

打拼一片新天地

——记四川鹰歌葡萄酒业有限公司总经理熊纯华

■ 荀超

而立之年,因对家乡的牵挂,他放弃风水水起的事业,选择回乡创业;九年磨一剑,他终于在故土打拼出一片新天地。他就是四川鹰歌葡萄酒业有限公司总经理熊纯华。

不顾劝阻 执意回乡创业

据巴中日报报道,1973年,熊纯华出生于通江县松溪乡纪田坝村。1993年,他以优异的成绩考取重庆师范学院(现为重庆师范大学)地理与旅游学院,成为穷山沟里飞出的“金凤凰”。

敢闯敢拼的熊纯华大一时就开始在校外摆地摊,销售银耳、木耳、竹笋等家乡优质土特产。大学毕业后,他成为了一名房地产销售,带领销售团队让公司的业绩翻了好几番。两年后,熊纯华跳槽到一家化妆品公司当销售经理,因大胆创新经营策略在行业内崭露头角。1999年,浙江的一家化妆品公司聘请他为重庆市的代理商,在他的带领下,公司不仅扩大了重庆市的市场份额,还把市场拓展到整个川北地区。

2002年,熊纯华决定放弃多年打拼的事业,回乡创业。

熊纯华的想法遭到家人和朋友的强烈劝阻,“他们认为我在化妆品行业正走上正轨,而家乡基础设施太差,投资风险大。”然而,回想起家乡日渐荒芜的田地、凋敝的村庄和数量庞大的留守老人、留守儿童,熊纯华内心阵阵酸楚。

2003年,熊纯华把化妆品生意转交给亲戚,怀着“给更多家乡人带来不离故土就能就业致富的机会”的梦想,独自回到了通江。

越挫越勇 方显英雄本色

“很多有资金实力的人不愿投资农业,认为农业投资周期长、见效慢、抗自然风险弱。”创业伊始,熊纯华就把目光投向了农业,“但我认为,发展农业可持续性更强。通江生态良好,具有发展生态农业的很多优势,同时也能给老百姓提供更多的就业机会。”

2003年,熊纯华在通江县城西边的石牛嘴流转了几十亩土地,种植草莓、葡萄等水果和蔬菜。但由于经验不足,以及品种、种植技术、市场、交通等因素的制约,他的初次尝试受挫。2006年,熊纯华和朋友在通江、南江和镇巴投资松脂采割加工项目。几年过去,受限于技术水平,这个项目依然没有实现他的人生梦想。

接二连三的失败并没有打倒熊纯华,他把挫折当作积累经验 and 寻找投资方向的必然过程,同时他也对农业发展有了更深的理解,更加慎重对待每一个投资项目。

抓住时机 看好观光农业

2011年,通江县政府决定打造杨柏—大兴—民胜乡村旅游环线。民胜镇鸚鹄嘴村进行了土地整理,开始建设“巴山新居”,并计划引进业主发展葡萄产业。

经过实地考察后,熊纯华流转土地600亩,于2012年成立健康葡萄种植专业合作社。鸚鹄嘴村自然生态良好,交通便利,很适合发展休闲观光农业。

合作社采取“专业合作社+公司+农户+农户”模式,实行栽植、技术、品牌、销售、物资“五统一”管理。目前,专业合作社共有社员585户,以水果种植为收入主要来源。

为了更好地发展葡萄产业,熊纯华从山东高薪请专家进行技术指导,并组织技术骨干赴成都、双流、广元、双流等地观摩学习。同时,合作社实行高中低档、早中晚熟品种科学搭配,推行绿色生态种植,保证葡萄有机天然品质,并打造统一的“鹰歌葡萄”品牌。

依托“巴山新居”和葡萄产业,鸚鹄嘴村的乡村旅游也发展起来。2014年底,熊纯华斥资建设的高标准乡村酒店建成,并被评为全市首家五星级乡村酒店,为当地村民提供就业岗位50个,也带动村里涌现出了近20家农家乐。

谈起现在的工作,餐饮部经理杨洋满脸的幸福:“我曾曾在上海打工9年,去年回来的,现在的收入和在上海区差不多,还能照顾老人和孩子。”

创新发展 积极延伸产业链

在熊纯华的带动下,鸚鹄嘴村成为远近闻名的“田园果村”,产村相融、产旅结合的城郊休闲农业旅游示范村,给周边村民带来了发展绿色果蔬的机遇。

为了让更多的村民通过葡萄种植脱贫致富,熊纯华创新营销方式,积极延伸产业链条。

2015年6月,熊纯华一直致力的鲜食葡萄酿酒技术开发取得进展,投资建成川东北首条葡萄酒生产线。预计该生产线全部投产后,葡萄种植面积将扩展到10000亩,再辐射带动2000户村民发展葡萄产业。

产业链条得到延伸后,熊纯华不局限于传统的销售模式,积极发展农产品电子商务,成功地在四川天虎云商电子商务平台和淘宝网等建立了销售点。

夕阳西下,坐在鹰歌葡萄庄园接待中心的观景台上,只见远山含黛,现代文明与乡村气息相融的鸚鹄新村尽收眼底。熊纯华暗下决心:“要把‘鹰歌葡萄’打响,带动更多人致富。”

总裁和女掌门的江湖传说

硕果仅存的“洋总裁”、“女掌门”同一天退出白酒一线拼杀

■ 白晨 陈志林

2月8日,华泽集团执行总裁贺国辉接任金六福总裁的消息在朋友圈刷屏;同一时间,河南宋河酒业也传出人事调整的消息,宋河酒业股份有限公司副总经理、财务总监朱景生将接替王祚杨升任宋河酒业总裁。

同一天,中国酒业的两大人事调整,巧合背后,还有着一些不一样的意味。一个是“中国最懂酒的洋总裁”,一个是有着“酒界木兰”之称的女掌门,他们曾带给中国白酒很多新鲜的不一样的思路,让这个男权的传统江湖生动活跃,更加丰富多彩。

最懂中国白酒的“洋总裁”李奥

据糖酒快讯报道,李奥这位被业内喻为最懂中国白酒的“洋总裁”自2014年春全权打理金六福酒业以来,其大刀阔斧改革的行事风格以及极其重视对消费者的直接沟通和对终端的精细化管理等都给金六福人、华泽人乃至酒业同仁留下深刻印象。

这位曾先后任职嘉士伯、轩尼诗等国际知名酒企的“洋总裁”在担任金六福酒业总裁的三年时间里,金六福较快适应了行业深度调整的新形势,保持了业绩稳定增长。2014年,金六福净利润增长三分之一,2015年第一季度销售收入增长40%。在整个白酒行业的调整期,李奥的首秀可谓惊艳。

除此之外,李奥还对金六福的市场经营工作进行了多方面的创新尝试。李奥在任期间将快消品模式和营销分离模式引入金六福酒业。通过系统化、数据化的销售机制,大大增强了市场营销工作的效率和可控性,并对人力资源系统进行变革,提高了市场业务团队的职业化水平,使公司的市场反应能力和服务能力都得到了较大提升,这些工作对金六福酒业的今后发展都具有积极的意义。

“酒界木兰”王祚杨

王祚杨有着“酒界木兰”美名的王祚杨在2010年回归宋河。在重掌宋河“帅印”期间,王祚杨对宋河进行了一系列的有价值的探索和尝试。2012年,王祚杨提出了“打造互联网第



●王祚杨



●李奥

“洋总裁”、“酒界木兰”退出一线拼杀,但,洋总裁和女掌门的江湖传说,仍在继续。今天,跟大家盘点盘点白酒行业那些洋总裁和女掌门,感谢他们曾经、现在以及未来为白酒行业作出的贡献。

一名酒”的概念,随后又在各种场合展示宋河酒业的互联网理念;其中,宋河扣扣曾创下日订单10万的奇迹。

而在行业深度变革期,许多企业开始聚焦发展腰部产品时,但宋河在王祚杨的带领

为了打造白酒知名品牌

——访山庄老酒集团董事长、总经理尤文武

■ 乔溪 马祥 刘娟

“众多的荣誉光环,都是助我前行的动力,我要用这股力量,坚持将山庄老酒企业集团特有的皇家酒文化传承发展下去,倾力打造中国皇家白酒第一品牌。”温尔儒雅的尤文武,不仅是大名鼎鼎山庄老酒集团董事长、总经理,在他身上还有更多头衔:河北省人大代表、河北省质量标兵、河北省食品工业优秀企业家、河北省质量管理先进个人、河北省五四奖章获得者、全国轻工业劳动模范、河北最受关注企业家等,众多荣誉加身,尤文武一向低调坦然。

2016年,“十三五”开局之年,山庄老酒创造出了利税3.2亿元的成绩,并且在产品、科研实力、信息化平台等方面也为社会呈现出了一份精彩的答卷。让人难以相信这就是当年账面上仅剩3万元,拖欠了1000余名工人工资,濒临破产的企业。

从负债300%到资产10亿元。正是尤文武带领山庄老酒集团在白酒新业态下上演了一场逆势大反转,实现了市场经营的逆势攀升。

当年,尤文武接手山庄老酒集团的时候,企业正濒临破产。面对这种压力,他果断提出“酒精生产保稳定、白酒营销创品牌”的发展思路,把酒精生产和创新白酒品牌作为企业起死回生的关键点。

在他不断的努力下,通过干酵母、“双酶法”中温蒸煮代替高温蒸煮,自制酒母等工艺上的改进,设备管线更趋合理的改造,粉料扩能改造,从2005年酒精、饲料“双三改六”项目,再到2007年的“双六改十”项目,将酒精生产能力提高到了10万吨,较1999年增长十几倍,真正实现了河北为王,跨入中国酒精行业十强,所生产的酒精获得中国国际酒业博览会食用酒精金奖。

在白酒营销上,尤文武组织了一批销售精英,在强力稳占承德、石家庄等市场后,继续北上、南下、东进、西扩,形成畅销河北、热

销东北、享誉京津、辐射中原的良好发展格局,确立山庄老酒全国强势品牌地位。近几年,中高端山庄皇家窖藏系列白酒增长迅速,企业根据市场发展形势及时调整销售策略,研发深受消费者喜爱的白酒新品,适应了市场发展趋势,形成良好的口碑优势。

“要将皇家酒文化与企业产品融合在一起,不断地将皇家酒文化入酒,倾力打造正宗的皇家品牌。”尤文武在带领企业发展的同时,抓住企业集团背靠国内最大的皇家园林避暑山庄的独特优势。

2013年,企业率先在国内成立了包括中国酒界泰斗沈怡芳、百家讲坛著名讲师姜曼、国酒业协会白酒分会副理事长赵建华、中国酒业协会白酒分会秘书长宋书玉、中国白酒著名专家高景炎、承德市文化名人何申、张秀夫等在内的中国皇家酒文化研究院,开始系统地挖掘整理中国皇家酒文化,特别是清代皇家酒文化,进而加以研究、开发、利用和创新。确立了由炎帝神农开始,集5000年的红山文化、4200年的夷狄造酒文化、1000余年的契丹文化、300多年的大清文化为一身的清晰皇家文化发展脉络。在产品开发上,在山庄老酒这一主打产品的基础上,陆续研制开发出了“山庄瑰宝”“山庄皇家窖藏”“山庄珍品”“山庄原酒”等系列产品。

“借助避暑山庄独有的清代皇家酒文化,使山庄老酒的皇家血统中,将正宗的清朝文化的注入使得其血脉更加纯正。”一个品牌,离不开其扎根的土壤下厚重的历史。尤文武将皇家文化深深融入到了产品里、企业中。

2015年9月,由山庄老酒集团打造的中国第一家皇家酒文化博物馆开馆,皇家酒文化广场正式落成,山庄老酒中国皇家酒文化之旅已经开启。国内酿酒大师李克良、高景炎、赖登峰等齐聚企业集团,共同酿制了一款“山庄皇家窖藏12年”。这款酒一上市,深受消费者的欢迎和好评。上市不到一年,销售量突破40万瓶,大家品味纯正美酒的同时,真



正地感受到山庄老酒传承的正宗中国皇家酒文化。

在尤文武的率领下,2016年,山庄皇家窖藏系列酒销售突破24亿元,实现了企业新的跨越。

“不作风云作百年!山庄老酒在‘十三五’

期间要着力打造河北浓香白酒第一品牌。”面对卓越的成绩和荣耀,尤文武没有停下逐梦的脚步。“十三五”期间,山庄老酒集团提出了“1234567”发展战略。即一个战略定位:中国皇家白酒第一品牌;两个战略目标:2020年实现销售收入30亿元,山庄老酒河北市场占有率白酒占有第一;三个战略聚焦:聚焦浓香白酒,聚焦30-80元、80-300元价格带,聚焦河北市场;四个效率提升:提升渠道运作效率、提升品牌传播效率、提升内部运营效率、提升组织分工效率;五大战略单品:铁帽子、珍品、山庄皇家窖藏9年、山庄皇家窖藏12年、窖皇1703进行重点打造;六大创新

战略:品类创新、品牌创新、包装创新、格式创新、渠道创新、管理创新;七个能力打造:打造营销策划能力、打造品牌建设能力、打造一体化运营能力、打造人才培养能力、打造互联网+能力、打造金融及资本运作能力、打造预算管理的能力。

“十三五”的规划已经完成,针对规划,2017年,山庄老酒集团将积极打造工业旅游,完成国家4A级景区建设。“成为自主上市公司后,我们将继续与国内著名的咨询公司北大纵横合作,建立新的发展战略构架,积极打造浓香型白酒,为山庄老酒成为河北浓香白酒的第一品牌奠定坚实基础,为社会做出更大贡献。”尤文武对企业发展充满信心。

尤文武,是一个永远不放弃梦想的睿智的企业家,他坚持将皇家酒文化注入到白酒中来的正确理念,他的坚持与执着,为山庄皇家窖藏系列白酒安上了腾飞的翅膀,带领着山庄老酒集团一路扬帆远航。

燕京啤酒李福成率领燕啤一路拼过来



燕京啤酒李福成,近日已不再担任燕京啤酒集团董事长的职务,因年龄问题退休。因为燕啤集团是北京市顺义区政府方面全资拥有,到年龄必须退休。不过李福成将继续担任燕京啤酒股份公司董事长职务,为燕啤继续发挥余热。

从当年北京郊区一个小厂走到今天的全国龙头企业,率领燕啤一路拼过来的李福成很少谈及自己。我们不妨一起看下李福成的履历。

燕京啤酒李福成,顺义县燕京啤酒厂党总支副书记、副厂长、厂长,顺义县地方工业公司党委委员、副经理,顺义区人大副主任(不驻会),区人大党组成员,北京燕京啤酒集团公司党委书记、经理。

1983年1月3日,体育用品厂党支部书记

记于凤甫调入顺义县啤酒厂任党总支书记,顺义县化肥厂党总支副书记李福成调入顺义县啤酒厂任党总支副书记。

1984年3月13日,由燕京啤酒李福成同志起草文件申请报告,经顺义县人民政府研究批准,将北京市顺义县啤酒厂改名为“北京市燕京啤酒厂”。

1989年4月7日,燕京啤酒李福成带人对北京市场进行调研,开始打破计划经济的统购包销,采取签订合同方式进行销售,成为中国啤酒行业第一个进入市场的企业。

1992年12月22日,燕京啤酒李福成厂长到美国进行考察21天,回国后详细报告了国际啤酒市场情况,确定清爽型啤酒作为燕京的发展方向,同时制定了扩建改造战略。

1991年4月-1993年6月,燕京啤酒李福

成在北京燕京啤酒厂,任厂长、党总支书记。

1997年6月25日,由北京燕京啤酒有限公司、北京市西单商场股份有限公司及北京市牛栏山酒厂共同发起,设立的北京燕京啤酒股份有限公司,A股在深圳证券交易所上市发行;7月16日,在深圳证券交易所挂牌交易。

2008年,燕京啤酒李福成所在集团公司完成啤酒产销量422万千升,实现销售收入112亿元,利润突破7亿元。

2011年1月18日,2010CCTV中国经济年度人物颁奖典礼在北京举行,评选口号为:寻找中国经济的年度骄傲。燕京啤酒李福成获2010CCTV中国经济年度人物奖。农业部部长韩长赋为获奖者之一北京燕京啤酒股份有限公司董事长李福成颁奖。

(据消费日报)

“霸王花”陈佳

作为国家级技术专家和优秀的企业经营者,陈佳凭借着智慧,在男性占主导的白酒行业里,打造出一片新天地,被业内誉为“霸王花”。2003年,应天乐集团邀请,国内评酒界新生代领军人物陈佳“操刀”黄鹤楼,拉开了黄鹤楼重出江湖的大幕。2004年5月,陈佳全新打造的“黄鹤楼”重新上市,不到3个月,创下区域市场铺货速度、销售增长速度、消费者认知度三项第一。

在酒业“黄金十年”,陈佳带领黄鹤楼走向高峰,成为湖北酒业标兵,2015年黄鹤楼走年营收达8.3亿元。直至2016年古井贡并购黄鹤楼,陈佳不再担任总经理职务,但其“霸气”的传说仍在江湖流传。

“女巴顿”张青峰

因为拥有女性的细腻、缜密,同时在酒业还沾染了一些泼辣、豪爽、担当的气度,张青峰被称之为“女巴顿”。2004年从海外归来的张青峰收到东方集团董事长邀请,出任张弓酒业销售总经理。于是在2004年底正式走马上任,开始了与白酒的不解之缘。在张弓任职期间,张青峰开设“六驾马车”的布局,6名区域经理各领一方,导入竞争机制,奖励罚懒,使得大批有抱负的青年争相涌入。2006年9月,又一届张弓酒业全国经销商大会成功举办,在这之后张青峰被查出患有癌症。为了更好地康复治疗,张青峰后来离开了张弓酒业。

“中国通”大米

继柯明思之后,这位能操着流利中文的“洋帅”大米在2013年出任水井坊总经理。一直以来,大米在酒圈中的印象都是:“四川话