

全员忙充电 对标练内功 汾酒适应管理现代化要求的培训如火如荼

今年是汾酒现代化管理提升年,为了紧随复兴总纲脉搏,扎实推进管理现代化进程,汾酒集团各系统、各部门迎头赶上补短板,对标“一流”练内功,各专业各环节都达到高标准、严要求,稳扎稳打,高效运转,同步推进。

一 食品安全,责任重大,事关全局,是实现管理现代化的首要任务。

仲春时分,落实食品安全主体责任暨食品安全员能力提升培训便如火如荼开展。

培训特邀相关专家从《食品安全法》相关法律法规、食品监管理论基础及实践经验、酒类产品安全品质认证实施规则及技术规范等多个方面就《企业落实食品安全主体责任及监管政策解读》《酒类生产企业适用法律法规和标准应用解读及落实主体责任案例分析》两部分内容进行了深入细致的讲解,有效强化了培训人员的食品安全理论知识和管理水平,强化了食品安全主体责任意识,为汾酒的高质量发展保驾护航。

二 碳达峰、碳中和是国家立足新阶段提出的新理念、新思想、新战略和新要求,也是汾酒复兴和高质量发展所必需解决的问题。

汾酒瞄准碳中和,推动碳达峰,于 6 月 26 日得以启动。

管理现代化必须提高政治站位,树立低碳意识、绿色理念,强化碳达峰碳中和责任,全面实现绿色转型。汾酒先知先觉,积极组织编制理念超前、技术先进科学、引领白酒行业未来低碳发展的《汾酒碳达峰行动方案》,站在人类命运共同体的高度,把绿色意识扎根每个职工心中,并衍化为职工除碳降碳的自觉行动。

“绿色”俨然已成为汾酒高质量发展的鲜艳底色,并且也成为酒行业绿色低碳的行业模板。实现汾酒复兴和绿色低碳高质量发展的目标指日可待。

三 打造营销体系现代化,是汾酒管理现代化的重要组成部分,销售龙头事关汾酒高质量发展和复兴大业。

为了打造一支与现代化管理相匹配的营销队伍,7 月下旬,汾酒销售公司闭关延安强化培训,凝聚力量,百余骨干感悟初心使命,接受洗礼,蓄力仁能。



●在延安闭关培训的营销人员集体重宣入党誓词。

延安是中国革命的圣地,具有丰富的革命历史资源和文化遗产。延安精神是中华民族宝贵的精神财富,在中国革命和建设发挥了巨大的凝聚作用、导向作用和创新作用,在新的历史时期,延安精神具有新的时代价值。

选择在延安召开汾酒营销 2023 年度闭关培训会议,就是要让全体汾酒营销人员在汾酒复兴纲领的指引下,以唯物辩证的科学精神、无私无畏的博大胸怀,不断坚持真理、修正错误,全力推进汾酒营销高质量发展。

参训人员围绕营销政策调整、内部管理提升、党风廉政建设等问题广泛开展讨论,积极建言献策、开阔发展视野、打破思想束缚、碰撞智慧火花,为打造现代化汾酒营销队伍实现营销高质量发展坚定了理想信念,增强了能力本领。

四 财务管理是企业管理的核心,现代化的企业对财务管理提出了更高的要求,对标世界一流财务管理就顯得格外重要。

8 月上旬,汾酒针对“对标世界一流企业财务管理”展开了专题培训。

企业的财务管理不仅是全面预算管理,也是公司资源配置的管理。财务管理的核心是围绕企业的效率效益,提高财务管理能力,助推公司高质量发展。

培训特邀财税领域实战导师钱力、肖舒月分别以《经营管理者的财务新思维》《企业预算管理新思维》《业财融合之道与企业价值创造》和《数字时代下的财务 BP 核心能力构建》为主题,结合多种案例,通过对利润表、资产负债、现金流等数据分析,对企业的发展能力、运营能力、业财融合的“四化一新”等进行分析讲解,对企业的预算管理新思维及财务 BP 核心能力构建进行了分享。以财务管理工作作为切



●汾酒集团对标世界一流企业转型变革领导力专题讲座会场

入点,强化了财务及非财务人员的财务管理知识,提升业务能力,建立财务管理新思维新理念;为推进汾酒在管理现代化建设中财务管理水平上台阶贡献力量。

五 人是生产力和整个管理中最活跃、最能动,最积极的因素,组织活力的源泉在于人的积极性、能动性和创造力的发挥。班组是企业最小的组织,班组内的每一个成员就是具体每一项工作的直接参与者和执行者,因而班组长的管理能力直接关系到工作的绩效,关乎着整个事业的兴衰成败。

汾酒知道管理的命门,于是便于 8 月中旬为优秀班组长管理提升开班充电。

每一滴好酒,需要班组的精益求精、不懈努力。每个班组对标先进、团结协作、不断进步,提升责任意识和争创一流的积极性,提升班组的建设能力,为生产和管理在对标“一流”的现代化管理建设中,保证源头滴滴入心、厚重纯正,保证班组每一分子步调一致,人人标兵,个个典型。

六 一个有效的领导者应该能够激发成员的潜能,提高组织或团队的绩效,并创造一个积极向上的工作环境,管理现代化要求管理者必须具备和不断提升沟通能力、决策能力和团队合作这三种能力。

汾酒正处于对标世界一流企业转型变革的关键时期,强化和提高管理者的领导力势在必行。8 月中旬,汾酒举行了对标世界一流企业转型变革领导力专题讲座,以提高管理者的掌舵水平。

讲座特邀国内首批全球变革管理专业协

会认证的管理专家、变革管理高级讲师夏涛,授课《转型变革领导力》。为相关人员正确认识企业转型变革的丰富内涵,认清汾酒数字化转型的理论逻辑和实践逻辑,健全完善汾酒数字治理能力和数字治理体系,推动数字技术与实体经济有效融合,为汾酒持续实现高质量发展提供有力支撑。

七 食品安全关乎民生健康,时时警惕,常抓不懈。9 月下旬,汾酒又一次开展质量和食品安全管理能力提升培训。

培训以《企业食品安全主体责任落实》《食品安全相关法律法规》《食品安全相关标准》《食品安全风险管理》《优秀管理应用的理论与实践》《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》为题,围绕生产链条、全周期,抓好质量和食品安全的过程管控,用匠心传承“酿好酒、储老酒、售美酒”的品质路线,为消费者提供高质量的产品和服务,把“为高品质生活代言”作为坚持不懈追求的目标,为汾酒高质量发展做出汾酒质量人应有的贡献!

八 数字化人才是实现数字化转型的重要因素。数字化,汾酒已经在路上。培养更多的数字化人才是企业发展根本,也是汾酒管理现代化的人才战略所需。

为了培养更多的数字化人才,汾酒于 10 月上旬组织了数字化人才专题研修班。

通过培训,建立了具有汾酒特色的教育数字化人才培养模式,制定了明确的培训目标,设计了多元化的课程,将进一步为汾酒数字化发展提供人才支撑。据悉,为提高部门之间的信息化协同水平和数智专员的综合素质,近年

来,数字化已经成为汾酒创新驱动的核心要素和第一资源,以便更好地推动汾酒在数字化领域高质量发展。

九 管理现代化是科学、系统、严谨、高效、数字化的新型经营管理模式,精益化是管理现代化的精髓。

为了持续提高管理的精益化水平,10 月中旬,汾酒在山西经济管理干部学院开班专题培训精益化管理。

精益化管理的本质是对战略目标进行分解细化和责任落实的过程,也是增强企业整体执行能力,实现最终发展目标的重要途径。实现精益化管理,是对标世界一流企业的重要举措,也是全面推进汾酒“数字化”“精益化”“智能化”三化合一,为汾酒增强内生动力实现高质量发展贡献力量。

十 酿造技艺传承是酿酒企业工匠精神的核心,也是非遗产业能够星火相传的法则。在现代化汾酒的大背景下,仅凭单一的“心口”相传,已经远远跟不上汾酒飞速发展的需求。

山西汾酒酿造技术人才培训班满载着对千年汾酒文化的守护和敬畏以及对汾酒这一驰名品牌的无限忠诚应运而生,11 月 27 日于山西知名学府—山西大学举行了开班仪式。

汾酒的酿造技术有着几千年的历史,是具有鲜明山西特色的传统文化,也是我国民族技艺的杰出代表。在建设科技强国、实现民族伟大复兴的今天,实现汾酒复兴既是汾酒人的梦想和追求,也是全体山西人的殷切期盼。

正是由于一代又一代汾酒人不断地创新技术,才有了今天的汾酒。汾酒的技术资源将持续向技术人才队伍倾斜,充分激发员工的创新与创造活力,赋予产品生命力和品牌影响力,用技术引领汾酒复兴,为汾酒“酿好酒、储老酒、售美酒”的品质路线,为汾酒的万世传承做出更多技术贡献。

积土成山,风雨兴焉。如此这般前所未有的密集型学习提高,是汾酒瞄准“互联网+”实现管理现代化的迫切需要,也是汾酒脱胎换骨实现高质量发展推进复兴大业的必然选择。

一个数字化、网络化、智能化、自动化的“智慧汾酒”正在汾酒人与时俱进的不懈努力下,纵向发力,横向延伸,逐步实现管理体系和管理能力的现代化。

前进中的汾酒,未来可期!

2023 惊艳行业：前三季度业绩已超去年全年 “汾酒速度”领跑酒业高质量发展

2023 年,山西汾酒在经历疫后经济重启和内部产业调整等诸多挑战和压力下取得了骄人的业绩表现,“汾酒速度”再次惊艳行业,为市场释放了积极的信号。

日前,山西汾酒披露 2023 年三季度报告显示,公司实现营业收入 267.44 亿元,同比增长 20.78%,归属于上市公司股东的净利润 94.31 亿元,同比增长 32.68%,营收及净利润均超过去年全年水平。其中,第三季度,山西汾酒实现营业总收入 77.33 亿元,同比增幅约为 13.55%;实现归母净利润 26.64 亿元,同比增长 27.12%。

汾酒方面表示,2023 年以来,公司积极践行汾酒复兴纲领、推动落实“十四五”规划目标,全面促进汾酒高质量发展,进一步抢抓发展机遇,有力促进了市场结构进一步优化,青花汾酒系列等中高端产品实现较快增长,为全面实现年度目标打下了坚实基础。

据悉,2022 年,山西汾酒实现营收 262.14 亿元,归属净利在 80.96 亿元左右。纵向对比,今年前三季度山西汾酒营收及净利润均保持超 20%以上增速,9 个月的表现已超过去年全年水平,再次展现了一骑绝尘的“汾酒速度”,在本报告期内创造了历史。

高端产品长势凶猛 85%年度目标已完成

山西汾酒 2023 年初制订的目标是:力争营业收入较上年增长 20%左右。按照去年全年营收 262.14 亿元来估算,2023 年的营收目标为 314.57 亿元。前三个季度,山西汾酒已经成功完成年度目标的 85%,离最终目标仅有 47.13 亿元,完成年度目标压力不大。

具体到销售方面来看,汾酒前三季度中高价酒销售收入为 197.92 亿元,其他酒收入 68.08 亿元,占比分别达到为 74.40%、25.6%。第三季度,中高价和其他酒分别实现收入 57.97 亿元、19.15 亿元,占比为 75.17%、24.83%。

可见,汾酒的业绩规模和增长速度张力明显,高质量发展有望持续。而在汾酒快速发展和成长的背后,产品结构、市场布局、经销商结构等层面的优化亮点频频,功不可没。

一方面,汾酒产品结构持续优化,以青花



●汾酒 2023 上半年经济运行分析会现场

汾为代表的中高端产品持续增长。今年以来,汾酒坚持青花汾酒战略的长期性不动摇,进一步做实营销动作,做大销售规模,做好群体培育,实现中高价酒类销售额占总营收七成以上。其中,青花汾酒系列产品收入占比超过 45%,高端化趋势明显。

另一方面,在市场布局上汾酒坚持继续深入推进山西汾酒“1357+10”全国化市场布局,精耕大基地、华东、华南“三大市场”,加大长江以南市场选商、优商、扶商力度,全方位、全要素统筹专项资源,激活内生动力,为山西汾酒全国化市场布局奠定扎实基础,实现了省内省外的双增长和双驱动,在获得大基地市场绝对地位的同时致力于推动消费升级和利润提升。数据显示,前三季度,山西汾酒实现省内销售收入 106.64 亿元,省外销售收入 159.36 亿元,分别增长了 25.43%和 17.98%。其中,第三季度省内外分别同比增长 9.1%和 17.1%,销售范围均不断扩大。

此外,汾酒上半年业绩报告,报告期内经销商数量增加 138 家,累计达到 3775 家;同时,全国可控的终端数量达 120 万家,而这一数据在 2022 年底为 112 万家,半年多时间终端数量长了 8 万多家。这两则数据的增长变化,也意味着 2023 年以来,汾酒在渠道和终端的掌控能力进一步加强,并有望在接下来的产

品动销、市场扩张以及消费者联系等层面爆发力量。

综上所述,在品牌复兴和价值回归稳定推进过程中,汾酒持续刷新着自己的最好成绩,营收、净利润高速增长,青花汾酒系列势能显著提升,省外市场布局持续扩张,经销商与可控终端数量持续增加.....这预示着站在向高质量发展转变的历史节点,汾酒在“十四五”末进军白酒行业第一阵营,实现全方位、高质量的“三分天下有其一”的发展目标正稳步推进。

推动青花市占率突破 拉动腰部产品全面发展

2023 年以来,山西汾酒积极践行汾酒复兴纲领,推动落实“十四五”规划目标,产品结构和营销策略逐步优化。

从产品结构上看,山西汾酒具备清香型白酒差异化优势,产品矩阵覆盖全面,具备较强的抗风险能力,对渠道和终端亦有较强掌控力,后续数字化赋能下营销管理更加精细,稳中有进,高质量发展的经营态势有望延续。

从销售数据上看,青花系列已具备体量优势,高端化可持续。目前青花系列已经过百亿,其中汾酒青花 20、青花 25 销售额突破 80 亿元,在次高端价位已经具备体量优势。从多维

视角来看,新周期下白酒高端化及消费升级的趋势大概率将延续,青花系列需求将大幅度上升。

在中高端产品占汾酒营收主力并持续强化的背后,源于汾酒“抓青花、强腰部、稳玻汾”策略。汾酒集团坚持青花汾酒战略长期性不动摇,进一步做实营销动作,做大销售规模,做好群体培育,实现市场稳步突破。

汾酒董事长袁清茂指出,进一步加强渠道终端掌控,提升产品的市占率。今年,汾酒在产品端,一是以青花 20 汾酒为发展基准线,向上提升青花 30、青花 40 产品的档次和规模,推动青花汾酒全系列产品市场占有率的突破。二是以玻汾为发展基准线,扩大清香消费群体,拉动老白汾等腰部产品的全面发展。

山西汾酒的高业绩增长,不仅证明了经销商对山西汾酒产品动销的坚定信心,而且也反映了山西汾酒全系列产品强大的市场竞争力。随着清香汾酒阔步前行,众多清香型酒企急速跟进抱团发展,清香型白酒的热度已成燎原之势,“大清香时代”正向我们走来。

三大引领潜力无限 加速大清香时代到来

在汾酒引领下,“清香热”加速复兴,已是当前中国酒业一项不争的事实。

2023 年以来,在品牌缔造、市场优化、文化建设、产区赋能等层面,汾酒持续展现领袖之力与名酒之姿,并通过品牌战术与战略的精准落地与高效执行,不断给清香白酒的势能升级与市场热度提升注入新的力量。

在品牌建设上,围绕“青花汾酒 为高品质生活代言”核心品牌诉求,坚持“文化+品质”的品牌传播理念,汾酒发起“大家都爱汾酒”挑战赛,举办第六届“汾酒杏花节”和第八届封藏大典,参与“专业镇,让未来更美好”杏花村汾酒专业镇高质量发展论坛、“清香汾 国际香”汾酒(北京)国际化发展论坛和 2023 夏季达沃斯(天津)论坛山西之夜、组织 2023(上海)青花汾酒发展论坛和“一脉国风韵,千里共汾香”圆桌论坛等主题活动,参展第三届中国国际消费品博览会、中国西部国际博览会和第六届中国国际进口博览会等大型活动,全面释放汾酒品牌势能。

在市场与终端建设上,汾酒集团党委书记、董事长袁清茂多次携汾酒高管团队深入市场一线,走进北京、上海、成都和深圳等市场进行工作调研,指导市场工作,传递厂商携手拓展全国市场的决心与信念,加速全国化布局的市场步伐。

此外,汾酒还协办“遥指杏花 醉美吕梁”和“美美与共 何以汾酒”等多场中国杏花村国际酒业博览会,并携手其他清香白酒企业共同发布了《杏花村汾酒专业镇宣言》,为杏花村专业镇建设提出了“树一种思想、建一个标准、创一个平台、做一个产品、守一条底线”的“五个一工程”,此外,还参与了“2023 丝绸之路万里行·共赢之路”大型跨国全媒体采访活动。

同时,作为活态文化的提出者、创造者、践行者,汾酒还与中国酒业协会文化工作委员会共同承办第二届中国酒业活态文化大会,颁布了《中国酒业活态文化遗产团体标准》,并指出将在活态文化的传承、保护、弘扬中做好表率,做好活态文化的践行者。

2023 年 1 月至 9 月,汾酒发展势头迅猛,发展动能强劲,转型发展蹀新路の成色彰显。业内资深人士表示:“在市场环境与产业环境的双重挤压下,汾酒继续在营收、净利润增速上保持着领先优势,用连续增长的成绩单兑现着市场与行业的期待,不仅为‘十四五’末进军白酒行业第一阵营,实现全方位、高质量的‘三分天下有其一’夯实了基础,也将继续引领清香白酒的成长势能,为构建‘大清香’新格局做出贡献。”

汾酒党委书记、董事长袁清茂曾明确指出:“公司上下要全力以赴、乘势而上,做到‘一条主线,三点突破’。即,围绕‘巡视整改’这条主线和产能扩容、市场拓展、队伍建设‘三点突破’做足文章、狠下功夫,为顺利实现‘十四五’目标,为汾酒复兴纲领胜利迈进第二阶段打好坚实基础。”

在白酒行业持续变革的进程中,围绕“一条主线,三点突破”,持续进发全面深化的改革优势,清香龙头的品类优势,三大品牌的产品线优势,全国布局、全球拓展的市场优势,不断激发名酒韧性,汾酒也将持续收获“大清香时代”带来的发展与创新“红利”。

[本版文图由汾酒融媒提供背景资料,杨仁宇组稿]