



中国名酒



# 唐桥：厂商二十年，一路甘苦共创辉煌

五粮液集团公司党委书记、董事长唐桥说，回首过去，厂商一家齐心协力创业，有着太多温馨感人的纪念和值得珍藏的记忆，有着太多敢为人先、值得传承和弘扬的精神，有着太多鼓舞斗志，值得深思和汲取的启示。从最初的相识、相知到相守相伴，一路甘苦与共不离不弃，共建共赢共创辉煌。



●五粮液集团公司党委书记、董事长唐桥

## 提升能力，赢取未来

唐桥指出，“十三五”期间，五粮液要进一步提升能力，致力于决策构建、品牌力塑造和产品力提升。

白酒行业在经历了三年多的“严冬”后已开始缓慢复苏，从白酒行业整体看，截至2016年第三季度末，主营业务的收入增长10.25%，利润总额同比增长9.19%，高于同期国民经济总值增长的幅度。

而五粮液在2016年的市场表现，无论是核心品牌价格，还是系列产品的销量，都成为白酒市场一道亮丽的风景线。

唐桥指出，“十三五”期间，五粮液要进一步提升能力，首先将致力于决策构建，坚持以发展战略引领中心，着力打造思路清晰、明确目标的战略体系；其次，五

## 厂商戮力同心，开启新征程

唐桥重申，雄关漫道要靠你我齐头并进，互补优势，需要厂商戮力同心、抱德炀和；赢取未来还要靠厂商齐心、优化营销管理来实现。

“十三五”征程已经开启。唐桥重申，雄关漫道要靠你我齐头并进，互补优势，需要厂商戮力同心、抱德炀和；赢取未来还要靠厂商齐心、优化营销管理来实现。

优化营销管理，必须坚定不移地走深耕市场的发展道路，要靠终端托管平台，灵活经营机制与终端网络，在“互联网+”思维和“工匠精神”的指引下，通过精细化、大数据和体验式的营销建设，优化和提升传统营销的模式，做深做透终端市场。

优化营销管理，必须坚定不移地走品牌营销的发展思路。现在的市场正在由产

品技术导向型向市场品牌导向型突破。在企业必须强调品牌力建设的同时，商家也要从产品经营向品牌经营转变，思考如何贴近品牌的优势，品牌的内涵，精准的服务，去抢占市场的份额。

优化营销管理，还必须坚定不移地走

■ 卞川泽

2016年12月18日上午，如期而至的五粮液第二十届1218厂商共建共赢大会在四川省宜宾市隆重召开，来自全国各地以及多个国家的海内外朋友共计2000多人齐聚五粮液，共同见证并铭记了这一重要时刻。

从1997年第一届五粮液经销商大会开始至今，已经走过二十个年头。二十年来，五

粮液公司和遍布全国的经销商们齐心协力，书写了五粮液传奇的发展历程。

五粮液集团公司党委书记、董事长唐桥在致辞中深情地回顾了与经销商同甘苦共患难的二十年发展历程，也给五粮液集团和运营商们的未来发展指明了方向、坚定了信心。

## 二十年不忘初心写华章

唐桥指出，五粮液相继实施质量规模战略—总经销战略—多品牌战略—提价战略，不仅推动了五粮液事业一次次迈向了新的台阶，而且引领和推动着整个中国白酒行业的健康同步发展和整体水平的提升。

商烟如海，战事如潮。二十年厂商共建共赢编织出了很多精彩的故事，谱写了无数壮丽的乐章。一直以来，各级经销商、运营商们为五粮液的发展出谋划策，倾力相助，唐桥代表五粮液集团向长期奋战在市场一线的运营商朋友们致以最崇高的敬意和最衷心的感谢。

唐桥说，二十周年的意义尤为特殊而深远。回首过去，在厂商一家齐心协力创业的过程中，唐桥用了三个“有着”和三个“值得”予以概括：“有着太多温馨感人的纪念和值得珍藏的记忆；有着太多敢为人先值得传承和弘扬的精神；有着太多鼓舞斗志，值得深思和汲取的启示。”就是因为这三个“有着”和“值得”，从最初的相识、相知到相守相伴，一路甘苦与共不离不弃，共建共赢共创辉煌。

唐桥回顾说，二十年来，五粮液和各级经销商共同经历了改制上市的蜕变、亚洲金融危机、山西朔州假酒案、贵州的毒酒精案、“非典”疫情、塑化剂风波以及世界金融危机风波等严峻的考验。

面临行业转型升级的深度调整，唐桥说，在波峰与波谷中顺势进取，逆势扬帆，成就了彼此。五粮液销售收入从最初的37亿元到现在突破700亿元，利润从6亿元到现在突破100亿元，品牌价值从41亿元增长

为875.69亿元。员工队伍从1000多人，增长为5万多人。运营商已从最初的600多家发展到今天的2000多家。

唐桥指出，在创新中进取，在进取中创新，在相互的肯定和包容中，五粮液始终坚持谋定而后动，审时度势，调整战略，相继实施质量规模战略—总经销战略—多品牌战略—提价战略，不仅推动了五粮液事业一次次迈向了新的台阶，而且引领和推动着整个中国白酒行业的健康同步发展和整体水平的提升。

二十年来，五粮液取得了有目共睹的业绩，五粮液集团原董事长王国春同志被中国酿酒工业协会（2012年更名为“中国酒业协会”）授予白酒行业唯一的“中国酒业功勋人物”称号，五粮液成为业内唯一三次获得国家质量管理奖的至尊典范，浓香型白酒标准制定的主要单位，书写了百年世博金奖不倒的传奇，被消费者称赞为最优质的酒和最受欢迎的酒，连续22年保持白酒制造业领军品牌的地位。

唐桥强调，五粮液从一个地方酒厂，成为酒业大佬，从一个小作坊企业，成为历经多年一直位居全省第一的上市公司，从一个名不见经传的区域性品牌，成为一个闻名遐迩的世界品牌。

唐桥强调，供给侧结构性改革的最终目的是满足要求，主攻方向是提供供给的质量，根本服务途径是深化改革，五粮液将以提质降耗，传承供应为主线，引入市场化的机制，化小核算单元；树立成本为中心，质量为中心的价值取向，深入研究消费者偏好和趋势，迎合消费者现有的需求，创造引领消费者的潜在需求，为市场提供更加优质、绿色，更具有竞争力，更具有五粮液风格的产品。

团队建设的发展道路。人才队伍是核心的竞争力，无论任何时候，任何情况，团队建设必须放在第一位。中国证监会已经审核通过了五粮液定向分发及员工持股计划。五粮液长远发展的厂商利益共同体，将更加牢固。

公司与商家的营销团队，也在积极地构建，五粮液还将通过市场化的绩效手段和专业化的培训等方式，建立专业、高效的营销团队。

对此，唐桥指出，五粮液在生产、营销、品牌、管理、体制机制等方面的改革正在有序地推进，对营销进行改革创新，加强对终端

端的掌控和对市场的引领和反应，对互联网将进行大胆的探索，全力推动构建O2O服务型电子商务平台的立体营销体系。

最后，唐桥在号召大家拿出再次创业的热情和干劲时，连续用了四个“一如既往”：一如既往地保持创新的热情和活力；一如既往地保持“永争第一”的精神和斗志；一如既往地保持开放学习的信念和心态；一如既往地保持对抢占市场的冲击力和应变力。五粮液和广大运营商、经销商朋友一起，必将再次独领风骚，将更加卓越的业绩镌刻在新时代的年轮上。

