

# 君子之品 东方习酒

——习酒品牌与商标故事

代晓冲 李灵丽

如果说，贵州白酒的发展是一部酱酒的品牌进化史，那么，习酒凤凰涅槃的故事，就是留存其中，书写辉煌历史的一笔。

黔北高原赤水河中游、红军长征“四渡赤水”的二郎滩渡口依山傍水，风光秀丽。一家创建于明清时期的殷、罗二姓白酒作坊就诞生于此，经几代承袭经营，于1952年通过收购组建为国营企业，1998年加入茅台集团，属茅台集团全资子公司中国名优白酒企业——贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司（以下简称“习酒公司”）。

历史长河波涛汹涌，近70年岁月峥嵘。在时间长轴上，习酒公司始终秉承中国传统白酒技艺精华，坚守纯粮固态发酵工艺，以“君子之品 东方习酒”品牌理念，积极打造君品系列、窖藏系列、金钻系列为代表的品牌体系，致力于做精产品、做优质量、做好服务，使习酒从鲜为人知到家喻户晓，从大山深处到享誉国内外，习酒的前行之路都在今日的发展中得到了答案。

## 沿袭古人 开基立业

明代万历年间（1570年前后），郎庙乡黄金坪（原名黄荆坪）有一姓殷的人家在此建立白酒作坊，几代承袭经营。后殷氏举家迁往外地，便将作坊卖给罗氏。罗家继续经营酒业，代代相传，直至一九四九年后也未停业。

1952年，仁怀县工业局收购黄金坪罗家白酒作坊，开办贵州省仁怀县郎酒厂。1956年，仁怀县工业局抽调茅台酒厂副厂长邹定谦到仁怀县郎酒厂主持生产工作，按茅台酒生产工艺生产酱香型“贵

州回沙郎酒”。1959年，因国家经济困难、粮食紧张，导致酿酒原材料缺乏，被迫停产。1962年，国民经济好转，回龙区供销社指派曾前德、蔡世昌、肖明清三人（即三人起家）利用原厂房设备生产小曲白酒，曾前德为负责人，酒厂更名为仁怀县回龙区供销社郎庙酒厂，也称黄金坪酒厂。看着荒芜的土地上，长满了黄荆树，三人暗暗发誓，要把“黄荆坪”变成“黄金坪”，寥寥数语，却是最长情的承诺，指向一个充满希望的未来。

使命在肩，责任重大。企业运营之初，条件异常简陋，甚至没有一套完整的设备。但即便如此，老一代习酒人无惧条件的苛刻，依然恪守酿酒原则，坚持纯粮固态发酵工艺，他们以求真务实的精神、一往无前的勇气，奏响一阙习酒品牌的前进曲。

善弈者谋势，善谋者致远。1966年10月，浓香大曲酒习水糯酒试制成功。1967年，习水县红卫糯酒厂（地方国营）成立，习水糯酒瓶装产品上市，使用第一代注册商标“红卫”，经国家工商局核准注册，是习水县境内最早注册商标。1970年习水糯



图1 早期白酒作坊



酒更名为红卫大曲，生产的产品为“红卫牌”习水大曲酒，后相继生产“二郎滩”牌、“习水”牌习水大曲。1976年，开始试制大曲酱香白酒。1978年，酱香型白酒开始批量生产。



图2 红卫牌习水大曲酒



图3 二郎滩牌习水大曲酒

### 精耕细作 一举成名

天将降大任于斯人也，习酒在发展之路上仍需跋涉，一步一个脚印向世人展示品牌风采。

河北军旅作家徐怀中《西线轶事》曾描述，1979年，“二郎滩”牌、“习水”牌习水大曲作为对越自卫反击战的壮行酒和庆功酒，这一时期，习水大曲风靡大江南北，企业也开始从传统的销售模式向具有品牌意识的现代化经营管理阶段过渡。1981年，因“二郎滩”商标三字与产品名称“习水大曲”存在混同，遂将商标图案中的“二郎滩”三字更改为“习水”，商标图案“帆船图形”不变。1983年7月5日，贵州省习水酒厂向国家工商行政管理总局商标局申请注册“习水及帆船图形”商标，习水大曲被评为贵州名酒，获国家对外经济贸易部出口商品荣誉证书。



图4 1983年的习水商标

1980年，习水大曲获贵州省优质产品奖和著名商标证书；1985年，获商业部“金爵奖”，同时被

国家选送到亚洲及太平洋地区国际贸易博览会，并获准使用“飞天”习水大曲商标，产品向东南亚国家出口销售；1992年，低度习水大曲获帆船金奖，高度习水大曲获美国拉斯维加斯金奖。“习水大曲”酒曾一度限量批条供应，一瓶难求。

当创新邂逅习酒，一场一触即发的化学反应就爆发了。习酒公司先后进行一、二、三期新产品研制开发，恢复生产酱香型大曲白酒，并试制成功，获得习水县特等科技成果奖，1983年通过省级鉴定，命名为“习酒”，“习酒”二字由著名书法家陈恒安题写。此时，公司出口的产品有习水大曲、内销大曲、习水二曲和习酒。

1984年，酱香习酒（圆瓶习酒）上市。1985年，习水大曲、习酒由国家选定参加亚洲及太平洋地区国际贸易博览会，公司生产有习酒、外销习水大曲、内销习水大曲、普通习水大曲、习水二曲和二郎滩酒6款产品。



图5 圆瓶习酒

1986年，酱香型“习”字牌习酒、浓香型“习水”牌习水大曲获贵州省第四届名优酒“金樽奖”，远销日本、意大利、东南亚等十多个国家和地区，为国家创外汇70多万美元。在香港和台湾，习酒和习水大曲被视为思乡美酒，备受青睐。

1988年，习酒获“国家质量奖”。1989年，酱香型习酒、浓香型习水大曲分别获得中国香港举办的首届中华文化名酒博览会金奖和银奖。1991年，习水酒厂晋升为“国家二级企业”，并向国家工商行政管理总局申请注册“圆形习”字商标，生产乳白圆瓶老习酒、黑红商标圆柱瓶习水大曲、黑





图6 1991年的圆形习字商标

商标方瓶习水特曲。

1992年，习水酒厂改制，成立贵州习酒总公司，开发酱香型龙瓶习酒、木盒精品习酒、方瓶习酒和浓香型习水特曲，独家开展了“千里赤水河考察”活动，考察路线经赤水河流域黔、滇、川3个省13个县（市），对历史、地理、经济、文化等方面进行综合考察，搜集、掌握赤水河资源资料。同年，开展了“西北万里行”“习酒献西藏”和“习酒香飘重庆城”等大型活动，在全国掀起了一股旋风般的“习酒热”。习酒、习水大曲畅销全国，销售额达2个多亿，排名全国白酒前十强，为习酒品牌高质量发展“锦上添花”。

### 笃定前行 日新月异

伴随发展态势持续向好，习酒发展活力充分迸发。1998年10月，贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司正式挂牌成立。习酒公司以“无情不商、诚信为本”的营销理念为抓手，打造茅台集团浓香白酒战略基地——贵州习酒城，走质量效益型发展道路，苦练内功，开拓市场，积极进取，稳步发展，“习酒五星，液体黄金”“习酒三星，爽口爽心”等



图7 贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司正式挂牌成立

广告语深入人心。1999年，公司制定产品品牌战略，不断丰富习酒品牌和产品结构，以习酒、习水大曲为主体品牌，实行浓酱并举，着力研发国典等新产品。

新故相推舒画卷，丹青妙手向翠峰。2003年，习酒公司新的酱香酒技改工程全面启动，并陆续开发“习酒·窖藏1995”“习酒·典藏1992”“金质习酒”“银质习酒”等产品。



图8 习酒商标



图9 习酒LOGO图形商标

为提升习酒品牌在消费者心目中的认知度，增强习酒品牌影响力，2010年，公司创作设计习酒LOGO图形商标，由碧玉、新月、河流等要素构成一个圆形，表达君子外圆内方之和谐观；玉象征稀有、尊贵、典雅；绿色寓意赤水河得天独厚、生机勃勃的原生态酿造环境，寓意习酒绿色、环保、健康；新月冰清玉洁、恒古永恒；赤水河蜿蜒奔流，生生不息；新月和河流的组成，代表习酒所在地习水（古习国）源远流长，也代表着习酒拥有底蕴厚重的历史文化和生产工艺。

2010年，习酒公司凝练出君子品文化，将酱香产品“习酒·窖藏1988”作为习酒的战略载体向全国市场推广，受到消费者青睐和专家广泛好评，“窖藏系列”“金质系列”“习水系列”产品覆盖不同层次的消费市场，“大市场”“大客户”“大品牌”战略使得习酒销售和品牌知名度得到不断提升。“十二五”期间，企业生产能力、质量保证能力和抗风险能力日益增强，企业经济效益、社会效益同步双赢。2014年习酒公司获“国家地理标志产品”，“习酒·窖藏1988”酒瓶外观设计专利获“中国外观设计专利优秀奖”。

时间是伟大的书写者，习酒的种种过硬举措和荣誉傍身，使其乘着阔步前行之势，以崭新的姿态，在中国白酒的浪潮中升腾而起。







图10 习酒·窖藏1988产品图片

### 追求卓越 世界一流

历经不凡，成就瞩目。习酒公司以品质开道、品牌赋能、产品加码，奋楫逐浪，迈向更高质量。

习酒公司始终坚守传统工艺，严格把控产品质量，持续推进技改建设扩大产能、增加储量。加大品牌建设，重返央视，聘请陈道明代言，持续投入城市地标、航空高铁等高端形象，品牌张力越来越强。“十三五”期间，习酒公司大力调结构促转型升级，持续实施大单品战略，实现了区域性品牌向全国性知名品牌的精彩蝶变。2016年，获中国标准创新贡献奖、全国实施卓越绩效模式先进企业，“习酒·窖藏1988”获中国十大喜酒明星产品等荣誉。2018年，公司通过国家知识产权管理体系认证，获“国家知识产权优势企业”称号。2019年，习酒公司隆重推出“君品习酒”，定位高端酱香，成为继“习酒·窖藏1988”之后的又一核心

大单品。同年，公司首次申报即获“全国质量奖”，“酒瓶（金钻习酒）”获中国外观设计专利优秀奖等。2020年，荣获第三届贵州省省长质量奖。同年，公司高端酱香产品“君品习酒”荣获第21届比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛大金奖。习酒品

牌价值达到656.12亿元。

2021年，在“华樽杯”第十三届中国酒类品牌价值评议中，习酒公司品牌价值再创新高，以1108.26亿元位列中国前八大白酒品牌。



图11 君品习酒产品图片

厚植根基，乘势而上。习酒品牌发展不断深入，持续向优向好。站在量变到质变的临界点，习酒高质量发展的新格局正在加速开启，新的形势和机遇正迎面而来。

未来，习酒公司将紧紧围绕“十四五”战略目标，不断调整优化品牌结构，坚持以“君品习酒”和“习酒·窖藏1988”为核心打造中高端酱香强势品牌，充分发挥品牌引领作用，着力提升习酒品牌价值、市场竞争力和影响力，力争在“十四五”期间形成品牌结构更加合理、品牌业绩更加突出、品牌层次更加清晰、品牌管理更加规范的品牌体系，为将习酒打造为全国知名品牌，力争进入中国白酒一线阵营提供强力支撑，展示出惊人的“习酒速度”。

作者单位：贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司



图12 习酒公司厂区全貌图

