蔡宏柱做大稻花香的八大内因

■ 本报记者 许强

企业家是企业的灵魂和统帅，是经济的创新者、风险承担者、组织者和协调者，是企业核心力量的代表，是经济发展、技术进步的组织者和推动者，如果一个企业拥有了睿智、果敢、顽强的企业家，培育出攻无不胜，战无不克的企业家精神，那么这个企业将会兴旺发达，蒸蒸日上，成为时代的骄傲。中国著名品牌稻花香的发展恰恰证明了这一点。

稻花香集团位于内陆小镇湖北宜昌市龙泉镇，创建 30 多年，发生了两个历史性的裂变：

一是从一个“三个人、三口缸、三千元贷款”起步的乡村小厂裂变成为了中国大型工业企业，目前已成功跻身全国文明单位、“500 亿俱乐部”，跃居“中国企业 500 强”。

二是从一个名不见经传的品牌裂变成“中国 500 最具价值品牌”，有“稻花香”、“关公坊”、“清样”、“特妙”、“陶星”、“君之红”等 6 枚 “中国驰名商标”，核心品牌——“稻花香” 以 431.68 亿元的品牌价值连续 13 年蝉联“中国 500 最具价值品牌”，被认定为“中华老字号”，并入选“中国新八大名酒”。

稻花香的裂变源于改革开放的好政策，更源于拥有了一位好企业家好统帅——蔡宏柱。本报记者跟踪采访稻花香二十多年，见证了稻花香的发展，透视了蔡宏柱做大稻花香的八大内因。

远大的目标

记者第一次见到蔡宏柱是在上个世纪的成都春季糖酒会上，当时“稻花香”品牌刚步入市场不久，在全国的影响力远远赶不上老牌八大名酒，但稻花香在成都糖酒会的展厅气派远远超过了八大名酒。

那天，记者被稻花香展厅磅礴的气势吸引，走进去坐了坐。展厅的广播一遍一遍地播放着农民蔡宏柱办企业的故事，记者不以为然。当记者刚要离开展厅的时候，一位身材魁伟、气势不凡的高个子男人走了进来。他的目光坚定，气场强大，他就是自称为农民的蔡宏柱。

简单地聊了一会，记者从蔡宏柱的谈吐中听到了一种赶超“茅五剑”的远大企业愿景；了解到了“稻花香”源自于辛弃疾《鹊桥仙·山行书所见》中的词句 “酿成千顷稻花香，夜夜费、一天风露”；看见辛弃疾“醉里挑灯看剑，梦回吹角连营”诗词中的豪迈。

真没有想到，从农村成长起来的蔡宏柱志存高远，目标很明确，他办企业不仅仅为了赚钱，而是为了报国，为了改变当地农民的生活质量。其实，每个人的目标都是欲望的表达，“要什么”从来就比“怎样做”更为重要。有目标就有奋斗方向，蔡宏柱的远大目标会激发起他创业所向披靡的力量吗？蔡宏柱深深吸引了记者，从那以后，稻花香成为了记者专注的目标。

走近蔡宏柱，记者常常能听见蔡宏柱血脉中砰砰作响的声音，那些梦想，那些壮志，布满了浪漫主义色彩，奔放而豪迈；那些恢弘的战略目标映照在稻花香前行的旗帜上，鲜艳而猎猎喧响。

坚定的信念

2008 年秋，美国次贷危机引发的国际金融危机以闪电的速度演变成了一场全球性的危机，雷曼兄弟破产、刚过百岁的通用汽车破产使金融危机愈演愈烈。导致了全球投资信心受挫，消费支出萎缩，失业率攀升，经济萧条。在这种大背景下，蔡宏柱提出：“从现在开始，稻花香要用三年的时间，来实现 100 亿这个宏伟目标”。在金融海啸风声鹤唳的历史时期，稻花香凭什么去实现 100 亿的宏伟目标呢？蔡宏柱撰写了《稻花香“百亿”信念的历史诠释》一文，对此给出的回答只有两个字——信念。

蔡宏柱认为，企业要在白热化的竞争中生存下来靠的是信念。信念，是一种信仰，是一种使不可能成为可能的力量。

2011 年 12 月 29 日，蔡宏柱作客湖北省政府门户网站“跨越先锋”系列访谈时，提出稻花香要在“十二五”期间实现年销售收入 500 亿元，进入全国 500 强。当时很多人都对蔡宏柱提出的目标表示担忧，集团如何在 5 年内实现 500 亿？为此，记者专门对蔡宏柱进行了采访，撰写了一篇《狂飙为我从天落——诠释稻花香进军 500 亿的三大支点》。

实践是检验真理的唯一标准。在坚定的信念支撑下，稻花香人励精图治、奋发图强，2016 年共完成产值 510.66 亿元。

永不言败的精神

在现代商场中没有永远一帆风顺的企业，任何一个企业都有遭遇挫折和危机的可能性，稻花香也不例外。在快速发展中，稻花香遭遇过许许多多的挫折和危机，历经磨难，但是有一种精神支撑着蔡宏柱，使他没有自乱阵脚，而是巍然屹立。这种精神渐渐地演变成为稻花香核心价值观——永不言败，永不言退。

2001 年，是稻花香遇到的最艰苦的年份。那一年，蔡宏柱因高血压中风，躺在了病床上，企业所有权改制正在关键敏感时期……就是在这最艰难的日子里，蔡宏柱硬是顽强地挺了过来。

在医院，蔡宏柱邀请记者来宜昌，他想听听外面的世界变换情况，思考未来稻花香的发展。记者看见蔡宏柱每天上午和下午都去扎针和看病，看完病就继续办公。那时的蔡宏柱一面听着外面的故事，一面想扶着墙想站立起来，但没有成功。记者看见汗从蔡宏柱的额头上渗了出来，想帮蔡宏柱一把，被蔡宏柱微笑地拒绝了。

当时，蔡宏柱除了每天服药、打针、热水泡脚，积极配合医务人员的治疗外，他用乐观的精神与疾病进行顽强的斗争。他在病床上反思自己走过的道路，思考了未来战略的方向，然后发出震撼了整个白酒业的呐喊——《白酒不会毁灭》。他坚信：中国白酒业所有的纷争和辉煌“一切都是来自中国白酒业力与力的制衡、力与力的角逐、力与力的融合。

古人云：锲而不舍，金石可镂，有志者事竟成，耐心之树，结黄金之果。蔡宏柱有着坚韧不拔的意志力，为实现“稻花香进入中国白酒行业前三强”的目标，一直坚持不懈努力，创新奋进。

出奇制胜的谋略

“先谋后战者胜”。蔡宏柱习惯于先谋后战，正合奇胜。记者编著的《大谋局》一书（2003 年，中国档案出版社出版）第十五：“蔡宏柱谋略 正合奇胜，多种思维的穿透力”，对蔡宏柱正合奇胜的谋略做过一些诠释。

其实，从蔡宏柱所发表的《将稻花香品牌进行到底！》、《稻花香“百亿”信念的历史诠释》、《稻花香精神论》、《把握白酒的世纪方向——构筑中国白酒世纪的三大运管细节》等文章中都可以看出蔡宏柱是一位有智慧和谋略的企业家。

其实，稻花香每一次运营都绽放着蔡宏柱谋略的光彩：1997 年“喝稻花香酒，万人免费游三峡” 活动；2006 年 11 月 19 日，“稻花香之约”《星光大道》闪耀孝感；2014 年开展的“乡镇喇叭响 村村大铺市”活动，实施了“5+5”、“10+10” 市场战略；2016 年，稻花香推进“百市千县万镇”活动，促进产品迅速进入终端，2017 年，稻花香酒业布局“燎原战略”，落实“三个重点”，即重点培育大中型区域、重点培育大中型客户、重点培育四大系列产品，从而实现拉动品牌、拉动销售、拉动消费。

事实上，蔡宏柱出奇制胜谋略早已刻写在了稻花香创业历程之中，不管是稻花香“151 惠民工程”，还是营销的“金网工程”；不管是首创农业循环经济模式，还是明确“一主三辅”的产业新格局，蔡宏柱总会想出别人想不到的奇招，去从容应对复杂而危机重重的变局。

学习探索的品德

在记者的认知里，高中毕业的蔡宏柱的文化知识早已经超过了普通本科生的水平。2012 年 12 月 12 日，蔡宏柱应邀到清华大学，登上了讲台，为该校酒类行业总裁高级研修班第二期 60 名学员讲课。那天，他还为本期研修班题写了“志当存高远，敢为天下先”的励志签名。

蔡宏柱出生于内陆农村，小的时候受教育的条件有限，但蔡宏柱天生就是一位爱学习的人，在创业之前，他搞过副业，做过出纳，去林场当过技术员，去铁厂打过铁，学过车工，养过蜂。他干一行爱一行，天生就爱学习，爱创新。

蔡宏柱特别爱学习毛泽东思想，并且善学善用。记者曾经写过一篇《蔡宏柱：以毛泽东战略解决企业命运》的文章，记录过蔡宏柱善于学习，钟情于毛泽东战略的情节。蔡宏柱坚信毛泽东那句“没有文化的军队是一支愚蠢的军队”的名言，他甚至认为：“没有文化的品牌也是一个‘愚蠢’的品牌。”

在世纪跨越之时，网络博客刚时兴，蔡宏柱便在人民网，新华网注册了博客，博客点击率非常高；后来微博兴起，蔡宏柱就注册了人民微博，粉丝没多久就达到了 3000 多人；近年两会期间，蔡宏柱坚持每天晚间撰写“老蔡博客”，对“两会”、国家建设、企业发展进行深度思考和谏论，并通过《稻花香》微信公众号“两会在线”向微信朋友发布，得到了众多微信朋友和网民的点赞、鼓掌，影响颇深、意义非凡。

最近，稻花香提出“一爱九有”标准，要求稻花香员工要“爱学习”，其实这里面就有蔡宏柱爱学习的思想影子。

说到做到的诚信

稻花香先后荣获“全国食品行业诚信企业”、“中国酒类流通诚信企业”等荣誉称号。实际上，这些荣誉的获得与蔡宏柱说到做到的性格是分不开的。

近年来，稻花香每年年初都会制定一个目标，比如“151、252、353、505、707、10010、515”，外界对每一个目标的提出都表示过质疑，但是实践是检验真理的唯一标准，结果，稻花香的每一个目标都实现了。

2016 年 1 月 8 日晚，记者围观了江苏绿色工贸公司董事长韩汇山与蔡宏柱对弈，蔡宏柱说只杀两盘。第一盘棋，蔡宏柱赢了。下第二盘时，蔡宏柱与客户边谈边下棋，一不留神，被韩汇山将了军。记者见蔡宏柱没有尽兴，提议再下一盘棋决胜负。蔡宏柱说：“说好了下两盘就下两盘。”于是棋盘被收，蔡宏柱又开始谈生意了。

在记者 20 多年的记忆中，蔡宏柱是一位言必信，行必果的人。

2014 年 12 月，中国工商银行三峡分行副行长周世忠将湖北省首张工银运通百夫长黑金卡送到蔡宏柱手中。在此之前的 5 月 8 日，稻花香集团与 18 家金融单位签订了总额达 121.785 亿元的综合授信，开启了新一轮银企战略合作的新篇章。

据了解，被誉为“卡中之王”的百夫长黑金卡是由美国运通公司推出，持卡者享有全球顶级的会员专属礼遇、权益和服务。

敢于担当的责任感

名人奥贝纳说：“我所享有的任何成就，完全归因于对应的高度责任感”。其实，蔡宏柱的成功也归因于他拥有的责任感。

创业报国是蔡宏柱的创业理想，这基于蔡宏柱的使命感和责任感。稻花香从创立之初，就始终追求在企业发展和社会责任之间求得平衡，蔡宏柱因势利导，高度重视引领企业担当社会责任，通过产业带动、项目扶贫、公益投入等方式，为推动地方经济社会发展做出贡献。

近年来，汶川地震、玉树地震、舟曲泥石流，重特大自然灾害接连发生。灾害发生后，稻花香人多次赶赴灾区参加救援，为灾区群众慷慨解囊、捐款捐物；灾区重建时，稻花香人又出钱出力，倾心支持……这些年，蔡宏柱对外捐款捐物逾亿元。

在总部经济发达的今天，很多人都感到奇怪，为什么稻花香不迁址大城市呢？龙泉镇地处宜昌、远安、当阳三县交界，两山相夹下有一溜狭长的平畴，曾经是“六山一水两分田，一分道路和庄园”。记者听一位熟悉蔡宏柱的老乡讲，蔡宏柱有着浓厚的家庭责任感，少年时就想改变家乡的贫困状况，让亲戚朋友和乡亲都过上好日子，于是他创办了稻花香。在蔡宏柱的努力下，龙泉镇今非昔比，被国家六部委列为“全国创建文明小城镇示范点”和全国小康明星乡镇。农民住上了楼房，用上了自来水，装上了宽带网，几乎家家有车。

今年春节，一位龙泉出租司机对记者感慨道：“没有蔡宏柱就没有稻花香；没有稻花香，就没有龙泉的今天。”其实，蔡宏柱扎根龙泉小镇，就是基于他担起了发展龙泉新农村的责任。

挥洒自如的人格魅力

企业家，作为“万物之灵”，既是自然的人，又是社会的人。在社会交往中建立起来的人际关系越好，他的朋友就越多，就越能使自己得到温暖、勇气，增加自己的力量。

了解蔡宏柱的人都佩服他的人格魅力，他真诚热情、友善、富于同情心，乐于助人和交往，感知敏锐，想像力丰富，逻辑性强，乐观开朗，善于自制，勇敢果断，坚韧不拔，在员工眼里他是一棵参天大树，可以依靠可以树下躲雨；在经销商眼里，他是财神爷，受人信赖，跟着他就可以挣钱；在当地村民眼里，他就是一面旗帜，他的方向就是发家致富的方向；在朋友眼里，他就是铁哥们，处世待人，举手投足与言谈行为都很仗义；在女人眼里，他就是英雄，英俊潇洒，行侠仗义；在生意伙伴眼里，他就是及时雨，总会在需要的时候出现.....

蔡宏柱仿佛总是轻松地微笑着，他那微笑中洋溢着感人肺腑的芳香。他微笑着倾听，微笑着解决企业问题，微笑着面对病魔折磨，微笑着管理着上万员工的稻花香。

一位学者这样评价蔡宏柱：他信仰坚定，有矢志不渝的坚毅力；品行高洁，有脱凡超俗的吸引力 ；宽以待人，有严于律己的亲和力；沉着果断，有潇洒自如的感染力；举止得体，有平易近人的感染力。

“以力服人者，非心服也，力不赡也；以德服人者心悦诚服也。”蔡宏柱恰恰拥有了豪气干云的人格魅力，才能带领稻花香在激励的竞争脱颖而出，稳步发展。

记者跟踪采访稻花香 20 余年，通过对稻花香产业主见、企业个性、企业文化与价值观、产品特性、有竞争力的产品、研发创新能力的透视，发现了稻花香做强做大的内在因素，就是因为稻花香拥有了一位高瞻远瞩、敢于担当、永不言退、说到做到的企业家——蔡宏柱，他在长期的创业实践中渐渐锻造成稻花香发展的灵魂，对稻花香跨越有着极大的推动力，稻花香在这一灵魂的引领下，励精图治，砥砺前行，不断地发展壮大，奋力向前。

成都高新自贸试验区公开征集改革痛点 强化“压力测试”

成都高新自贸试验区将面向社会广泛征集市场主体痛点，从中选取重点领域和项目进行“压力测试”，通过改革创新切实降低市场主体的制度性成本，让群众更有获得感。

这是 6 月 16 日上午记者从成都高新自贸试验区首次媒体通气会上获悉的。成都高新自贸试验区相关负责人表示，成都高新自贸试验区自今年 4 月 1 日成立以来，一手抓前两批自贸试验区经验成果复制推广，一手抓三年任务清单制定与实施，率先发布三年任务清单 126 条和 2017 年任务清单 49 条。截至目前，企业简易注销、网上自主办税、境内外维修海关监管制度等 37 条改革事项已经落地。

在多重政策利好助推下，市场主体活力激增。据统计，4 月 1 日–5 月 31 日，成都高新自贸试验区新登记企业 3906 户，占成都自贸试验区的 83.9%。其中内资企业新增 3874 户，注册资本(金)345.07 亿元，外资企业新增 32 户，注册资本(金)2.81 亿元。

“自贸试验区的一项重要任务就是要通过改革创新，降低市场主体的制度性成本，让群众更有获得感。”成都高新区自贸办(筹)介绍，试验区将重点围绕新一代信息技术、生物医药、服务贸易、金融等领域，面向社会广泛征集市场主体遇到的痛点问题，特别是阻碍发展、不符合市场规律的有关规定和制度，并选取重点领域和项目进行“压力测试”。

这些重点领域和项目包括继续深入实施“国际顶级科技园合伙人计划”、积极探索土地出让管理改革模式、大力推行人工智能政务服务、逐步推进“分级诊疗+医药分离”的微问诊模式等，力争引进一批国际标杆企业，推动试验区产业优胜劣汰和转型升级，以技术革新“倒逼”体制机制创新，提高政务服务效率，提升市场主体和群众获得感。 （叶含勇）

个性定制服装 离我们还有多远？

■ 张辛欣

点击按钮，“私人裁缝”第一时间上门量体；上传图片，专属西装几个工作日后就能送到你身边。技术进步和消费升级正在推动服装大规模个性化定制时代加快到来。

智能制衣技术是否成熟？个性定制服装离我们还有多远？近日于浙江绍兴柯桥召开的中国服装定制高峰论坛上，企业家、设计师和市场分析人士等汇聚一堂，围绕服装业怎样实现“智能定制”展开了头脑风暴。

个性定制正在颠覆千篇一律的同质产品，推动整个产业生产方式、交换方式的革命性变革。有数据显示，2016 年我国私人定制服装市场规模 1022 亿元，预计 2020 年将达到 2000 亿元。

市场需要技术为支撑。定制服装走进寻常百姓家，智能制衣技术尤为关键。大数据、智能制造、3D 试衣等软硬件技术的发展，突破了量体、打版等以往难以规模化的关键环节。柔性供应链的建造，降低制造成本、缩短定制周期，让批量定制成为可能。当前，不少服装企业处于转型中，在量体、制衣、试衣等多个环节引入智能技术，涉足定制蓝海。

浙江报喜鸟集团副总裁邱成奎在论坛上介绍，依托云数据和云制造，报喜鸟在流水线上实现包括电脑读取个性数据、智能机床精准剪裁、自动匹配面料辅料等多个环节在内的智能生产，较传统手工艺定制服装效率提升 6 倍，定制生产的产量、合格率也大幅提升。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲说，大规模个性化定制将是服装业发展的重点方向。我国也将从政府层面推动相关技术发展，制定服装测量标准、人体数据库建设标准等，使技术与时尚无缝对接。

除了技术，产业链的协同配套也少不了。

在个性定制的大潮下，不少企业专注于智能定制的一个环节做配套服务，提供智能量体、智能制造或面料辅料搭配等，不仅为自己拓宽了空间，也加速了行业定制化进程。

淘宝男装定制项目总负责人袁立叶在论坛上说，在互联网推动下，消费者与生产企业信息交互平台、产业链协同供应平台、智能物流平台、智能管理系统等纷纷出现，服装产业链逐步变成开放、共享的生态链，人人可以购买定制服装，人人可以为定制提供服务。

中国服装协会也发起成立了“中国服装智能制造技术创新战略联盟”，打造信息资源平台、研究开发平台和成果推广平台，加速智能制造意识与技能的双重落地。

服装定制，最终体现的是审美与文化。加快文化创意产业发展，提升品牌文化和定制内涵是题中之义。

孙瑞哲说，中国纺织工业联合会将促进品牌与文化创意产业、高新技术产业融合发展，推动企业精准定位各层次差异化需求，开发多元化产品，提高产品质量，形成包涵生活哲学和审美价值的品牌文化，将中国文化和艺术在服装上“投射”，提升整个产业的附加值。