



涂国友 将京剧脸谱刻在酒瓶上

Tu Guoyou Peking Opera Style on the Bottles

□文/本刊记者 张小云

在中国经营酒业，涂国友颇有一番体会：质量是根本，安全是命脉，品牌是生命，公益是慈善，那么文化就是一个企业的全部。在他看来，一张“脸谱”可以被描绘出多种神态，一个民族文化的“国粹”更是值得发扬和传承。国粹酒业近年快速崛起，就是一个注重文化和传承中华文化的硕果。她善于运用民族文化的优势，把国粹与企业文化很好地结合在一起。



“国粹酒业”办公楼在建筑上融合了诸多中国文化的“国粹”元素。

京剧脸谱刻在酒瓶上

去泸州的朋友，如果是从成渝高速隆昌出口转入，很快就有一幅绘着京剧脸谱的大型广告牌映入你的眼帘，刻入你的记忆。这就是被当地人称为“泸州白酒第三朵金花”的国粹酒业留给到访者的第一印象。

国粹酒业公司总部在泸州城郊的罗汉镇，离镇很远就能闻到浓郁的酒香。罗汉镇是一个白酒名镇，当地多家知名白酒品牌都在这里建有酿酒基地。国粹酒业在镇子中央，对面是泸州老窖的

一个大型白酒生产基地，左右是两个品牌的酿酒基地。

国粹酒业厂区内，建筑是典型的川南民居风格，青瓦白墙，墙壁上挂有多幅巨大的京剧脸谱，大门对面办公楼墙上镶有八幅大型国粹元素抽象浮雕，另有多个木刻书法作品，处处透出浓浓的中国传统文化气息。

最早跟国粹酒业董事长涂国友见面，就喝他带的白酒。那时大家很快就被他手中那个京剧脸谱瓷罐所吸引。以脸谱作为企业形象标志，在中国酒业中极有特色。

“国粹，顾名思义就是中国传统文化的精粹，国粹酒业也正致力于中国传统文化的传播。”涂国友指着他手中的一个个京剧脸谱瓷罐解释说，“你看我们的外包装，融汇了中国四大‘国粹’，罐上脸谱代表京剧，由景德镇生产的装酒的瓷器是中国一大国粹，酿酒所用曲药，配有多味中药材，中药也是中国的国粹，罐内白酒本身，蒸馏白酒，是中国另一大特色。”

涂国友喜欢书法、字画、茶具，同时他还热爱京剧。在当地成立了京剧票友协会，他担任会长。他自己说，他的生活周围，处处都浸染着传统文化元素，“这就叫文化搭台，酒业唱戏！”涂国友笑着说。

“唱戏”的效果

“公司从开初就一直致力于品牌的塑造！”涂国友介绍“酒业唱戏”的效果：国粹酒业品牌虽开创仅短短6年时间，但产值已达3亿元以上，在泸州当地百姓心中，国粹酒业实际已成为“泸州白酒的第三朵金花”。

泸州是世界闻名的酒城、浓香型白酒的发源地。现在，涂国友经营的白酒被列为泸州第三朵金花，也算是泸州酒业“小巨人”之一了。眼下，国粹酒业酿酒基地拥有原酒酿造窖池300余口，优质原酒年生产能力达6000余吨；现有员工500多人，其中，中、高级生产技术人员，管理人员，营销人员100多人；拥有多条先进的自动灌装生产线和高素质的技术工人，还配备先进的检测仪器设备以及高规格，大容量的白酒存储设备；生产、管理都按照ISO9001：2008的规程严格执行，成品酒年生产能力在10000吨以上；主营业务为“国粹”牌国粹酒系列产品的生产销售。

刚刚过去的一年，对涂国友来说很不平凡，他说是“既可喜又有不足”。

可喜的是国粹酒业在品牌培育上，荣誉最多：在2010年世博会上，作为一个传统文化的企业和品牌“国粹酒业”，被世博会选为国粹优秀文化为代表的企业；“国粹”酒入选“上海世博会联合国千年发展目标公益主题活动活



将“国粹”融入泸州产的白酒，涂国友对自己的“创意”颇为得意

动”指定用酒；世博会相关机构授予他们“2010年上海世博会中国国粹文化金奖”。他认为这一奖项，对国粹酒业来说非常珍贵，因为在国内市场，众多品牌在文化方面仍然存在诸多缺陷，其中就有文化挖掘不足等问题。涂国友自己认为，国粹酒业正好在传统文化的挖掘上先人一步，国粹这个品牌把中华民族的国粹——优秀文化和酒文化，非常好地融合在一起。

他所看到的“不足”是，2010年他们在对市场的拓展上，整个产品的销量，还没有达到预期的目的。“当然也有很多客观的原因，由于我们自身某些资源不能够跟市场的资源有效的匹配，比如在人力资源上、服务资源上、资金资源上、广告投入资源上等方面，如果发展过快，就容易跟不上市场的发展需要，服务不过来，管理不过来，对接不过来，反而会把事情做不好。”他说，他们已经将发展速度放慢下来了，等他们企业方方面面的资源足以支撑市场快速发展需要的时候，他还会再次重拳出击。

“国粹”融入白酒的来由

涂国友介绍了他将“国粹”二字融入白酒业的经过。

一个很偶然的机会，在一个包装展示会上见到了一个酒坛，这个酒坛高度1.52米，最大直径1.1米，坛身净重410公斤，坛口直径0.5米，坛底直径0.64米，容量1600斤，坛子上面绘制了416张不同人物的京剧脸谱，代表着人生的百态。他自从看了这样的包装以后，就觉得这个传统民族文化精华如果能够开发出来，进入他的事业，做成品牌和产品，既可以使企业能获得很好的经济效益外，还可通过一定的形式把我们的中国传统文化传承下去。

受此启发，涂国友立即着手，采用了几种在我国广为人知的“国粹”，将其“注入”到他所生产白酒的营销组合。

第一种，京剧。京剧是我国的国粹，涂国友他们最先是在创意和设计时，在白酒的外观图案上，一律均采取了京剧脸谱，看到京剧脸谱，喝酒的人不由的就联想到中华民族的国粹。

第二种，瓷器。瓷器也是我国历史悠久的国粹。尤其是景德镇，她是我国乃至世界闻名的瓷都，在“国粹”酒的产品中选择容器时，他们采用了景德镇的瓷品。采用景德镇的瓷器，不仅使酒具产生了观赏和收藏价值，同时又借助它，很好地向买酒人、饮酒人及收藏者弘扬和传承我国的瓷器文化。

第三种，蒸馏白酒。“国粹”酒的酒体采用固态发酵的蒸馏白酒，它也是我们中华民族唯一的、独立的、先进的传统工艺，在世界上还没有一个国家能够生产这种固态发酵的蒸馏白酒。“国粹”酒生产地泸州，是闻名世界的酒城，酿酒历史非常悠久。在这里酿酒，具有得天独厚的气候、水质和原料条件。对此，涂国友觉得，泸州之酒，视之为国粹，融合进他的酒中，当之无愧，极具说服力。

第四种，中医药。按照中医药理，酒是百药之首，又是药之引，适度喝酒可舒筋活血，缓解疲劳，酒算是中医药的一种代表。同时，在酿酒过程中，他们也使用上某些药材。涂国友认为，中医药也是我们的国粹。

涂国友对自己的创意很得意。“我们可以通过深度挖掘中华民族的传统国粹文化，把几大固有的国粹文化融合到我们的产品上来，同时我们冠之以‘国粹’这样一个名称，拿它作为品牌，在95年就已经依法得到了国家工商行政管理局的核准。”他介绍说，用“国粹”这个品牌名称，让他的企业也有一个明确的目标，就是切实走文化传承之路，通过各种文化传承的活动，让企业和产品品牌进入市场时能得到越来越多的认同。事实上也正是如此，大多数接触过“国粹”酒的消费者都是过目不忘，爱不释手。

营销界的朋友也告诉记者，从当前的市场效果来看，涂国友当年的这种创意和后期的经营都是非常成功的，而且她的发展潜力还将继续显现出来。

文化营造腾飞的翅膀

有了创意是不够的。涂国友让“国粹”文化落实在国粹酒业的运营上，靠的是一连串的“动作”——文化营销。用涂国友的话，就是对国粹酒业的形象进行整体包装。

如何整体包装？涂国友介绍，在建筑风格上，他们的厂房原已采取民族仿古建筑，建筑上算是融合了很多中国文化的国粹元素。进入“国粹酒业”厂区，文化氛围显得非常浓厚，不管来自于哪方面的领导、哪方面的客户，对于国粹酒业的建设风格和文化氛围都印象深刻，都认为它能充分地把国粹元素的文化反映和弘扬出来。

记者注意到，涂国友事实上还很注意通过活动来不断强化“国粹”品牌。在短短几年时间里，国粹酒业荣获了诸多的荣誉，如中华文化名酒、中国



驰名商标、四川名牌产品、四川著名商标、国家颁布原产地保护的标识企业、第八届中国食品安全年会“晚宴用酒”、2010年上海世博会中国国粹文化金奖、泸州市小巨人企业等，这些其实是涂国友勤于参加各类活动，舍得在这些活动“投入”的“产物”。他所捧回的众多殊荣中，有些含金量非常高，使“国粹酒业”的无形资产不断增大，用他的话，这“确实来之不易”。

文化的融入，为国粹酒业的发展，营造了一双腾飞的翅膀。当然，在抓“包装”和勤跑活动的同时，涂国友坚持紧抓生产和产品质量。国粹酒业每年在生产和销量都有递增，企业稳步发展。品质管理也先后获得“四川省质量管理AAA企业”、“全国食品安全示范单位”。于是，“国粹”品牌的知名度、美誉度还在不断攀升。现在，她已经拥有一部分固定的消费群体。涂国友介绍，因为有许多人对国粹酒业的这种文化结合非常赞赏和喜欢，所以这一部分人就成为他们的核心客户、忠诚的消费者，他自豪地说，“这也是我们国粹酒业显著的成绩之一。”

票友情结

身为泸州国粹京剧票友协会会长，2010年涂国友组织了泸州市国粹京剧票友协会年会活动，并组织了《国粹之韵》进京演出和川南片区国粹京剧票友联谊会，通过这些活动推广和弘扬我们优秀的京剧文化。

去年5月31日，中央电视台11频道《戏曲采风》栏目近三分钟时间播出了涂国友在北京参加北京京剧院湖广会馆《赓扬集》京剧联谊会成立17周年、《国粹之韵》京剧演唱演奏会的活动情况。这位泸州国粹酒业有限公司董事长这一回以京剧票友的身份，在银屏上过了一把瘾。此次他参加京城的京剧演出活动，倍受关注，央视等媒体还采访报道了涂国友关于国粹酒业弘扬京剧国粹文化的公益行动。在涂国友眼中，弘扬、传承中华国粹文化是一项巨大的社会系统工程，需要有识之士和社会各界的参与和支持。泸州国粹酒业作为传承国粹文化的企业，一如既往地继续参与京剧、瓷器等国粹文化方面的活动，和全社会一起来发扬传承我们悠久的中华国粹文化。他真诚地希望和广大文艺工作者一道，为共同弘扬国粹京剧文化艺术和中国国粹酒文



2010年5月，涂国友参加京城的京剧演出活动，倍受关注
图为涂国友接受央视等媒体采访

化，承担起我们的社会责任和历史责任，为国粹京剧文化艺术和中华酒文化的蓬勃发展而群策群力，共铸辉煌。

据涂国友介绍，他在泸州还开设有自己特色形象店国粹酒坊，同时还有国粹渔港、国粹山庄、国粹酒楼，他试图将旅游、美食与白酒融汇在一起，以此加强“国粹”酒的品牌传播。

除此之外，涂国友还乐于参与各类相关的公益活动。前不久，国粹酒业还与泸州市电影公司一起，创办了“国粹惠民影院”，为广大的乡村朋友免费放映了100场户外电影。这100场都受到了广大观众的好评。“有很多观众说，国粹酒业还不错，发展成名酒企业了，还没有忘记我们这些消费者，还免费为我们放映电影看，非常了不起。”涂国友说，他听到这样的赞扬声，心里美滋滋的。

今年元旦前夕，涂国友还带着国粹酒业团队，组织了一场文艺演出活动，慰问驻泸部队，得到了当地民政部门、宣传部门很高的评价和赞赏。他说，通过参与公益活动，国粹酒业在泸州、四川、乃至在全国的影响力正在不断扩大。■