



经济特刊

JINGJI TEKAN

2022年3月1日 星期二



洛南 500 名务工人员乘专车奔赴工作岗位

本报讯 (闫伟峰)2月24日,洛南县2022年“春风行动”暨宁洛劳务协作点对点欢送仪式在县客运站广场举行,500名务工人员搭乘专车奔赴浙江、上海、南京、昆山、西安等地就业。

春节期间,洛南县在四皓街办、景村镇、石门镇同步举办了2022年“春风行动”暨宁洛劳务协作现场招聘会,开展送岗位下乡上门服务;通过举办网络招聘推介会,开展直播带岗网络招聘,累计征集发布各类岗位信息1200多个,提供就业岗位1.4万多个,收到了良好效果。

为了让更多群众能就业、早就业、稳就业,保障外出务工

人员顺利返岗复工,洛南县多部门联合行动,积极搭建就业供需平台,提供就业保障服务,落实各项就业扶持政策,为外出农民工提供交通补助、点对点专车护送服务等,确保务工人员稳就业、能挣钱。

“今天组织第20批次‘点对点’劳务输出人员欢送仪式,旨在再一次吹响全县农民工兄弟外出务工的冲锋号。希望农民工兄弟安安全全出行,平平安安务工,高高兴兴上班,快快乐乐挣钱。人走出去,钱赚回来,持续增收。”洛南县人社局副局长何军荣说。



百年品牌 再铸辉煌

关于丹凤葡萄酒产业的调查与思考

程毅飞



特别关注

葡萄酒产业是一个能带动种植、加工以及旅游、餐饮、文化等全面发展的产业,可以促进农村一二三产业融合发展,具有极大的聚集效应和辐射效应。发展葡萄酒产业还具有很好的生态效益,对推进乡村绿色发展、打造人与自然和谐共生发展新格局能起到巨大的推动作用。

具有百年品牌的丹凤葡萄酒,既是商洛极具特色和影响力的地域名片,更是重要的文化记忆和文化标识,在宣传商洛、推介商洛和对外交流中,无疑是最具影响力的名片之一。如何让这张名片“亮”起来,“亮”起来,焕发新活力、绽放新光芒?

百年沧桑见证昔日辉煌

丹凤葡萄酒是我国仅有的两个百年葡萄酒品牌之一,之所以传世百年,与其传奇的技艺、传奇的历史密不可分,更与传奇的人物、意大利传教士安西曼有着极深的渊源。安西曼出身于葡萄酒酿造世家,祖辈为意大利酿酒师,安西曼以超绝酿酒技艺闻名当地,其所酿之酒,味绝色醇,倍受推崇。20世纪初,安西曼以传教士的身份来到中国。

1911年,安西曼之徒华国文经商从西安返南途中,在龙驹寨小住,发现当地的龙眼葡萄糖高味香,便萌生了酿造葡萄酒的想法,于是就从果农手中收购葡萄5000多公斤,请当地木匠做橡木桶,酿出3吨葡萄酒。1912年,在龙驹寨黄巷十家院,当地历史上第一家葡萄酒企业——陕西龙驹寨协记美利葡萄酒公司,取名美利酿造公司诞生(即今陕西丹凤葡萄酒厂前身),生产“共和”牌葡萄酒,成为西北最早的葡萄酒生产厂家。1916年,该企业改名为协记美利葡萄酒公司,生产“葡萄”牌葡萄酒。1924年改为大芳葡萄酒公司,生产“蜜蜂”牌葡萄酒。1934年,更名为西北葡萄酒股份有限公司,生产“四皓”牌、“丹凤朝阳”牌葡萄酒。其中,甜型红葡萄酒质量精良,享有“龙驹特产”之盛誉。

丹凤葡萄酒不仅成为过往客商行必带、住必饮、赠送亲朋之佳品,也供外国人在中国开办的教堂做弥撒和外来传教士饮用。抗战胜利后,又由多人各自经营,先后生产“渊明”牌、“大芳”牌、“东坡”牌、“天马”牌葡萄酒,主要酿制甜型红葡萄酒(俗称传统酒)和葡萄酒白兰地,产量少则数吨,多则数十吨,产品行销西北五省区和两湖两广、江浙京沪一带。

1952年,国营丹凤葡萄酒厂成立,年产量达百吨,生产规模不断扩大。到1993年,丹凤葡萄酒厂占地面积近4.87万平方米,储酒库容2.2万吨,年生产葡萄酒8016吨,固定资产总值1436万元,有员工432人,成为西北地区规模最大的葡萄酒生产厂家,也是全国6家万吨级葡萄酒生产厂家之一。产品出口日本、法国,畅销全国,在国内外享有盛誉。丹凤葡萄酒历经百年积淀,以“滋味醇厚、酸甜适口、果香浓郁、酒味悠长”著称。

名优品牌传承红酒文化

改革开放以来,丹凤葡萄酒厂适应国家经济发展形势,扩大生产规模,调整产品结构,提高产品质量,开拓销售市场。1980年,丹凤葡萄酒厂生产的干型葡萄酒投产上市,取得了良好的经济效益和社会效益。

20世纪80年代,丹凤群众大力发展葡萄种植,葡萄基地达万亩,保证了葡萄酒生产的原料需求。酒厂也通过技术改造和扩建,产品质量进一步提高,并出口日本、比利时、法国、瑞典等国,成为丹凤葡萄酒百年历史上最为鼎盛的时期。

1987年2月,在法国奥朗日博览会上,丹凤葡萄酒获得《产品质量合格证书》,并于当年出口法国和日本。

1988年,丹凤传统、五味香、干红获全国保健食品金鹤奖;同年,在首届中国食品博览会上,丹凤葡萄酒荣获一金(丹凤葡萄酒)、二银(五味香葡萄酒、干红葡萄酒、干白葡萄酒)、两铜(桃红葡萄酒、新鲜葡萄酒)的殊荣。1991年,在北京第二届国际博览会上,丹凤传统葡萄酒、干红葡萄酒、干白葡萄酒再获三金,被陕西省政府评为省优质产品,获轻工部颁发的A级产品称号和干酒出品系列包装全国设计三等奖。2011年,丹凤葡萄酒酿造技艺被评为陕西省第三批非物质文化遗产;2020年,获陕西省百年“老字号”称号。

丹凤葡萄酒在发展中秉承工艺传统、坚持技术创新,在继承传统生产技术上,结合现代先进科学酿造技术,由国际专业酿酒师精心酿造,逐步形成了自己独特的风格,酿造出的传统红、干白和果酒系列产品,一度供不应求,成为省内外人们逢年过节的开怀畅饮、赠送亲友的“香饽饽”。

2021年,丹凤安森曼窖藏干红葡萄酒获得国际葡萄酒行业的最高奖项——法国葡萄酒大赛2021年FIWA金奖,这也是100多年来丹凤葡萄酒第二次获得这个国际最高殊荣。

缕析兴衰应吸取教训

丹凤葡萄酒从1911年诞生,经历了百年辉煌历史。尤其是20世纪80年代,丹凤葡萄酒先后出口多国,畅销全国26个省、市、自治区。每到葡萄成熟时节,丹凤葡萄酒厂门前就排起四五公里的长队,整个县城都被拉运葡萄的拖拉机、农用车、架子车围得水泄不通。那时,丹凤县全年的财政收入,七成以上都是由丹凤葡萄酒厂缴纳。

20世纪90年代末,在市场经济大潮的冲击下,丹凤葡萄酒厂因体制等原因,发展陷入困境,生产停滞,员工下岗,1996年12月正式宣告依法破产。后来,相关方面通过多种方式先后组建的丹凤葡萄酒厂也都陷入停产状态。这时,小规模个体葡萄酒作坊应运而生。

为盘活恢复丹凤葡萄酒厂,2007年12月,一外地企业通过竞拍,取得丹凤葡萄酒厂整体资产所有权,成立了公司,主营葡萄酒和饮料酒,同时从事葡萄种植基地开发与经营。但丹凤葡萄酒生产已失去了昔日的辉煌,发展仅停留在撑牌子、守摊子上,没有真正形成吸引广大群众加盟种植、吸纳更多人员嵌入产业链条的态势,造成目前出现了小企业甚至小作坊的尴尬局面,打着丹凤葡萄酒牌子,看似繁华兴盛,实则良莠不齐。

丹凤葡萄酒产业陷入困境,有社会变革、市场转型等方面的原因,但其中的重要因素就在于,在发展葡萄酒产业中的短期行为,朝令夕改、走走停停,缺乏品牌意识,随意变更商标;一些经营者缺乏可持续发展理念,只顾眼前利益,不顾长远发展,“捡了芝麻,丢了西瓜”;一些企业管理者没有抓企业文化的意识,没有形成自己的企业文化。要振兴丹凤葡萄酒产业,必须摒弃短期行为,牢固树立规划意识、招商意识、品牌意识,制定葡萄酒产业发展长远规划,真正是“一张蓝图绘到底,一任接着一任干”,确保葡萄酒产业可持续高质量发展。文化既是一种软实力,更是一种精神支柱。就丹凤葡萄酒产

业的发展而言,百年葡萄酒产业的发展,其实就是一部丹凤百年变迁史,也是一部丹凤文化百年发展史。在丹凤葡萄酒产业的发展史上,必须树立文化自信,培养丹凤葡萄酒的文化认同,打造丹凤葡萄酒品牌,让葡萄酒产业与文化旅游“齐步走”,与乡村振兴“同共振”,用文化之“笔”点活葡萄酒产业之“魂”。

凝心聚力重振雄风

乡村振兴,产业兴旺是重点。目前,葡萄酒业的发展迎来了众多良好机遇,相关方面应抓住这些有利条件和机遇,痛定思痛,着眼长远,紧抓当前,再次振兴丹凤葡萄酒业雄风。

制定产业远景规划,促进葡萄酒业复兴。近年来,丹凤县贯彻新发展理念,把葡萄酒产业确定为县域经济发展的首位主导产业,出台系列政策措施,并围绕全市“一都四区”目标,出台《关于优先发展丹凤葡萄酒文化旅游业促进葡萄酒业发展的决定》,提出“3+3+3”产业体系,努力打造具有完整产业链、强劲市场竞争力的百亿级产业集群,使全县葡萄酒生产产能达2万吨,为乡村振兴注入强大动力。但仍需进一步理清丹凤葡萄酒产业发展思路,应邀请国内外知名葡萄酒专家为丹凤葡萄酒产业发展“把脉会诊”,对葡萄酒业发展规划再完善、再提高,使其更具科学性、操作性、实效性,避免纸上谈兵,并将其扭住不放,一抓到底,抓出成效。借助地方人大立法,以法律的形式,明确责任主体、保障措施、惩戒责任、资金保障等,为葡萄酒业发展保驾护航。积极实施人才振兴战略,培养引进一批懂葡萄酒经营、善于管理的葡萄酒生产专业技术人才,组建葡萄酒专业团队,以人才支撑葡萄酒业复兴发展。

规范发展葡萄基地,助推农民稳定增收。目前,全县葡萄种植面积约有1.2万亩,已有9家企业从事葡萄酒、果酒生产。要坚持产业发展与乡村振兴相结合,围绕培育壮大丹凤葡萄酒产业链,做大做强葡萄酒产业集群,大力推进葡萄基地建设,制定科学合理的葡萄种植规划,整合产业资金,支持葡萄基地建设,激发312国道沿线镇村群众种植葡萄的积极性。因地制宜实施《酿酒葡萄种植技术规范》《酿酒葡萄栽培技术规范》,开展酿酒葡萄适应性研究,持续开展优质示范园评选活动,创新推行“公司+合作社+农户”“合作社+企业”等优势互补的产业化经营新模式,升级农业“传统版”,扩大农业“现代版”,以标准化葡萄基地建设引领产业发展。

实施优势重组,重塑葡萄酒“金字品牌”。按照产业帮扶、产业联动、高质量发展思路,丹凤县总投资3亿元,分三期实施建设的丹凤葡萄酒庄项目,已于2021年启动,一期葡萄酒产区、葡萄酒庄区、研发生活区、道路景观绿化区正在建设。目前全县规模较大的葡萄酒生产企业有“两厂两庄”,即丹凤葡萄酒厂、商山红葡萄酒厂、东风酒庄、安森曼酒庄,预计年可实现产值3.5

亿元。为全面准确掌握丹凤县内现有葡萄酒经营企业现状,应对县内葡萄酒生产厂家进行一次拉网式全面摸底排查,优胜劣汰,打包整合全县葡萄酒业优势资源,打造文化经济共同体,制定行业规范。在丹凤葡萄酒这面旗帜下,允许各种形式的经营类型存在,但要规范企业经营,树立丹凤葡萄酒地方品牌意识,保证产品质量品质和食品安全生产。成立丹凤葡萄酒品牌管理机构或行业协会,专门从事品牌打造、宣传引导、质量安全管理、品牌维护等,确保发挥市场竞争优势。通过举办新品发布会、“葡萄酒峰会”“品酒大赛”等,加大对葡萄酒品牌的宣传推介。加大市场管控力度,坚决查处假冒伪劣葡萄酒产品,打击商标侵权行为,保护商标知识产权,维护“丹凤葡萄酒”品牌。还可以考虑成立股份制丹凤葡萄酒集团公司,采取招商引资的方式引进国内外葡萄酒知名大企业大集团作为大股东加盟,形成统一经营管理、统一开拓市场、统一做好企业形象维护,使葡萄酒品牌真正成为丹凤乃至商洛的闪亮名片。

实施“文旅融合”模式,激发葡萄酒业发展动能。要树立“葡萄酒+旅游”“葡萄酒+产业”融合发展理念,充分发挥葡萄酒文化旅游产业基地的示范带动作用,形成“龙头企业+景区+农户+市场”的发展格局。开发以葡萄酒为主题的研学游学、商务品鉴、婚庆旅拍、精品团建、亲子美育等小众定制旅游产品,制定葡萄酒主题酒店服务规范,推进葡萄酒文化进景区、进酒店、进民宿。通过举办“葡萄酒+节会”“葡萄酒+体育”等活动,借助春季竹林关“桃花节”、夏季棣花“荷花节”、秋季核桃公园“核桃采摘节”、冬季商山“赏雪节”等,宣传促销葡萄酒产品,营造以景悦人、以酒聚人、以文化人的浓厚氛围。

挖掘整理葡萄酒文化内涵,铸就丹凤葡萄酒文化根基。丹凤葡萄酒在百年传承中,曾以“共和牌、蜜蜂牌、四皓牌、渊明牌、工农牌、丹江牌、天韵牌、龙驹牌”等商标品牌延续和发展,奠定了其作为陕西省早期的工业化商品品牌不可撼动的历史地位。葡萄酒系列品牌,也成为一种文化遗产和文化符号,在西北地区乃至全国拥有较高的知名度,为丹凤葡萄酒永续发展奠定了基础。要把葡萄酒当作一种文化来做,着力打造葡萄酒文化,为葡萄酒注入“文化”的内核,形成葡萄酒产业与文化旅游业融合发展的格局。发挥名人效应,成立葡萄酒文化研究会,通过文学艺术、影视作品、戏剧歌曲等形式,宣传葡萄酒产品,弘扬葡萄酒文化。有序发展以文化为灵魂、以旅游为载体、以市场为导向的葡萄酒庄,使葡萄酒文化与商洛的自然风光相得益彰,完美融合。大力发展生态观光农业,建立葡萄酒主题公园,收集有关葡萄酒和葡萄酒的诗词歌赋,建立丹江十里葡萄酒文化长廊景观带,通过挖掘整理葡萄酒文化资源,筑牢葡萄酒文化根基,助推葡萄酒业高质量发展。

凤凰涅槃,浴火重生,期待再“酿”丹凤葡萄酒下一个百年辉煌。



东风酒庄酒窖



东风酒庄会馆