

宁夏红集团董事长张金山：

苦心酿出枸杞酒

本报记者 许凌

人生载笔

说起宁夏，荒漠和贫瘠不知牵动了多少老人的记忆。而如今，每每有外乡人见到宁夏人，总要热情地招呼：“你们那里的枸杞真好，枸杞红酒好喝！”

“何为宁夏最亮丽的名片？除了枸杞还是枸杞！宁夏要摆脱贫困，打响自己的地域品牌，就应该从枸杞做起！”张金山，这位52岁的宁夏红枸杞产业集团有限公司董事长，率领他的团队历时15载实现了自己的梦想——将枸杞90%以上的精华成分释放在酒液中，让“宁夏红”以及“传杞干红”，不仅畅销华夏，而且远销日韩欧美市场。

经历了本世纪初产品在全国一炮走红的荣耀，也抵抗住了企业步入平台期的寂寞和“快钱式”机会的诱惑，张金山坦言，自己决不后悔：“因为我们是梦想的人。做出一家全球最大的枸杞产业公司，让宁夏枸杞走向世界、成为时尚，既是我的梦想，更是恒久坚持的动力。”

正如他回望18年创业路时所言：“总得想着突破和超越，才能走出来。”



图① 张金山正在接受媒体采访。

图② 在宁夏中宁枸杞园里，张金山正在向来自香港的客商介绍宁夏枸杞鲜果。

图③ 在宁夏红传杞财富峰会上，张金山和与会专家、企业家共同启动再续传奇水晶球。

(资料图片)

那一晚，他们酩酊大醉

从有到无，是一种勇气；从无到有，是一种创造。

1996年春，当时还是宁夏青铜峡酒类专卖局局长的张金山突然放弃公职，下海经商。尽管那时深圳已成为国内创业者的天堂，可远在西北偏僻的小城，竟然有“坐上局长宝座”的人扔下“铁饭碗”，这个不小的新闻一时间被炒得沸沸扬扬。

张金山回忆说，当时，他一心想着，“我能否做点事？能否办好一个企业？在国内打响一个品牌？”这种念头在大脑里不停地闪烁，理想的力量使得他激动难抑。

张金山第一步瞄准了宁夏中卫市的一家白酒厂。企业本身不大，产品“香山春”在宁夏曾经辉煌过一阵子。然而，由于产品质量不稳定，积压严重，企业经营急转直下，奄奄一息。张金山决意收拾这个乱摊子。

“我们要把‘香山春’打造成西北酒类知名品牌！”带着一路追随自己的几个年轻人，张金山挤上了人满为患的绿皮火车。一次又一次的闭门羹没有熄灭张金山心中的那团火，终于，他叩开了“五粮液科研所”的大门。调整技术、工艺，变革营销策略……不到1年，曾经香飘宁夏的“香山春”不仅再度焕发生机，而且迅速走出宁夏，畅销陕甘宁多个省区，企业一举扭亏为盈。

正当“香山春”销售势头火爆，张金山却突然决定，放弃白酒，从头再来。发生了什么？时隔多年，张金山揭开了谜底。

1999年10月，时任国务院总理的朱镕基到中卫市视察，品尝了中宁枸杞制品厂生产的枸杞酒，连连称赞好喝。可当时，这个枸杞酒厂已经濒临倒闭。听闻此事，前来视察的领导们纷纷感慨，怎么会是这样？宁夏缺少名牌产品，这个枸杞酒不是大有文章可做吗？

一语惊醒梦中人。

不久后，自治区领导找到张金山，问他愿不愿意收购中宁枸杞酒厂。张金山二话没说，欣然从命！

张金山回忆说，当时，不少朋友纷纷打电话劝他，千万不要头脑发热。可张金山牛脾气犯了，他不仅“头脑发热”，而且，心都快沸腾了。枸杞是中国特有的作物，外国是没有的。中国枸杞以宁夏最为闻名，而宁夏枸杞又以中宁为最佳。“不做枸杞的文章，不仅是企业经营决策的重大失误，而且愧对宁夏这片盛产优质枸杞的土地！”“香山春”卖得再火，永远是地方口味的特色酒。凭借枸杞的无形品牌资产，枸杞酒完全有红动中国的可能！”张金山亢奋得无以复加，嘴里不停念着，宁夏枸杞，宁夏红酒……

“就叫‘宁夏红’吧！”

那一晚，张金山他们喝得酩酊大醉……

那一晚，他们相拥而泣

宁夏红红动中国的路有多远？张金山心里没底。

2002年，随着宁夏枸杞果酒的推出，营养酒家族立刻喧嚣无比。放眼全国，各式各样的枸杞果酒竞相出炉，品牌多达上百个。由于当时国内没有行业标准可以规范，无论产品名称、包装形式、产品外观，很

人物小传

张金山，1963年9月生于宁夏中卫，汉族，中共党员，工商管理硕士，高级经济师。现任宁夏红枸杞产业集团有限公司董事长，是宁夏回族自治区政协委员、宁夏中卫市政协副主席、宁夏葡萄酒协会会长。先后被授予全国五一劳动奖章、自治区“优秀企业家”、全国酿酒行业“百名先进个人”、“西部开发杰出贡献奖”、“改革开放30年中国酒界领军人物”等荣誉称号

多厂家均效仿宁夏红，一切看似风光无限，实则暗流涌动不休。

“都是10多年前的事情了，还是不要谈了吧。”当记者几次将话题引到那段历史，不知为什么，张金山总是回避。

“董事长不愿回忆那段往事。真的太难了，太苦了，真不知我们是怎么挺过来的。”宁夏红枸杞产业集团品牌部经理赵珍告诉记者。

赵珍说，当时，集团为了打败竞争对手，确立了差异化竞争的目标。那时的他们将目光锁定在创新酿制工艺上。“枸杞表面有一种蜡质保护膜，传统制法是先白酒浸泡，由于无法去掉这个保护膜，枸杞营养成分只能释放10%。必须摸索出一套新的发酵工艺，才能让更多的营养成分释放至酒体里”。

张金山疯了！这根本不可能！当年，连宁夏本地许多枸杞专家都提出了质疑。

可张金山偏得像头驴，“我倒想看看失败长啥样！”

为了试验需要，集团从杞农那里收购第一流的枸杞鲜果。彼时，一流枸杞正常收购价只有每公斤3元，可为了保证原料供应，集团硬是按照每公斤9元的价格支付。然而，他们的一片诚心似乎没有带来好运。由于枸杞酒体不稳定，上千万吨扔进去了，上百次试验失败了，几十万吨不合格枸杞酒倒掉了。

集团采购部问张金山，一流枸杞供需紧张，还收不收？收！按比合同价高10%的价格，接着收！

试验还搞不搞？搞！高薪聘请国内专家，继续搞！

营养成分达到67.5%。不行！全部倒掉！

达到78.2%。没商量！继续倒！

达到89.2%。稳定在90.7%……

这回终于行了。

常言道，好酒也怕巷子深。当时，不少人怀疑，并不以科技著称的宁夏真的能产出国内顶级枸杞果酒？

“产品质量工艺过关了，销售大战更是块难啃的骨头。”宁夏红枸杞产业集团经营部业务总监陈存彦操着浓重的西北

口音，“我的梦想是‘杀出’西北，‘挺进’中原，‘决战’华南，‘进军’东北。好长一段时间里，我脑子里只有4个字，‘市场’与‘回款’……冲杀几年，我才发现，酒业经营是一个庞大的系统工程。何为推销与促销？如何与消费者形成互动？怎样打广告才能让消费者更快地接受新产品？怎样才能实现更好的品牌价值？我们还摸索形成一系列理念，诸如，‘没有感动，就没有消费者’，创新市场链的订单法则等等”。

2008年秋，在那个金色的季节里，这支历经8年打拼活下来的团队，开始盘点自己丰硕的果实：

“每天喝一点，健康多一点”，央视多频道滚动播出的宁夏红广告语已家喻户晓；翻番增长的市场份额使得宁夏红稳坐国内保健酒霸主地位；宁夏红一举夺得世界知识产权组织和国家知识产权局联合颁发的中国专利金奖，成为迄今为止十五届中国专利金奖评选中唯一一家获此殊荣的酒类企业。

宁夏红了！那一晚的庆功会上，张金山他们相拥而泣……

那一晚，他们酣畅淋漓

苦尽甘来。

2012年，宁夏红集团迎来最惬意的一年。来自全国31个省区市的订单如雪片般飞来，销售人员加班加点也处理不完，每月有来自全国大小银行的回款，财务人员也经常加班加点。

恰在此时，有人泼出一大盆冷水：“想听实话吗？依我看，你们宁夏红红不了多久！”

那是乍暖还寒的4月，在去深圳的飞机上，张金山偶遇了一位业内朋友，他的实话令张金山震撼：“喝酒喝的是味道，健康是个卖点，但光靠健康，你能卖多久？为什

么法国干红经久不衰？人家酒庄里酿制的酒不止健康，而且就是味道……”

下了飞机，张金山要请这位朋友喝茶，朋友一挥手扔下一句话：“不用了。法国波尔多地区有个酒庄要出售，若感兴趣可以试试。”

说者无意，听者有心。那位业内朋友怎么想不到，3个月后，宁夏红以1000万欧元成功收购法国波尔多两河之间的大慕酒庄。

“表面上看，我们集团风生水起，其实已是危机四伏！”张金山语重心长地给团队上课：要看大趋势。

——由于国内果酒和保健酒多走粗放之路，低价劣质酒几经曝光，国人健康保健意识愈来愈趋于理性，饮品愈来愈倾向高档葡萄酒系列。国内酒业新一轮洗牌即将到来，宁夏红转型升级刻不容缓。

——为什么要收购法国酒庄？因为，法国酒庄多采用橡木桶进行窖藏。橡木桶本身含有“单宁酸”，如果宁夏红传杞干红通过自身低温发酵工艺，再经法国橡木桶窖藏，酒体散发的香气将更加厚重舒缓，与众不同。

——“一句话，我们要用宁夏枸杞酿造出中国味道的顶级干红！”张金山说。

2014年，香气淡雅、色泽诱人的传杞干红一经推出，迅速走红国际展会。何为中国味儿？法国波尔多葡萄酒学院院长杜德先生给予高度评价：“这酒好棒，舌尖的味道儿是纯中国的！法国葡萄酒颜色多为玫瑰色，香气浓烈，这款中国酒的香气与中国人一样，含蓄内敛，颜色金黄，洋溢着贵族气息。”

很快，国内外酒商及专家就对传杞干红的内在品质打出高分：中国独有、宁夏最佳的枸杞，抗氧化能力是红石榴的3倍、葡萄的14倍、苹果香蕉的140倍。经过中法顶级酿酒工艺碰撞，成功激活其表面的蜡质层，这一工艺再度填补国际保健酒庄的空白。

那一晚，当得知又一艘满载2000多箱传杞干红的货轮经天津港运抵韩国，张金山他们开心地笑了，笑得酣畅淋漓……



②



③

曹传取：

坚持和放弃

就在一瞬间

本报记者 白海星 通讯员 吴文婷

失败并不可怕，可怕的是经历失败后沉溺其中，进而怀疑自己。创业最难的是坚持，要坚定地忠实于自己的判断，忠实于自己的梦想

说起安徽省合肥市牛角大圩的花海，很多市民都赞不绝口。每当波斯菊、硫华菊、虞美人 and 醉蝶花竞相绽放之时，市民穿梭其中，流连忘返。在这片美丽的花海中，很多种苗都是来自合肥华绿种苗有限公司。

记者见到合肥华绿种苗有限公司董事长曹传取时，他正在大棚里记录种苗的生长数据。

几年前，曹传取从安徽农业大学毕业后便去了上海，在外打拼多年的他始终有个信念，要回到安徽老家发展现代苗木业。

2011年，凭着一腔热血，曹传取带着自己东拼西凑来的50万元作为启动资金，创办了合肥华绿种苗有限公司。

俗话说，万事开头难。创办种苗公司，寻找适合的苗木基地是发展的第一步。“苗木花卉基地对周边环境要求特别高，土壤、湿度、土层厚度都有严格的限制。同时，基地离市区的距离不能太远，道路、水等基础配套设施还要相对完善，否则会大大提高运输过程中的折损成本。”

曹传取告诉记者，最初，自己把一切都想得太简单了，对苗木基地的选择也过于仓促。当时，他在合肥周边选择一块地建基地，由于设施简陋，种苗质量很不稳定，新跑下来的订单就这样丢了。那一次的失败提醒他，创业不能仅凭一腔热血，更不能操之过急。

一笔失败的订单几乎让曹传取的创业梦付诸东流。曹传取回忆说，“当时借来的50万元启动资金，一半都已经投入进去，血本无归。很长一段时间里，我都不敢再有任何动作，怕剩下的一半资金也因为自己仓促的决定打了水漂”。

未来的路该怎样走？曹传取坦言，自己认真地考虑过放弃，但思前想后，总觉得不甘心。既然不甘心，那就收拾心情，从失败中吸取教训，汲取经验。

“创业，坚持和放弃就在那一瞬间。”或许，正是曹传取身上的这种坚忍不拔的品质让他最终选择了坚持。

2012年，曹传取几经评估，终于决定在牛角大圩建立新的基地。按照现代化育苗要求，基地里需要建设1000平方米的联动温室大棚，并配备先进的设施设备。

资金不足怎么办？曹传取清楚地知道，设备的钱决不能省，能“打主意”的只有基建。曹传取的犟脾气来了。请不起专业人员没关系，自己动手，“客串”木匠、瓦工，做苗床，涂油漆，甚至连冬季加温用的锅炉改造工作都是曹传取亲手完成的。

“当时的苗木产业还不是很发达，即便是采用现代化设备进行育苗，也没有成型的数据可以借鉴，严重影响种苗的成活率。”曹传取说，“为了解决这一问题，那段时间，我和我的团队几班倒，坚持通宵观察种苗的变化，往往需要1到2个周期才能掌握基础数据。现在，我们已经掌握了一串红、矮牵牛等品种的基础数据”。

如今，随着种苗生产数量和质量的提升，曹传取开始将目光放得更远。他想将自家的苗木卖往整个中部六省，进而在全国市场上享有一定的话语权。

为何仅仅定位在中部地区？曹传取说，花草种苗其实有一定的运输半径，即汽车运输能够夕发朝至的距离，超过这个距离，风险就会上升，特别是夏季白天运输时，种苗损耗会迅速增加。“种苗从合肥出发经过一夜的运输，基本能覆盖到中部其他五省大部分地区的客户，我们要尊重这个有效距离，才能提供高质量的种苗。这是对行业规律的尊重。”

回望创业之路，曹传取颇为感慨。他说，失败并不可怕，可怕的是经历失败后沉溺其中，进而怀疑自己。创业最难的是坚持，要坚定地忠实于自己的判断，忠实于自己的梦想。

本版编辑 韩叙

美编 吴迪

本版邮箱 jrbqyb@163.com