

质量最优、销售最强、效益最佳、影响力最大、美誉度最高——

剑指世界蒸馏酒的引领者

“中国酒业大王”高位求进续写新辉煌

©五粮液全景图

■ 本报记者 李国政

营业收入突破 600 亿元、利税突破 200 亿元、品牌价值达到 659.19 亿元,均稳居中国白酒业首位,并跃居中国企业 500 强第 206 位、中国制造业 500 强第 103 位、中国企业效益 200 佳第 51 位……2 月 8 日,在五粮液集团公司 2012 年度总结表彰大会上,五粮液集团再度用实实在在的数据刷新了中国酒业发展新“高度”,挺起民族产业振兴发展的坚强脊梁,并向千亿集团目标迈出了坚实的一步。

第 88 届全国糖酒商品交易会开幕前一天,五粮液股份有限公司副总经理唐伯超对记者如是说。

面对 2012 年白酒行业的寒冬,作为“中国酒业大王”的五粮液勇迎挑战,在质量、销售、效益、文化传播等各方面创造了新的辉煌业绩。2013 年,五粮液更将以“创新求进、永争第一”的豪迈激情,去迎接全新的行业挑战,在质量管理、销售增长、效益提升、文化传播、社会责任担当等方面树立中国白酒业标杆,引领中国白酒和中国文化席卷全球。唐副总豪迈地表示。

“追求卓越、不断超越”——百道防线筑牢“酒业大王”品质“长城”

气吞云汉长江水,豪饮何愁戎州酒。水生万物,坐落在长江之首的宜宾,自然不愁酿不出惊世美酒来。在这个具有三千多年酿酒传统的名酒之都,五粮液已有六百多年的发展史。

作为一个历史悠久的老字号品牌,五粮液确立了“追求卓越、不断超越”的食品质量安全理念,并于 2012 年 8 月 9 日,荣获了象征着企业品牌在质量方面最佳管理能力的“2012 品牌中国大奖——最佳质量管理奖”,成为白酒行业在该奖项上的唯一获得者。

在“为消费者而生而长”这一核心价值观的指导下,五粮液走出了一条“大质量观”道路。从领导层就把“质量最优化、成本最小化、效益最大化”的思想始终贯穿在决策管理全过程。同时,为进一步夯实品质基础,五粮液更是投入巨资,购置了大量先进

的分析检测仪器和设备,构建了高水准质量检测体系,对出产的每一个品种、每一个批次的五粮液及其系列酒进行全面的技术分析和检测。

如今的五粮液,拥有一套严密的质量控制体系和一系列的质量安全措施,形成了从原材料到销售终端的质量安全全覆盖体系,保证了五粮液在历次抽检中的合格率达到 100%,做到了“没有一瓶不合格产品出厂”。一瓶五粮液从原材料到销售终端,要经过 36 道质量“关键点”以及由“36 道防线”衍化提升的 10 个关键过程和 72 个专检点,即一瓶酒出厂至少要经过 100 关以上的检测,以确保产品安全出厂,同时公司实行自检、跟踪与专检相结合,切实做到不合格的半成品不准进入下道工序,不合格成品不准出厂。

独特的质量安全保证体系,造就了五粮液快速发展的奇迹,充分保证了每瓶五粮液系列酒都让消费者喝着放心,使五粮液产品质量不仅在国内市场处于遥遥领先的地位,同时也成为五粮液产品国际化的通行证,有力彰显了中国酒业大王形象。

“创新求进、永争第一”——跨越发展缔造中国酒业千亿奇迹

不谋万世者不足谋一时,不谋全局者不足谋一域。2012 年年初,五粮液集团公司召开千亿目标研讨会,明确提出“凸显酒业、优化多元”的发展战略,确保在“十二五”收官之年实现千亿目标。2012 年 8 月 17 日,五粮液千亿工程技术技改扩能项目正式开工。12 月 3 日,《五粮液集团“十二五”暨千亿目标战略规划》正式通过宜宾市政府常务会议,并将此纳入政策规划。

在千亿战略目标指导下,五粮液坚持发展第一要务,2012 年全年实现销售收入 600.68 亿元,同比增长 23.31%。其中,酒业始终坚持“以市场为中心”不动摇,生产、销售双轮驱动,加强协作形成合力;多元产业因势而变,求新图强,积极响应并实施“优化”战略,实现平稳发展,普什集团、环球集团、安吉物流集团、丽彩集团等子公司均在行业内取得不俗成绩,为千亿目标的实现奠定了良好基础。此外,2012 年五粮液在坚持自主创新、实施卓越绩效管理等多方面

获得“全球卓越绩效奖”、“中国上市公司环境责任百佳企业榜”、“中国企业文化影响力十强”等殊荣,获得了广大消费者、投资者及各级领导的高度认可。

“五粮液作为全省重点培养的大企业大集团,不愧是川酒中最有实力的杰出代表。希望五粮液集团要把握良好机遇,进一步深化改革和扩大开放,不断提高品牌竞争力、产品占有率,早日建成全球知名企业。”在五粮液集团第十六届 12·18 厂商共建共赢大会上,四川省领导对五粮液取得的成绩予以充分肯定。

“中国的五粮液、世界的五粮液”——文化“传教士”引领民族白酒香飘五洲

作为中华文明的重要载体之一,白酒业承载着将中国文化传播到世界各地的重任。作为“中国酒业大王”的五粮液则积极充当中国酒文化传播的“传教士”,并在业内率先提出了“中国的五粮液 世界的五粮液”的企业愿景。

早在 1915 年,五粮液就在“巴拿马万国博览会”获得金奖,扬名世界。迄今为止,五粮液已相继获得 39 次国际金奖,声名远播。这为五粮液进入西方市场打下了良好的品牌基础。

如今,在欧美国际市场,已越来越多地出现了中国白酒的身影。2012 年 10 月 25 日,五粮液携旗下多款产品远赴巴黎参加法国国际食品博览会,引起各国参观者的极大兴趣和关注。与此同时,五粮液加强与新华社 CNC 合作,五粮液文化宣传片在全世界 60 多家华文媒体播出,震撼了世人眼球。目前,五粮液出口占据了白酒出口 90% 以上的份额,居白酒行业第一,出口辐射世界五大洲 60 多个国家和地区。五粮液产品已经进入 100 多家国际免税店,遍布世界五大洲,深受韩国、东南亚以及欧美市场主流消费者的青睐。

五粮液的文化软实力正不断得益彰显。2012 年 11 月 17 日,在中国世界文化遗产工作会议上,国家文物局在会议上公布了最新入围《中国世界文化遗产预备名录》名单。其中,包括“五粮液老作坊”在内的“中国白

酒老作坊”申遗项目成功入选,并被列为名录第三项,受到国家相关部门的高度重视。

五粮液集团公司党委书记、董事长唐桥表示,“五粮液不仅仅是民族的,更是世界的。软实力是承载‘中国的五粮液,世界的五粮液’梦想的重要支撑,是五粮液走向世界的核心竞争力。”

“社会贡献大的世界名牌公司”——树行业标杆“酒业大王”真情回报社会

作为一家具有深厚企业文化的特大型现代企业集团,五粮液不仅多年来一直保持高质量、高速度、高效益的发展,并努力践行自己的社会责任,把社会责任深深植入了企业的灵魂,朝着“社会贡献大的世界名牌公司”的企业文化愿景发展。

2008 年,5·12 汶川特大地震灾害发生后,五粮液第一时间站在抗震救灾的队伍中间,第一时间向灾区捐款捐物共 2800 万元。2010 年,青海省玉树地震发生后,五粮液将价值 1500 万元的救援物资第一时间送到灾区人民手中。

随后,于 2012 年,五粮液集团公司和股份公司向宜宾市教育基金会捐赠设立“五粮液教育基金”,将为考上大学且经济特别困难的宜宾学生和对宜宾本地教育事业做出突出贡献的教育工作者提供资助与奖励。2012 年六一前夕,重庆五粮液专卖店协会会员单位代表 20 多人来到云南香格里拉仁安社区幼儿园,专程看望在那里就读的藏族儿童,送去了儿童节礼物和数万元慰问金。

鉴于在公益方面做出的突出贡献,五粮液还曾先后获得“2008 年中华慈善奖”、“2009 年度最具社会责任感企业”、“2010 博爱·慈善之星”、“中国食品安全最具社会责任感企业”、“2010 年度第八届中国财经风云榜十大公益企业”、“第七届‘中华慈善奖’最具爱心捐赠企业”等荣誉。

对于国内白酒业来说,五粮液不单单是一个简单的白酒品牌,更凝聚着一代代五粮液员工为打造和谐社会所做出的努力和贡献,凝聚着五粮液履行国企社会责任、促进和谐发展的使命感和责任感,更是一个值得大家尊敬、可持续发展的民族品牌。

紧跟中央节俭办会精神 办好第 88 届全国糖酒会

■ 本报记者 李长清 邹元春 张建忠 喻永国

2013 年 3 月 28 日,第 88 届全国糖酒商品交易会在成都世纪城新国际会展中心隆重召开。

记者日前从新闻发布会现场获知以下信息。

一、国际化是本届糖酒会的最大特色
在本届糖酒会上,除中国大陆和港澳台地区外,还有法国、意大利、澳大利亚、智利、西班牙、新西兰、韩国、马来西亚、阿根廷、保加利亚、乌克兰、葡萄牙、比利时、美国、希腊、德国、匈牙利、南非、泰国、新加坡、奥地利、瑞士、加拿大、古巴、英国、捷克等 26 个国家数以万计的展品展示、交易。其中,法国、意大利、捷克等 12 个国家及港澳台地区都将由政府或行业协会的名义组团参展。以海外产品为主体的葡萄酒及国际烈酒展区,展览面积达到 27850 平米,比去年同期增长超过 20%,参展企业约 650 家。同时,本展糖酒会还设立了进口食品专区和国际机械展示专区,并将针对海外参展商和专业观众,组织配套的现场活动,进行有针对性的贸易配对,使海内外客商参会效果更好。

二、本届糖酒会积极贯彻中央节俭办会精神

本届糖酒会转变办会作风,坚决务实办会、节俭办会,取消了开幕式,并尽可能减少一切不必要的仪式、内容,加强了针对展商和观众的服务措施,加强产销对接平台的工作。严格公务用车使用管理,严格会议接待标准和经费开支,同时加大对参展参会各商的宣传力度,倡导勤俭节约,反对铺张浪费。

三、管理服务更专业化
为了更好地体现糖酒会作为“酒类行业晴雨表”、“食品行业风向标”的价值,七大类商品分区,最大限度精确定位。为增强糖酒会功能和效果,为参展商和参会观众提供更加高品质、多元化的增值服务,全国糖酒会组织机构联合业内知名媒体、国家行业协会等机构,将在会期间精心组织一系列层次丰富、主题宣明的“论坛”活动。

四、全国糖酒会主论坛 3 月 28 日上午 10 点举行

财政部财政科学研究所所长贾康、中国酒业协会副理事长王琦、中国政法大学商学院院长孙逊等知名学者将会同业内专家、企业领军人物,共同探讨中国酒业历史与文化的变迁,解析行业变局中存在的挑战与机遇。

五、业务指导
中国酒业渠道冠军评选及颁奖活动、巅峰国际葡萄酒挑战赛等全国糖酒会的传统活动都将继续举办。此外针对中小企业投融资需求,大会组织了“2013 中国酒类及食品行业投融资峰会”;针对调味品行业,组织了“调味品发展论坛”;针对国际食品机械,组织了“国际机械技术交流会”;针对进口食品,组织了“进口食品经销商百货联盟论坛”;针对企业新媒体营销,与新浪网联合举办“新浪微博营销沙龙”。
在葡萄酒及国际烈酒商务活动区,共开辟四个活动场所,3 月 28 日和 3 月 29 日两天时间,安排了近 20 场企业推介会。其中 29 日还将举办意大利和澳大利亚葡萄酒联合主题日活动。

这是一届组织严密的高水平盛会。它是主办方和承办方通力合作的结晶,必将在全国糖酒会的史册上留下浓墨重彩!



茅台集团党委委员、副总经理、茅台集团习酒公司董事长张德芹在习酒网上商城上线发布会上致辞。

■ 本报记者 樊瑛

3 月 26 日下午 3:30 分,在第 88 届全国糖酒会即将召开之际,贵州习酒“官方网上商城上线发布会”在成都市新会展中心国际会议中心青羊厅隆重举行。中欧国际商学院助理院长马遇生、曾 25 次获得世界短道速滑冠军的王春露、习酒公司董事长张德芹、党委书记黄远高、副总经理陈应荣、副总经理胡波、总工程师胡峰出席会议,全国四十余家知名媒体、经销商以及参展人士共 400 人齐聚一堂,见证习酒官方网上商城正式上线。

O2O 电商模式 开放式互动平台

胡波介绍:此次习酒公司成立官方网上

习酒启动白酒行业首家 O2O 电商模式

商城(exjiu.cn),是一个全新的 O2O 电子商务模式,线上提供销售信息,线下提供完善的配送系统和售后服务。将会帮助全国各地经销商拓展销售渠道、统一产品价格体系、树立价格标杆、实现快速终端销售,并将在消费者、经销商、厂家之间形成一种互动且迅速的转换渠道,这将在白酒行业开创三方一体、产销完美结合的立体销售网络全系统。

习酒销售公司负责人陈宗强表示:“习酒一直致力于‘君品文化’建设,特别注重消费者对于企业产品、形象等各个方面的直观感受。”因此,习酒网上商城的构架是一个开放式的互动平台,用户不仅可以购买产品,更可以直接对产品以及习酒其他各个方面提出自己的意见。

公司董事长张德芹强调:白酒是中华民族非常悠久的传统产业,是中华文明不可或缺的重要组成部分。因此,习酒人将严格遵从做企业之道、为商之道、做人之道,实实在在地按照传统工艺做好产品质量,用优秀的产品向习酒的经销商、向消费者表达感激之情和尊重之情。习酒公司非常注重用户体验,习酒将会致力于为用户提供最优质的服务。习酒人要在管理和营销上不断创新,追赶时代的步伐,习酒网上商城便是习酒营销体制上的创新,是为尊重、方便消费者而生,它一定会健康、快速地发展,为习酒 4000 名员工,为贫困的父老乡亲,担当起应有的社

会责任。

电子商务助推习酒健康持续发展

据悉,作为古老传统的白酒行业和新型的 IT 行业电子商务,这两个行业在过去 10 多年都创造了高于 30% 的增长速度,但在 10 年大发展机遇之前的 90 年代末,由于宏观经济的影响,白酒行业呈现整体低迷,因此一度被视为夕阳产业;几乎与此同时,由于营运模式原因,大批电子商务企业纷纷倒闭,IT 经济因此被称为泡沫经济。然而,10 年过去后,人们却惊讶于这两个行业不可思议的高速发展。特别是近年来由于电子商务模式的不断改进,让人们深切体会到了电子商务带来的便捷,电子商务因此取得了引人注目成绩。191 亿!这是 2012 年 11 月 11 日,淘宝天猫光棍节创造的电商神话,马云断言:到 2020 年,电子商务在中国零售业中将占超过 50% 的市场份额。

据调查,在白酒消费群体中,50 后、60 后消费白酒的占比为 80%,70 后占比为 70%,80 后、90 后占比为 60%;而 80 后、90 后无论是上班还是休息、娱乐,除了睡觉时间,几乎所有时间都在互联网上遨游,因此,可以说电子商务在白酒未来发展中起着举足轻重的作用。

中国酒文化源远流长,已经深深融入中国人的血脉之中,可谓是民以食为天,无酒不成欢。因为酒,人们的生活品质得到了提

升,也因为酒,多少优秀的诗篇传为佳话,多少文人墨客流芳百世。在未来的发展道路上,白酒行业将在调整中继续前行,而拥有先进思想并不断创新管理营销模式的白酒企业必将健康可持续地发展,习酒便是这样的企业。

在正式上线前,习酒这一新型商业模式就吸引了近 3 万名用户注册,为感谢春交会期间以及长期以来对习酒公司予以关爱的现场嘉宾和用户,习酒公司进行了抽奖活动。

最后,张德芹董事长、马遇生院长、王春露女士一起启动耀眼的激光球,用掌心的温度,开启了属于习酒的又一新型商业模式——白酒行业首家 O2O 电商模式。

▼ | 知识链接 |

O2O 电子商务即 Online 线上网店 Offline 线下消费,商家通过免费开网店将商家信息、商品信息等展现给消费者,消费者通过线上筛选服务,线下比较、体验后有选择地消费,在线下进行支付。这样既能极大地满足消费者个性化的需求,也节省了消费者因在线支付而没有去消费的费用。商家通过网店信息传播得更快、更远、更广,可以瞬间聚集强大的消费能力。该模式的主要特点是商家和消费者都通过 O2O 电子商务满足了双方的需要。