



# 中國糖酒周刊

经理日报 THE MANAGER'S DAILY 责编:王萍 编辑:唐勃 版式:张彤 校对:梁英 2010年5月31日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

## 行业讯风 | HangYe XunFeng

### 1—4月我国食品、饮料制造业产量增幅明显

近日国家统计局发布了2010年4月份国内规模以上工业企业大类行业的增加值增长速度数据,其中食品制造业2010年4月份较去年4月份同比增长17.4%,今年1-4月份累计同比增长16.7%。饮料制造业2010年4月较去年同期增长15.7%,今年1-4月份累计同比增长15.6%。

国家统计局最新发布的数字显示,今年截至4月底,主要含糖食品中乳制品、碳酸饮料、果汁、蔬菜饮料及罐头的累计产量分别为64685万吨、36969万吨、471.73万吨和21367万吨,同比增幅为10.31%、7.93%、26.73%和22.87%。

(广糖)

### 谷物饮料行业标准年内实施

据业内人士透露,暂定于2010年6月10日由饮料协会牵头制定的植物蛋白和谷物饮料(谷物浓浆)的行业标准,今年年内将会实施,在谷物含量和干物质含量方面做出相关规定,促进整个行业的发展。此前,在国家发改委的《2008产业结构调整目录》中,饮料协会建议将包括谷物饮料在内的植物饮料与果汁及蔬菜汁饮料、

植物蛋白饮料一同作为鼓励发展的产业,并列入轻工业三年振兴规划纲要。

“谷物饮料是典型的小品类大市场。”中国食品商务研究院研究员、精准营销理论专家朱丹蓬表示。在这样的行业预估下,不仅前有惠尔康、中绿、广粮等竞争者,维维也在不断加大加码,维他奶更将从豆奶领域斜刺进入。

(闻种)

### 内蒙古:对食品安全企业备案进行重新规定

据悉,内蒙古自治区卫生厅日前制发了《食品安全企业标准备案实施细则》,对该区食品安全企业标准备案重新规定。

品生产企业组织起草,确保标准的真实性和合法性,确保所生产食品的安全性,并对其实施后承担全部法律责任。企业标准通过自治区专家组技术审查后方可备案。对弄虚作假、备案有效期届满后30日内企业未办理延续备案手续、企业自动申请废止的,由卫生厅依法予以注销。

(文久)

## 李秋喜追梦:让汾酒香飘满神州

本报记者 赵占领

2010年4月27日,全国劳动模范和先进工作者表彰大会在京隆重举行。山西杏花村汾酒集团有限责任公司董事长、总经理李秋喜同来自大江南北、长城内外的各界英杰,走进了宏伟的人民大会堂。

胡锦涛总书记在重要讲话中庄严陈辞:“向为改革开放和社会主义现代化建设作出突出贡献的劳动模范和先进工作者,致以崇高的敬意!”感受着隆重热烈的会场氛围,李秋喜的思绪穿入人民大会堂,越过华北平原,回到了日夜奋战的山西汾酒集团,回溯到了梦绕魂牵的汾酒文明之中。几千年斗转星移,几千年大浪淘沙,多少中国美酒淹没在历史的烟尘之中,唯有杏花村汾酒代代相传,沿袭至今,从未中断,成就了“国酒之源、清香之祖、文化之根”的历史定位,并正在向着“清香汾酒、文化汾酒、绿色汾酒”的方向阔步前进。

“和风华雨正纷纷,举盏欲招千古魂……”当年赵朴初描述杏花村汾酒的一首“秋天的酒歌”,与唐代杜牧那首流传千古的“春天的酒歌”遥相呼应,给人多少发思古之幽情的遐想。作为国内唯一一家同时拥有“杏花村”“竹叶青”两个中国驰名商标和世界名酒品牌的白酒企业,李秋喜提出了“追赶、超越、领先”的三步赶超战略,集团制定了到2015年实现100亿销售收入的目标,表现了李秋喜一班人率当代汾酒人为弘扬无与伦比的诗酒文化而追寻新的梦想、让汾酒香飘满神州的远大抱负与开拓精神。

### 1、历史的传承:着眼未来创新业

神秘雄奇的中国美酒,有水的梦幻,有火的热烈,更有生生不息的历史文化内涵。1915年,在为庆祝巴拿马运河开通的旧金山万国博览会上,杏花村汾酒在群星灿烂的中国酒品中唯一荣获巴拿马马会六个等级奖项中的最高奖——甲等金质大奖章!同年9月,后来成为二战中力挽狂澜的美国总统的罗斯福走进中国政府馆,对着透明清香的汾酒连赞“好酒”,并如愿获得了参展人员送给他的一瓶汾酒清酒。

史学界认可的中国文明史有近4000年,但有据可考的汾酒酿造史可以追溯到4000年以前的仰韶时期。据悉,汾酒在1500年前就已成为宫廷御酒,当时的杏花村已有酒坊70多家,烧锅难计其数。“中国白酒酿造史的源头在杏花村,汾酒是中国白酒的祖庭。”李秋喜介绍,明清时期,随着晋商的崛起,汾酒酿制技艺从杏花村传到陕西,再到四川、贵州,传遍祖国各地。茅台酒所在的贵州仁怀县志上对此也有记载。

然而,几千年世事变故,几千年浪淘英雄,历代多少名酒佳酿逐渐消失或曾经消失在历史的烟尘之中,唯有杏花村汾酒无论是朝政更迭、战乱频仍,却始终香火不绝,从来没有中断过,后来又派生出另一名酒竹叶青,演绎出流传至今的历史佳话:早在南北朝时期,汾酒就受到北齐武成帝的推崇而一举成名,并被载入廿四史;晚唐大诗人杜牧的“借问酒家何处有,牧童遥指杏花村”,使汾酒成为中国咏酒诗中的千古绝唱;1915年在巴拿马万国博览会的中国酒中唯一荣获甲等金质大奖章,汾酒成为享誉世界的至尊酒品;解放后汾酒五次蝉联国家名酒,竹叶青酒三次荣获国家名酒称号……

从杏花村飘出第一缕酒香起,汾酒历经挤压之痛楚,发酵之幻化,高温之锻造,最终成为清香典雅、甘美纯正、回味悠长之精品。杏花村汾酒、竹叶青酒在风流千载后大放异彩于当今时代,但也在近年来的酒业大发展中经受了群雄逐鹿的严峻挑战,茅台、五粮液等老牌白酒竞相争霸,不少后起之秀奋起直追,清香型白酒却处于一种尴尬的境地而



李秋喜做客新浪财经,接受了“共赢未来”第二届中国酒业营销金爵奖年度风云对话访谈。他对“国酒之源”作了同样的解释,并解答了记者提出的“百亿汾酒”发展目标、举措,“清香汾酒、文化汾酒、绿色汾酒”经营理念,清香工程、清香事业的发展方向等相关问题。



站在中国酒业的最高领奖台上,李秋喜董事长手捧奖杯,豪情满怀地抒发了自己的获奖感言:“汾酒将高举清香大旗,做大清香酒业,以德行天下,实现清香天下。”

唯有突破。汾酒作为清香型白酒的代表,要在此消彼长的市场大搏杀中创造新的辉煌,远不是一件容易之事。2005年6月,李秋喜受组织委派担任汾酒集团总经理,主持生产经营管理工作,和班子同事们一起共同拉开了汾酒集团加快发展的序幕。

李秋喜,山西晋城人,研究生学历,山西省十届政协委员。早在2001年,他即在晋牌水泥集团濒临倒闭时临危受命董事长兼党委书记,在“晋水”的起死回生之战中建立奇功,有媒体撰文论称:“李秋喜在晋水上演了一出凤凰涅槃的不是神话的神话。”转战到汾酒集团后,李秋喜在思索,如何才能冲破当代企业慢进即退的宿命,闯出一条加快发展的新路子来呢?

李秋喜和班子同事们尽心竭力,廉洁奉公,履行职责,承担义务,不遗余力地投身于自己的工作,认真及时科学地拟定公司“十一五”发展规划、重大投资项目及各年度生产经营计划,明确目标,明确职权,明确责任,大力推行精细化管理,持续改进和优化工作流程,建立安全生产、产品质量、市场营销、治保消防四位一体的安防管理体系,有力地保证了各项工作任务和生产经营指标的完成。同时坚持公司和分厂两级职代会制度,坚持推进职工素质工程和经济工程技术工程,坚持推进平等协商和集体合同制不断改善职工生产生活条件,公司上下呈现出共谋发展、共建和谐、共享利益的良性互动局面,生产经营形势和企业人文环境面貌一新。

### 2、聚焦新目标:实施三步走赶超战略

当代市场经济,品牌已成为企业生存和发展强有力的角斗士。近年来李秋喜和同事们长期坚持实施现代企业管理,狠抓产品质量和市场销售的基础上,从维护千年民族品牌的高度出发,加强汾酒品牌的建设与管理,按照“优胜劣汰、扶大去小”的原则进行品牌资源整合,坚决将品种规格由原来的1060个精简到361个。从而清晰了品牌概念,重树了品牌形象,加大了自主品牌开发力度,形成了汾酒系列、竹叶青系列、杏花村系列三大品牌高、中、低档结构科学合理,产品线花色规格区隔分明的整体布局。积极进行汾酒专卖店整顿、市场维护和打假维权工作,并对合作企业进行清理,对个别开发商的不法行为,

做出了终止合同、停止合作和罚款警告等决定,从源头上化解了“杏花村”品牌的经营风险。同时通过调整营销思路,理顺管理渠道,强化内部管理,整顿市场秩序,基本上杜绝了价格倒挂、倒货、窜货现象,营销运行质量不断提高,市场整体呈现出良性发展的态势。

当代经济之战的残酷和激烈,要求企业也要像军队一样围绕着一个坚强有力的领导核心去赴汤蹈火。2009年10月,经公司民主推荐,省国资委研究决定,李秋喜任职新一届汾酒集团董事长。

今年1月5日,一年一度的汾酒经销商大会在太原召开,全新的领导班子成员悉数亮相。李秋喜董事长在会上提出,到2015年汾酒荣获巴拿马金奖一百周年之际,公司要实现百亿元的发展目标。他提出吸纳更多有实力的经销商成为公司的战略合作伙伴,形成厂商双赢一家人意识,以及用五年左右时间进入行业前三的设想。他认为欲达此目标,必须“将创新持之以恒,贯穿于汾酒发展的始终”;“首先是聚焦优势战略,对目前发展中的各个因素进行综合分析与研究,明确重要事项,使汾酒在文化、形象、管理上处于国内前沿水平……”

振奋人心的发展目标是一种战略激励,更是以李秋喜为代表的汾酒集团新班子新的梦想和追求。李秋喜和领导层同事通过多方面的调查研究,理清了发展思路,明确了发展目标,制定了发展举措,并抢抓机遇进行企业三项制度改革,实施了“效益优先、兼顾公平、易岗易薪、薪随岗变”的多种分配模式,打破了企业相沿成习的铁交椅、大锅饭现象,做强了企业发展的驱动力和市场竞争能力。同时对汾酒集团进行重新定位,确立了新的经营理念,明确了“质量保证,科技推进、管理创新、人才支撑、文化提升”的发展思路,制定了“追赶、超越、领先”三步走赶超战略……观念的转变,思维的创新,为谋划汾酒大发展、大跨越开拓了广阔的视野,为汾酒集团持续、稳定、健康、高速发展打下了坚实的基础。

### 3、变革中国强:市场和资本的突破

在李秋喜等领导同志带领全体干部职工的共同奋斗中,汾酒集团进入“十一五”后获得了迅速的发展,公司

2009年完成销售收入37.88亿元,相比“十五”末2005年的19.1亿元,年均增长18.85%;2009年实现利税13.98亿元,同比增长2005年的7.1亿元,年均增长27.66%。主要经济指标均创历史最高水平。公司先后荣膺中国最具影响力企业、中国酒文化学术活动基地、全国企业文化示范基地、全国工业旅游示范点、全国重点文物保护单位、国家级非物质文化遗产、中华慈善奖等多项殊荣。同时汾酒蝉联“中国名酒”、竹叶青荣获“中国名牌产品”等称号。今年3月,由中国酒类流通协会主办的“共赢未来”第二届中国酒业营销金爵奖颁奖盛典在全国糖酒春交会期间举办,汾酒一共揽获了11个奖项中的三大奖项,其中包括“中国酒业全国化领军企业奖”、“中国酒业新高端品牌奖”和李秋喜个人获得的“中国酒业杰出贡献奖”。这是汾酒新班子在实施“百亿汾酒”发展战略开局之年收到的一份最大的贺礼,是全国消费者对汾酒高举清香大旗,构建和谐、凝聚力量、奋起直追、再铸辉煌的最大褒奖和鼓励。

继续力行科学发展观和转变经济发展方式的2010年,成为了汾酒市场恢复后迅速发展的一年,也是汾酒集团大举变革,实施营销新模式的一年——定位新模式,实现从次高端到超高端超越,在争取400-600元汾酒青花瓷作为次高端全国性品牌累计达20亿以上销售总额的基础上,力争以1000元以上的国藏汾酒作为超高端品牌直接与目前超高端年份酒竞争,以实现汾酒价值的完全回归。实施产品线新模式,第一是产品线识别,国藏汾酒、汾酒(青花瓷)、老白汾,系列汾酒形成完整清晰的产品线识别策略,以强化汾酒战略性品牌价值;第二是强化产品友化性,在价格上实现省内对上对下延伸,省外高端双价位组合,从而实现错位竞争,迎接次高端细分市场高速增长的外部机遇。实行区域布局新模式,省内市场深度掌控,渠道重心下移,更密集地进行资源整合,实现贸易驱动模式向市场驱动模式的转变;省外则进行板块聚焦,首次培育河北、河南、内蒙古、陕西等有清香基础的传统市场,最后在全国其他地区形成点状标杆市场。并同步实行聚焦、聚焦、再聚焦的品牌新模式,将目标对象聚焦于中高端商务政务领袖人物……

企业家成功的历史,常常有着一段传奇式的沧桑之变。李秋喜同志在转战山西汾酒集团后继续大放异彩,2005年被团省委、省国资委等授予“山西省杰出青年企业家”称号;2007年被有关方面评选为中共山西省委联系的高级专家;2009年荣获山西省总工会“全心全意依靠职工办企业优秀企业家”“山西省五一劳动奖章”;2010年经国务院批准命名为全国劳动模范。

“逢人便说杏花村,汾酒名闻天下闻……”谢觉哉此诗道出了“诗酒天下第一村”和汾酒多么厚重的历史文化内涵。今年4月22日,吕梁市政府与汾酒集团战略合作协议签约仪式在太原晋祠宾馆举行,标志着山西省政府提出“以汾酒集团为龙头,推进对周边和省内白酒资源的有效整合,促进资源集聚,壮大汾酒规模”及建设山西杏花村酒业集中发展区的决策,获得了以煤为主的山西丰富资源和资本的支持。

有关人士认为,吕梁市政府和汾酒集团的联姻,必将成为山西转型发展的经典之作,此举一方面表明山西煤焦的闲置资本寻找投资新大陆,一方面表明汾酒集团做强做大酒业王朝的目标,无论对相关方企业还是山西省经济,都是加快转型发展的重要一步。目前,以“品牌共享,集中发展,统一管理,创优环境,多元投资”为战略规划的“山西杏花村酒业集中发展区”一期工程所需的建设资金约25亿元已全部落实,主要由煤炭资源整合后的转型企业为投资主体。李秋喜兴奋地表示,如今汾酒集团新一轮发展机遇、发展环境的合作伙伴已经具备,有望提前实现百亿目标。相信他和公司一班人率领汾酒人让汾酒香飘满神州的梦想,定将在不久的将来成为现实!