正能在全球范围内独树一帜的产品。中国白酒中最为著名的茅台酒,在1915年到巴拿马万国博览会参展时,因为包装是两个非常中国化的土酒坛,样式土气到在整个展会上展出时无人理睬,直到展会快结束的时候,中国代表急中生智摔碎了酒坛,它本身浓郁的酒香才引起了所有人的注意。博览会评奖者在品尝了茅台酒之后,一致认为这是最好的白酒,破例给茅台酒补发了一个金奖,茅台酒这才赢得了稀世美酒应得的地位。

七

再来说酒鬼酒,如果说茅台酒是一摔成名的话,那么同样的奇迹也曾出现在酒鬼酒身上,只不过时间稍晚一些。同样是在北京的一个民族产品博览会上,酒鬼酒也同样是酒瓶被摔破,香飘馆内外,从而成为博览会上的一个热点。

作为一种名酒,酒鬼酒更为可贵之处,在于得到市场的认可之后,

一直保持其品质,在相当长的时间内,成为白酒业的市场之王,价格一度突破茅台酒的上限。

在本书中,我们可以看到一个中国企业在改革开放中的沉沉浮浮,几起几落。而酒鬼酒这种稀世美酒的命运,也随着这个企业的起伏,在市场上飘浮不定。它时而风靡大江南北、甚至一度走出国门,时而龟缩于湖南,甚至是湘西一地,最落魄的时候,这种美酒甚至在湘西都难以生存。因为企业自身变故不断,几乎无人着意生产。

不过好酒如利器,终归是要脱颖而出的。当酒鬼酒开始寻找新主人的时候,由于它品牌的知名度和美誉度,大批有远见的投资者还是会你争我夺的。

现在酒鬼酒归属已定,很幸运,这个优秀品牌落到了一个国家队——由中国糖业酒类集团(简称“中糖”)和皇权公司组成的合资团队手里。中糖是一个有着悠久历史和远大战略的国家级公司,它对于这个国宝级品牌的爱护,可以从不计成本的投入和从上到下的改革中看出来。有了这样一个很好的归属,酒鬼酒的缔造者们应该可以放心了。搭上了国家资本的战舰,这个品牌有了更广阔的施展舞台。在这个平台上,湘西的奇珍异气,将会有有一个可能连其缔造者们都无法想象的空间来运作。几乎从搭上这条船开始,这个品牌就有可能再次走出国门,参加世界级的竞争。

但是,是不是只要搭上了国家资本的战舰,酒鬼酒这个公司就一定能扬帆起航了呢?

不一定。

众所周知,在中国的国家级公司中,有中粮、华润那样在市场经济中游刃有余、进退自如的公司。它们立足于资本舞台,深谙商业规则,加上以权威型的政府为真正后盾,在行业内纵横捭阖,长袖善舞。

而中糖(中皇)这个国字号的公司入主酒鬼酒股份公司,同样也不免要面对这样的问题:它们为何而来,它们主导下的酒鬼酒股份公司,有未来吗?

酒鬼记

站在这样一个拐点上 ,应该来总结一下有关这个品牌的人和事。酒鬼酒的辉煌和衰落 ,不应该只像一片云彩一样轻轻地飘过 ,它应该被记录下来 ,作为一个标本。这不仅是对可能辉煌的未来 ,也是对中国酒业、中国企业的一个关照。

是为《酒鬼记》序。