

酱酒核心产区协同发展拓新局

■ 惠文

赤水河酱酒核心产区迎来协同发展新局面。3月7日,茅台集团原董事长李保芳,四川郎酒集团董事长汪俊林,习酒公司董事长钟方达等一行受邀到访国台酒庄,与天士力创始人、天士力控股集团董事局终身荣誉主席、国台酒业集团董事长闫希军,国台酒业集团党委书记、总经理张春新等进行了深入交流。

此次会议,作为赤水河酱酒核心产区百亿三强企业的第一次聚首,无疑对整个酱酒行业的未来协同发展有着重大的指导意义。

酱酒百亿三强聚首

“酱酒热的形成,在茅台的引领下,郎酒、习酒、国台都功不可没,每个企业的积极进取精神和发展成果都值得肯定,因此,三个百亿级企业的一把手相聚交流,非常有意义。”李保芳如此评价这次座谈会。

众所周知,在整个白酒行业,目前营收超过百亿的酒企仅十家左右,而酱酒板块已占据四席,除了茅台、郎酒、习酒、国台均位列其中。

郎酒在2018年营收重回百亿,开启了新一轮发展之路。之后的2020年,贵州习酒正式跨越100亿大关,成为继郎酒后的又一家酱酒百亿企业。

到了2021年,国台销售实现爆发式、跨越式翻番增长,含税销售额从2020年的40亿一跃突破百亿,正式跻身“酱酒百亿俱乐部”。国台方面表示,“十四五”期间,国台坚持稳中求进、行稳致远,以打造“中国新名酒”为目标,努力在产业生态、智能酿造、健康导向、酒文化和模式创新五个维度构建“中国新名酒”的内涵体系,不断夯实中国新名酒的内涵基础和价值表达。

“在方圆50公里的范围内,郎酒、习酒、国台迅速发展成为百亿级企业,这在整个中国都很少见。”李保芳指出,规模就是地位、是底气、是竞争力,三家企业的品牌影响力、品质提升水平,以及市场认知程度,目前都名列前茅,在短短的几年内,都实现了质的飞跃,是一个不可多得的典型现象”。

业内专家指出,随着国台顺利实现百亿营收目标,赤水河两岸“一超三强”的酱酒产业引领格局逐渐形成。以茅台镇为核心,以赤水河为中轴,一个规模庞大、体系完善、发展迅速的酱酒产业集群在川黔之间迅速崛起。

产区化协同发展新格局

从过去交流情况来看,早在2017年1月,茅台、习酒、郎酒、国台四大酱酒领导人便齐聚四川泸州二郎镇,举行了一场“二郎会议”,共同探讨白酒行业发展。

此后数年,酱酒头部企业进一步加深了交流。尤其是2020年6月8日,包括上述企业在内的7家重量级酱酒企业,共同发起并签署了《世界酱香型白酒核心产区企业共同发展宣言》。由此,酱酒核心产区从概念正式走上了产区化协同发展的新进程。

此次会议,作为赤水河两岸酱酒核心企业百亿三强第一次聚首,旨在为彼此形成共同的传统、信念、理想与价值观,共谋酱香产业新发展,是确定今后推动更高质量竞合生态建设的大方向,无疑对整个酱酒行业的未来协同发展意义重大。

汪俊林表示,行业要团结,希望几家企业多走动,把产区和品类做好,一起做大做强。钟方达则从生态环保方面发表建议,郎酒、习酒、国台等骨干企业,应努力成为行业中环保企业的标杆,共同把地方生态环保工作做好,深化赤水河流域生态优先协同发展的新局面。

闫希军认为,中国酒业要坚持“竞合”发展,区域企业要协同发展。郎酒、习酒和国台都地处赤水河流域酱酒核心产区,可谓一衣带水,希望三家企业能够共享发展经验,共建交流平台,共达企业使命,共促产区发展,在今后的工作中常来常往,发展中彼此帮衬,共同努力推动核心产区的繁荣发展。

从结果来看,与会的几家企业领导一致认为,同处赤水河流域酱酒核心产区,要建立定期交流互访机制,良性竞合、抱团发展,在服务好消费者的同时,提升赤水河流域酱酒核心产区的竞争力,为中国白酒持续健康发展贡献力量。

智能酿造白酒品质的新表达

座谈会上,国台方面多次以后来者的身份提到“学习”。闫希军表示,郎酒的庄园建设做的很好,是“酒旅融合”的典范。习酒的制酒、制曲车间和标准化管理非常规范。国台作为一名外来者和后来者,要主动地、持续地向茅台、郎酒和习酒等名酒榜样学习。

张春新也指出,大家相聚国台,给国台现场指导、传递经宝,是国台发展史上的盛事、喜事。期望名酒榜样企业,继续给予国台关心,国台要继续认真地、真实地向名酒榜样学习,共同致力于酱香白酒品类高质量发展。

李保芳指出,国台智能酿造的技术创新、装备迭代及整个智能化生产过程的探索一直没有间断过,体现了方向性、战略性的趋势,应该得到全行业的支持和肯定。汪俊林则表示,国台注重传承和创新,积极开展智能酿造探索,基础扎实,是对品质的匠心和坚守,相信国台的未来会走得更好。

君子养心 莫善于诚——白山方大集团做大做强启示录

■ 金峰

“诚信者,天下之结也。”伴随着社会主义市场经济体系的成熟和完善,诚信的重要性益发凸显。坚守诚信的企业,客户主动登门、合作伙伴主动上门、优质资源汇聚、表彰和荣誉纷至沓来。选择守望诚信的企业,得到消费者的坚定选择,在激烈的市场竞争中乘风破浪、不断前行。

作为主营国家名酒的老牌民企,1990年至今,白山方大集团始终坚持诚实守信、以德经商,创造了“经销国名酒32年无假货,诚信重承诺32年无投诉”行业佳话。数十年如一日的坚持和守望,让“诚信”成为企业最鲜明的标签。

党建领航 红色力量引领发展

全国酒类流通领域唯一“中国驰名商标”、全国2021年“诚信兴商十大案例”“全国(诚实守信)道德模范”“全国十大诚信之星”……翻开白山方大集团的成绩单,一系列亮眼的荣誉,让这家老牌民营企业32年成功经营的历程真实可感,也成为企业“围绕中心抓党建,凝心聚力促发展”正确经营理念的最好佐证。

白山方大集团党委书记、董事长宁凤莲告诉记者,集团目前共有党员69人,占全体员工四分之一,集团党委推行了“党员1对1”“党群1+2”工作法,坚持做到党建引领促发展。32年来,宁凤莲带领集团员工始终高度重视党建工作,党的精神谱系、理论和信念,成为企业团结人、鼓舞人、感召人的现实依托。

“在白山方大,党组织是真正的核心和堡垒。”在企业工作20多年的老员工费丰秋这样说道。他告诉记者,多年来,涉及企业发展规划的重大事项都由党委会讨论通过才会决定实施。党中央、省委、市委召开的历次会议,集团党委都第一时间落实会议精神,部署员工学习、督促贯彻落实。此外,为了唤起员工的听党话、跟党走、报党恩的精神自觉,集团党委每年都坚持开展瞻仰革命圣地、重温入党誓词、学习优秀共产党员事迹、扶贫帮困等活动,引导党员处处发挥模范带头作用。

“作为党员,佩戴党徽上岗让我心里自豪、骄傲,也时刻告诫我自己要给其他同事做榜样。”企业销售门店店长刘永洋说。在白山方大集团,党员佩戴党徽上岗是管理规范之一。刘永洋告诉记者,日常工作中,集团党委通过组织集体学习、摘抄笔记、撰写感悟等方式,学习党的理论,帮助员工将书中的道理融入内心,落在行动上。

春三月,天地俱生,万物以荣。春天代表着新的开局,同时孕育着新的希望。在充分做好防疫工作的前提下,3月11日下午,以“清香时代 名酒新征程”为主题的“2022年度宝丰酒业全国经销商大会”在郑州富力万达文华三楼宴会厅圆满举行,正式开启了宝丰酒业2022年全国化拓展的起点。

宝丰酒业有限公司董事长助理兼首席品牌官许英杰,宝丰酒业销售公司总经理张伟皓,宝丰酒业销售公司副总经理潘玉斌,宝丰酒业销售公司副总经理高洋等领导,来自全国各地的优秀经销商代表、行业大咖、媒体嘉宾等近700人齐聚一堂,共谋虎年新战略,布局宝丰大未来。

此次大会采用全新的vi设计,以蓝白金为主色调,庄重大气,格调高雅,质感十足,展示了宝丰酒业全新的品牌形象,传递了宝丰品牌迭代升级的新内涵。

伴随悠扬、婉转的古筝音乐,来宾在充满历史文化氛围的清香长卷签到留念。光影交织、音乐悠扬,一场充满仪式感的沉浸式盛宴之旅在这里绽放。

宝丰酒业销售公司总经理张伟皓在致辞中和大家分享了过去一年宝丰取得的成绩与心得,以及今年宝丰酒业的新目标和新思路:过去几年,宝丰酒业从品质、工艺、产能储能、品牌、产品、市场等层面做了一系列夯实基础的工作。2021年,宝丰酒业把握酒业发展利好趋势,大力推动“一清双品”战略落地实施,充分释放了名酒和清香的价值,深化调整商业结构,深耕渠道建设,夯实市场基础,强化消费者培育,加大市场营销投入力度,省内实现了18地市和108个县的全面覆盖,省外也实现了点状化的商业布局,同时强化厂商一体化建设等等动作措施,实现了2021年近120%的营收增长。

面对当下白酒行业新的转型发展周期,名酒消费聚焦、次高端扩容、大众光瓶酒量价齐升、清香品类市场份额持续扩大等行业发



展趋势,对于具有“名酒”和“清香”两大稀缺性品牌资源的宝丰酒业,正面临着50年未有之大机遇。2022年,宝丰酒业将继续坚持“一清双品”战略方针,继续加大研发和固定资产投入力度,规划超千亩的宝酒产业园将于今年开工建设,进一步加大产能和储能规模,稳抓行业机遇,做好省内市场深耕,以名酒和清香为突破口进军全国市场。

宝丰酒业有限公司董事长助理兼首席品牌官许英杰发布了令人期待的2022年度营销战略部署,规划了全新的作战蓝图。许英杰谈到:2021年,宝丰酒业在营收、市场、品牌均实现了新突破,品牌价值突破197.49亿,品牌全网话题高达1.05亿,形成了全新的品牌热度和势能。面对当前行业赋予的重大机遇,2022年,宝丰酒业将以全新的品牌布局、市场布局、渠道模式、产品规划、商业模式作为“五位一体”的强支撑,做好省内市场深耕,拓展全国市场,形成泛全国化的品牌势能。

其中,品牌布局上,将在央视、河南卫视等4个主要频道实施刷屏级广告投放,在上海、深圳、郑州等重点城市全面投放机场、高铁站等城市窗口型媒体,省内市场基本形成全城线下广告全覆盖。市场运营上,省内围绕消费者培育进行渠道深耕,省外以上海、深圳等一线城市做引领,以江浙沪、安徽、江西、湖南、广东等重点市场做布局。产品规划上,围绕经典传承&价值创新两条逻辑线进行全新产品结构建设和运营。

品牌的发展和势能的提升离不开媒体的支持。大会上,宝丰酒业为47家媒体单位进行了合作颁牌仪式。微酒副总经理梁宛央,河南大河全媒体广告集团有限公司党总支书记、董事长赵志刚作为媒体代表进行了发言。微酒副总经理梁宛央发言表示,宝丰具有名酒基因,在名酒引领发展的行业时势下有着天然的发展优势,期待与宝丰携手,谱写

实到每一个细节。32年来,企业坚持国名酒厂家直接进货,进货途中全程监控,在白酒厂家设置防伪措施基础上,还打造了企业自有防伪系统。为了让消费者放心,宁凤莲邀请各界代表组成消费者监督委员会,对企业经营行为进行“无死角”监督,并向省消费者协会公开承诺,白山方大集团对所售出的国名酒实行“先行赔付,假一赔十”。2011年3月,在吉林省举办的“3·15”晚会上,宁凤莲将首批20万元“先行赔付保证金”递交省消费者协会。2012年8月,严苛的制度再“加码”,白山方大与中国人保财险吉林省分公司签约,为所经销的国名酒进行质量保证保险。而今,保证金分文未动,每年续保的保险也从未出险。

在白山方大集团,与诚信有关的制度落

实到每一个细节。32年来,企业坚持国名酒厂家直接进货,进货途中全程监控,在白酒厂家设置防伪措施基础上,还打造了企业自有防伪系统。为了让消费者放心,宁凤莲邀请各界代表组成消费者监督委员会,对企业经营行为进行“无死角”监督,并向省消费者协会公开承诺,白山方大集团对所售出的国名酒实行“先行赔付,假一赔十”。2011年3月,在吉林省举办的“3·15”晚会上,宁凤莲将首批20万元“先行赔付保证金”递交省消费者协会。2012年8月,严苛的制度再“加码”,白山方大与中国人保财险吉林省分公司签约,为所经销的国名酒进行质量保证保险。而今,保证金分文未动,每年续保的保险也从未出险。

企业里年轻员工多,宁凤莲就像个大家长,员工有困难他帮助、有心事他劝慰,唯独在践行诚信制度上,从来不讲条件。在白山方大集团,每位员工上岗前都要签订诚信承诺书,把诚信理念落细落实,一旦违反坚决辞退。“诚信是企业的生命线,诚信制度是企业

文化引航 诚信力量凝聚人心

诚信是社会的无形纽带,没有诚信这个“结”,良好的社会关系就像断了线的珠子,散落一地。多年来,白山方大集团坚持文化兴企,通过各类活动,颂扬诚信文化、宣讲诚信精神,致力于用真诚将厂商和消费者凝聚在一起,让企业和员工心连心,为良性市场秩序

的建立助力增色。

“君子养心,莫善于诚”。诚信的企业文化凝聚成为企业的凝聚力和向心力,也转化成白山方大集团强大软实力。宁凤莲告诉记者,每年,集团各级组织通过开展多种形式的文化活动,引导和教育全体员工自觉把思想和行动统一到企业发展目标上来。

诚信文化不仅宣之于口,还被扎实践行。2016年冬,白山方大集团在四川某酒厂购入一批价值60余万元的酒品。由于南北气候差异,运抵长春的酒液在较低的气温中,析出了少量漂浮物。有消费者提出问题后,白山方大集团联系该酒厂,但厂家认为漂浮物处于合理区间,酒品质量没问题,不予退换。本着对消费者负责的原则,宁凤莲第一时间召回了已经销售的该批次酒品,并将100多箱酒品进行了封存处理,不再销售,自己承担了全部损失。“消费者的信任比金子还要珍贵,要像保护眼睛一样呵护这份信任。”宁凤莲说。

对消费者践行诚信,对员工也能说到做到。2007年企业改制后,宁凤莲践行承诺,员工工资以每年6%以上的比例逐年递增,福利待遇、“五险一金”全部足额落实到位,办公条件逐年改善。“让员工分享诚信发展的成果,才能更好地服务好消费者。”宁凤莲说。

“千淘万漉虽辛苦,吹尽狂沙始到金。”白山方大集团32年的持续成功经营,为民营企业树立了标杆。成功背后,是不计回报的付出、夙兴夜寐的筹谋和数十年如一日的坚守。市场经济大浪淘沙,企业如何才能走得更远?白山方大集团用实际行动给出了答案。



展趋势,对于具有“名酒”和“清香”两大稀缺性品牌资源的宝丰酒业,正面临着50年未有之大机遇。2022年,宝丰酒业将继续坚持“一清双品”战略方针,继续加大研发和固定资产投入力度,规划超千亩的宝酒产业园将于今年开工建设,进一步加大产能和储能规模,稳抓行业机遇,做好省内市场深耕,以名酒和清香为突破口进军全国市场。

宝丰酒业有限公司董事长助理兼首席品牌官许英杰发布了令人期待的2022年度营销战略部署,规划了全新的作战蓝图。

许英杰谈到:2021年,宝丰酒业在营收、市场、品牌均实现了新突破,品牌价值突破197.49亿,品牌全网话题高达1.05亿,形成了全新的品牌热度和势能。面对当前行业赋予的重大机遇,2022年,宝丰酒业将以全新的品牌布局、市场布局、渠道模式、产品规划、商业模式作为“五位一体”的强支撑,做好省内市场深耕,拓展全国市场,形成泛全国化的品

新篇章。

河南大河全媒体广告集团有限公司党总支书记、董事长赵志刚谈到,宝丰酒作为名酒领头羊之一,立身中原,布局全国的格局和思路,才真是赢在了清香时代,愿岁月雕琢珍品,长久赢未来,振兴豫酒,宝丰垂范。

会上宝丰酒业对2021年度优秀经销商进行了隆重的表彰和颁奖仪式。郑州市周杰商贸有限公司总经理冯玉周、河南酒鼎匠心商贸有限公司总经理张宝峰作为优秀经销商代表上台发表获奖感言和经验分享。

郑州市周杰商贸有限公司总经理冯玉周说,在全国各地考察过其他白酒,选择宝丰是因为文化契合、品质契合、理念契合。选择的是品牌,经营的是事业,未来将坚定不移与宝丰携手共进,共享行业发展红利!

河南酒鼎匠心商贸有限公司总经理张宝峰说,以一个家乡人的角度分享了宝丰酒的认知、情感以及发展优势,并表示,宝丰酒业战略正确、目标清晰、营销精准、保障有力,相信2022年一定能实现泛全国化布局的崭新格局。

古法六艺融入产品风华精彩的演绎,展现传承坚守的力量,一颦一笑,将嘉宾带入宝丰酒的清香悠韵之中。伴随着领导们的祝酒词,热辣女团舞蹈、美妙歌曲等节目陆续登场,席间穿插的多轮抽奖环节,将现场氛围带到了高潮。

这是宝丰酒业首次举办全国经销商大会,同时是规模最大的一次经销商大会,且参会经销商人数、媒体人数与范围均是最大的一次。这场全国经销商大会,全方位地释放了宝丰品牌核心价值,凝聚了全国核心经销商的力量,也更加坚定了宝丰酒的未来发展之路,而宝丰酒业2022年全国化市场工作的新篇章,也将由此正式开启。

2022年,是宝丰酒业“十四五”战略规划的关键年,宝丰酒业将继续以“一清双品”为战略指导,坚实清香品类,夯实名酒价值,以一个全新的姿态,释放强有力的品牌势能,踏上新时代下的新征程。