

中国酒业十大金句,远播2017 心灵之音

■ 本报记者 许强

2017年,中国酒业的关键词是“涨”。

2017年,中国白酒强者恒强。在大A股,白酒行业2017年三季报披露公司共18家,实现盈利17家,亏损1家,总营业收入1230.22亿,总营业利润552.90亿,行业营业利润/营业总营收=44.94%,其中营业利润前五位分别为贵州茅台286.37亿、五粮液96.48亿、洋河股份74.25亿、泸州老窖27.02亿、山西汾酒12.52亿。行业总营业收入同比增长28.93%,总营业利润同比增长42.41%。

2017年,中国酒业欣欣向荣,激情澎湃,一些主流思想时时撩拨着中国酒业敏感而脆弱的神经,洗涤着做酒人的心灵。其中,有10大金句,成为了2017年中国酒业的警句,远播着中国酒业的心灵之音。

1. 袁仁国:价格是价值的体现。

未来贵州茅台的目标是世界级企业,去年(2016年)上税200亿元,今年(2017)税收要达到260亿元左右;茅台酒的出口占到中国白酒出口量的70%,已经布点了14个国家;让世界都能喝到茅台酒。

——茅台集团董事长袁仁国

点评:2017年,茅台产品不断涨价,贵州茅台A股市值突破万亿,成为唯一一个市值突破万亿的消费类公司。同时,其总市值已超过A股中其他所有白酒市值总和。一个单一国家的单一品牌能够破万亿,这在世界上少见,为什么茅台能创造这样的奇迹?袁仁国给出了诠释:价格是价值的体现。

2. 吴少勋:我们到底要什么?

摒弃短视思维。有时候,一个销售目标或一个行业的地位的追求是不是我们所要的结果?我认为不尽然。这个实际上是生存和发展的问題。健康长寿,是我们每一个组织来自每个人的共同追求。我们不仅要学会工作,也要

学会思考。思考是我们的软实力。

——劲牌有限公司董事长吴少勋

点评:2017年2月3日,吴少勋先生在新春团拜会上提出了“我们到底要什么?”的思考,其实,这是中国酒企方向性战略性的提问,每个企业应该深思这一问题延伸的其他问题:企业存在的价值和目的是什么?我们以什么为追求目标?我们的企业应该树立什么样的生存观、发展观?我们该如何理解“健康可持续”?我们有哪些不健康、不可持续的做法需要摒弃?我们应具备怎样的生存能力?为了公司的健康可持续发展,我们应该怎么做?

3. 蔡宏柱:路在脚下,成功是走出来的。

世上难走的路是上坡路,登顶前的冲刺最关键;爬坡需要屏息聚力,决胜小康尤需善谋勇为。只要我们敢于打破思想观念的惰性,坚持“创”字引领、“干”字当头、“实”字托底,就能赢得发展新机遇,增添发展新动力,书写发展新篇章。

——湖北稻花香集团党委书记、终身名誉董事长蔡宏柱

点评:企业前行的条件和发展的关节点是什么?那就是善谋勇为,一步一个脚印地向前走,“创新、实干”,不仅仅要有梦想,聚力而为,更需要拼搏奋斗,恰如2017年12月31日国家主席习近平发表的2018年新年贺词所说——“幸福都是奋斗出来的”。

4. 李曙光:弘扬历史传承,共融和美好生活。

中国白酒的国际化发展,正处于一个重大历史机遇的风口上。五粮液如今面临激烈的市场竞争,公司正在开展“二次创业”,提出了“十三五”打造千亿集团的目标,其中酒业的贡献度将达到60%。五粮液二次创业将通过战略创新、品牌创新、营销创新,实现追赶型、跨越式发展,力争重新回归品牌、市场和市值的龙头地位。

——五粮液集团党委书记、董事长李曙

光

点评:美好生活是每个中国人的追求和向往,白酒是创造美好生活的重要载体。不管是中国白酒的国际化发展,还是实现追赶型、跨越式发展,传承中国传统酒文化,创新中国酒战略、文化、品牌是必要手段,只有前仆后继,奋发图强,创新拼搏,中国白酒才能更多地为人类美好生活做贡献。

5. 王耀:快乐健康是洋河企业文化的使命。

酒文化“坚守什么”和“本源在哪”?一是坚守工匠精神,即倡导“守正出奇,不忘初心”,确立“五度五米”战略发展框架;二是创造“快乐健康”,即把“快乐健康”作为企业使命,率先在酿酒技术和健康品质上取得革命性突破,提高饮用舒适性、改善产品功能性,为消费者创造更好、更健康的产品。

——江苏洋河酒厂股份有限公司董事长、党委书记王耀

点评:文化是坚守出来的。苏酒集团倡导“守正出奇,不忘初心”,确立了“五度五米”战略发展框架:一是宽度一毫米,即“专注”;二是深度一厘米,即“极致”;三是高度一毫米,即“坚守”;四是长度万万米,即“创新”;五是温度立方米,即“热爱”。这些都是以工匠精神的传承和坚守为核心,意义在于让人“快乐健康”。

6. 李银会:品牌知名度解决不了消费习惯。

大部分区域型酒企的现状可以总结为“品牌全国化,销售板块化”。区域型酒企在实现全国化销售网络的过程中,要面临地缘文化认同和消费习惯等多个问题,而知名度解决不了消费习惯的问题。青稞酒在全国化进程中,在“品类和品牌”以及“产品个性化和销售方法落地”两个方面面临困难。

——青海互助青稞酒股份有限公司董事长李银会

点评:人是个体,自然就有消费差异。每

个区域消费者都有每个区域的消费习惯,不可能靠知名度解决消费习惯的问题。湖北人现在喜欢喝苦荞酒,广东人就喜欢顺德酒厂生产的豉香型白酒;北方人喜欢喝烈酒,南方人喜欢喝保健酒,所以凡事都要具体问题具体分析,酒水品牌可以全国化,但酒品还需特色化,才能满足区域消费者的需求。

7. 汪俊林:按着腰包来赌。

我们像赌博一样,按着腰包来赌,我们有底线,输得起的情况下敢于赌,敢于赢。使命在召唤,胜利在前方。

——郎酒集团董事长汪俊林

点评:2017年,汪俊林“5年100亿广告费”“赌”誓发布,引起了广泛关注,也彰显了郎酒施行品牌驱动战略的决心。品牌是郎酒决胜未来的重中之重,是郎酒“讲好郎酒故事,传播好郎酒品牌和发展好郎酒市场”的保证,为了郎酒突围崛起,郎酒敢于“赌”,可谓“成功细中取,富贵险中求”,郎酒“破费”豪赌品牌,或是汪俊林破釜沉舟的策略和智慧。

8. 吴少勋:做好而不同的产品,做不一样的营销。

做质量,不做增量,把产品做好是劲牌的第一责任。使命重在担当,实干铸就希望。在新形势下,让听得见炮火的人来做决策,对市场出现的问题快速反应。希望营销人员加强学习和修炼,砥砺前行,努力进取,做勤于学习、敢于担当、善于作为的人。要把时间、精力放在阳光营销、健康营销的事业上去,夯实百年市场的根基,劲牌事业也一定会有一个光明的未来。

——劲牌有限公司董事长吴少勋

点评:近年来,劲牌的发展一直是个谜。其实谜底很简单,就是弘扬了“正文化”。了解劲牌的人都知道,在“树正气、有担当、可持续”核心价值观的引领下,劲牌人发扬工匠精神,始终坚持将产品品质放在发展的首位,实行“零瑕疵”质量管理标准,用高品质的产

品赢得了市场。同时,劲牌人敢担当、善作为,全心全意倾注于阳光营销、健康营销的事业,从而夯实劲牌市场健康可持续发展的根基。

9. 蔡开云:只有做出最好的产品,才能真正赢得消费者。

没有好产品,中国酒业就没有强势品牌。在传统白酒商业中,渠道为王、终端为王概念深入人心。但是在互联网时代,产品供应到用户的环节正在逐步缩短,直供用户的路径已经明朗,渠道的作用被弱化,产品为王的时代已经到来。品质是酒企产品畅销内因,渠道、模式是外因。正如伟人毛泽东在《矛盾论》中所称,内因决定事物发展的过程 and 方向。毫无疑问,消费者购买的是酒品,这是消费者愿意付费的前提。

——湖北稻花香集团董事长蔡开云

点评:产品赢得消费者的逻辑是什么?就是“好”字。没有好产品,所谓的渠道、模式都是空谈。长久的市场不是忽悠出来的,而是你给市场提供了最好的产品,尤其是在新零售时代下,直供用户的路径已经明朗,好产品的重要性更见明显。

10. 李秋喜:汾酒是中华民族综合价值的标本。

汾酒的突破点,主要还是在市场的拓展上,还是在于为消费者提供更适合自己饮用的产品上,还是在于饮酒的过程中能与企业的文化,即通过酒文化的传播,真正使大家认识到酒文化、适量饮酒有利于人的身体健康的重要作用,使大家在饮酒的过程中,能把酒文化去领会、去理解、去传播,真正让中国的白酒走向世界。

——山西杏花村汾酒集团有限责任公司董事长李秋喜

点评:中华民族的复兴,取决于中华民族核心价值的构建。作为价值标本,汾酒承担了太多的责任。从2017年大A股上白酒企业的集体表现上来看,中国白酒的力量和价值确实不容小觑。

“启航”两年 亚洲共享亚投行红利

■ 新华社记者 邹多为

由中国倡建的亚洲基础设施投资银行(亚投行)已开业运营两周年,“从无到有”、“从有到多”,亚投行的大船不断开启国际经济治理新旅程。国际观察人士认为,亚投行履行了承诺,为亚洲经济发展、区域合作发挥了积极作用,为亚洲多国分享到亚投行带来的红利。

为区域基础设施建设注入资金

官方数据显示,开业两年来,亚投行为巴基斯坦、塔吉克斯坦、孟加拉国、印度尼西亚、缅甸等国项目提供了超过42亿美元贷款。

亚洲基础设施融资需求巨大。仅2017年,亚投行就批准了多个项目:菲律宾马尼拉防洪项目的2.076亿美元融资,印度尼西亚和

孟加拉国2.85亿美元融资以及印度的15亿美元贷款。

“亚洲许多国家的基础设施建设都将直接从亚投行贷款中获益。”专注于发展中国家问题研究的印度专家巴塔吉告诉记者。他说,亚投行不仅推动了亚洲基建发展,同时搭建了一个更倾向于亚洲国家的多边融资平台。

蒙古国立大学经管学院教授刘·奥云也表示,亚投行为发展中国家在基础设施建设领域融资增加了新途径,有利于发展中国家的经济发展。

项目落地建设得以推进

2016年亚投行提供2.165亿美元贷款助力“千岛之国”印度尼西亚改造贫民窟,通过修建和改造水、电、路等基础设施提升民众生

活质量。已于去年开始的皮桑岸贫民窟升级项目正是其中之一。

皮桑岸贫民窟位于首都雅加达东区,清理垃圾、拓宽道路、疏通下水、引入绿化和教育市民为社区带来了久违的生机与活力。“不少之前被迫离开的邻居现在都准备再搬回来,这真是一个造福百姓的好项目。”当地居民拉妮妮感叹道。

世界银行印尼国家贫民窟升级项目负责人乔治·苏拉娅告诉新华社记者,印尼有约2900万人生活在贫民窟,这一项目将令970万居民直接受益,另有数百万居民间接受益。

印尼智库亚洲创新中心主席、印尼东盟南洋基金会主席班邦·苏尔约诺表示,亚投行立足于基础设施投资、共同发展、合作共赢,其在印尼国家贫民窟升级项目中务实高

效的专业精神深受印尼政府和民众欢迎。

亚投行首个独立提供融资的项目——孟加拉国配电系统升级改造项目已正式施工,目前已安装100万个电表。

孟加拉国农村电气化委员会表示,该项目将在农村地区新增250万个电表、6.5万个变压器,同时架设7.5万公里输电线,用以扩大和提升农村地区77个农村电力合作社的电力服务能力,使孟加拉国1250多万农村人口受益。

孟加拉国财政部发言人拉赫曼表示,孟加拉国希望获得亚投行更多支持,以发展国内重大基础设施项目。

提升亚洲国家金融话语权

亚洲是世界最具活力和潜力的地区之

一,国际社会普遍看好亚洲经济发展前景,亚投行的创立让国际舆论注意到全球金融领域发出的亚洲声音。

巴塔吉查表示,相比对区域内基础设施建设的推动,提升亚洲国家金融话语权更为重要。亚投行的发展将为人民币国际化创造条件,有助于完善现有货币体系。此外,亚投行助力亚洲企业融资,推动亚洲金融市场发展。

2017年,亚投行获得了国际三大评级机构的3A评级及巴塞尔银行监管委员会的零风险权重认定。亚投行在维护区域金融稳定方面的作用以及在国际金融市场地位的提升得到充分认可。

瑞典-中国贸易委员会主席托马斯·拉格奎斯特认为,亚投行将作为全球供应商提供公平机会,从而有效推动全球经济增长。



●这是被张小雷包装为“价值达100亿”的“老山森林公园度假村”项目。其实,这是一块航空用地,“钱宝系”企业购买该地块仅花了2万多元,目前也处于闲置状态(1月15日摄)。 朱国亮 摄



●这是张小雷对外声称的占地200多亩、综合市值近200亿元的“智慧城”项目,但至今大片土地尚未开发,其上仅有两栋内部尚未装修的空置楼宇(1月15日摄)。 朱国亮 摄

■ 新华社记者 白阳 朱国亮

“因违反国家相关规定,采取借新还旧的方式向投资人吸收资金,目前已无法兑付本金利息。”2017年12月26日,钱宝网实际控制人张小雷来到南京市公安局写下一纸声明,向警方投案自首。他从无法填补的巨大庞氏骗局中解脱了,却把追随他的“宝粉”们推向了深渊。

据悉,在钱宝网声名显赫时,张小雷曾多次与“宝粉”聚餐,并将此称为“雷的盛宴”。如今“盛宴”黯然落幕,露出背后狰狞的真面目。围绕此案的相关疑点,记者日前赶赴南京,实地采访办案民警、张小雷等主要犯罪嫌疑人和相关企业,还原“钱宝系”“产业帝国”背后的真相。

“领工资”为名,借新还旧为实

“交押金、看广告、做任务、赚外快”,这个颇具诱惑力的宣传语,是钱宝网短短数年间快速崛起的秘诀。警方初步调查显示,钱宝网以高额收益为诱饵,持续采用吸收新用户资金、用于兑付老用户本金及收益的方式向不特定社会公众大量非法吸收资金,涉及的集资参与人遍布全国,截至案发,未兑付集资参与人的本金数额达300亿元左右。

张小雷声称,钱宝网的商业模式是建立一个网络平台吸引用户注意力,当用户资源积累到一定规模后,再与广告商进行合作,搭建一个广告销售渠道。

为了“积蓄”用户,钱宝网设计了“签到”

“做任务”等方式。所谓的“做任务”分为广告任务、分享任务、体验任务、问卷任务等,不同的任务需要交纳数额不等的“保证金”,“保证金”越多则收益越高。

以广告任务为例,参与者需要点击查看钱宝网提供的广告。但据张小雷和多位公司高管供述,平台开办以来几乎没有外部品牌投放广告,其“任务”主要是从网上随意找来的广告以及公司内部视频等。

在钱宝网的宣传中,参与者完成任务获得收益的行为被称为“领工资”。不少参与人告诉记者,任务几分钟就能做完,只要按规定完成每日签到和“任务”,获得的“工资”就能达到40%-60%的收益率。办案民警表示,看广告的行为不可能产生这样高的收益。

江苏三律师事务所律师王炜说,正常的工资报酬应该与劳动量挂钩,但本案中所谓的“工资”直接与“保证金”的数额挂钩,实质上并非真正的劳动报酬,只是对“本金”“利息”的一种掩耳盗铃的说法。

记者获悉,钱宝网在线上推出“任务”的同时,也在线下提供各类高收益投资产品。以2014年底推出的苏河二期产品为例,约定投20万3年后给予144万的回报,后又将线下产品转为线上。

在高息回报的诱惑下,钱宝网会员规模迅速扩张。张小雷称,截至案发时,钱宝网日活跃用户达百万。

如此规模的用户意味着一笔巨额利息开支。张小雷坦言,钱宝网吸收用户的保证金是解决资金问题的主要方式。钱宝公司线下产



●张小雷在接受警方审讯(1月14日摄)。

品总负责人端某也证实,从用户吸收来的资金并没有经过第三方托管,而是进入了企业资金池账户和张小雷的个人账户,其中大部分用于兑付老用户的本金和收益。

“这么高的利息肯定不可能长久存在。我自己从没有主动在钱宝网上投资,也劝我身边人不要参与钱宝网投资。”钱宝公司战略发展研究中心主任杨某说。

谎言堆砌的“产业帝国”

为了维持“高息支付”的链条,需要吸引更多的资金支持。为此,张小雷精心炮制了一个“钱宝系”“产业帝国”的假象。

在钱宝网铺天盖地的广告宣传中,“钱宝系”企业有70余家,涵盖微商、地产、足球、甘油、共享单车等不同领域。但警方调查显示,有实际经营的公司只有20余家,产生的利润远不足以覆盖所需的高额利息,且这些公司大部分是内部关联交易,极少有外部利润来源。

为了强化自身光环,张小雷还将旗下的一些项目包装成前景广阔的“优质资产”大肆炒作。然而记者在实地探访后发现,这些项目的真实情况与宣传内容相去甚远。

以“江北智慧城”为例,广告中声称“占地200多亩,综合市值将近200亿”。据警方调查,钱宝公司获得此地地块时的花费为12亿余元。记者在项目现场看到,工地上长满荒草,两栋大楼只有外立面做了装修,内部还是毛坯状态。南京市国土局浦口区土地交易所负责人

“雷的盛宴”是如何落幕的? ——“钱宝网”非法集资案真相调查

说,这块地为科研设计用地,增值空间有限,按照规划不能随意变更,不能用于开发住宅。

钱宝公司另一处被包装为“价值达100亿”的“老山森林公园度假村”项目,是“钱宝系”企业花了2亿多元购买的航空用地。国土部门有关负责人表示,这块地的规划用途和出让合同都约定了只能用于航空员工宿舍、候机楼、航空旅客住宿等,不能用作一般商业开发。

2013年,江苏吉信甘油科技有限公司被“钱宝系”企业收购,这家原本在淮安默默无闻的化工厂自此摇身一变被吹嘘为“亚洲第一、年利润逾2亿”的顶尖企业。记者了解到,该厂年设计生产能力为10万吨,但2017年的实际生产量为4.8万吨,即便在江苏省内也不突出;从企业纳税申报表和会计报表来看,2016年该厂营业额为2.57亿元,净利润仅为1166万元。

至于让不少参与人津津乐道的成都钱宝足球俱乐部,根据警方调查报告,2016年俱乐部净资产为-1879万元,借款7000余万元,还拖欠数百万元的球员工资,已经资不抵债。

办案民警介绍,张小雷一方面通过营销造势打造“钱宝系”企业“财大气粗”的虚假形象,一方面塑造亲民形象拉拢人心。多位参与人表示,张小雷平时经常做直播与用户互动,把参与“投资”的用户亲切称为一起做事业的“合伙人”,每年还会带着用户参观项目,发起一些公益活动,从而取得参与人的信任。

一场预备三年的“自首计划”

越来越大的资金缺口,让这场骗局日益难以为继。张小雷表示,近年来公司每年都会出现一两次用户挤兑事件。据钱宝公司高管康某回忆,在去年8月钱宝网的一次集中挤兑中,公司通过延长提现的到账时间、提高线上任务的收益率和提高快速提现手续费,才惊险地度过了危机。事实上,在无法维系资金

骗局后,张小雷已无路可走。

“我为这一天已经准备了三年。”在看守所的高墙内,张小雷坦言,钱宝网违反国家相关规定采用借新还旧的方式向投资人吸收资金,“窟窿已经填不上了”。据警方初步调查,“钱宝系”企业的资金和资产已远远无法填补未兑付的集资参与人的本金缺口。

讽刺的是,张小雷此前比作亲人股存在的“宝粉”,最终被彻底抛弃了。张小雷说:“‘宝粉’们的损失是由我造成的,我愿意承担法律责任。”

一位参与人表示,自己起初对钱宝网的高收益也有顾虑,但被张小雷包装出来的实力欺骗了,于是决定赌一把。“投进去的22万元里有11万是借的,我恨张小雷,也怪自己太贪婪。”他懊悔地说。

“我的行为触犯了中华人民共和国的相关法律,对于投资人造成的损失我深表歉意。我愿意接受法律的制裁。我愿积极配合相关部门妥善处理后事宜,争取宽大处理。”张小雷说。

南京大学刑法学教授孙国祥指出,近年来非法集资犯罪手段不断翻新,极具隐蔽性欺骗性。钱宝网以完成任务获取高额收益为诱饵,收取用户“保证金”,并采用吸收新用户资金兑付老用户本金及收益的方式,其运行模式具有庞氏骗局的特征,一旦蔓延,将对金融体系乃至社会稳定产生巨大冲击,严重影响实体经济发展。

据悉,目前南京公安机关正在加快案件侦办进度,全力以赴开展追赃挽损工作,最大限度挽回集资参与人的损失。警方表示,公安机关已开通“钱宝网用户配合调查取证受理登记平台”,希望集资参与人及时、主动报案、登记信息,以维护自身合法权益;同时,请集资参与人依法表达诉求,不信谣、不传谣、不受蛊惑,不组织、参与各类非法活动。