

企业动态 Qiye Dongtai

洋河酒厂启动2011 管理年活动序幕

日前,江苏洋河酒厂股份有限公司(以下简称洋河)全面启动精益生产管理项目,召开了项目启动会。此举拉开了企业 2011 年管理年活动的序幕。

启动会上,洋河副总裁、精益生产推进委员会主任朱广生表示,公司推行精益生产是基于筑牢发展基石和积极应对市场竞争的需要,企业将借助专业机构,引领革新;转变思想,融入革新;加强学习、促进革新;正视问题、引导革新。会上,专业机构科理咨询公司专家为企业中高层领导作了精益生产方式及精益领导力专题培训,为车间班组长进行了相关培训。

(彭 辉)

2010 年珠江啤酒销量同比增长 5%

近日,广州珠江啤酒股份有限公司发布 2010 年度业绩快报。2010 年,公司通过实施营销组织变革,推行深度分销等措施,使销量同比增长 5%,产品结构进一步优化,报告期内营业收入同比增长 7.91%。

2010 年,公司报告期内实现营业收入 305142.06 万元,同比增长 7.91%, 营业利润 11447.18 万元, 同比增长 1.78%, 净利润 9345.48 万元,同比增长 5.79%,归属于上市公司股东净利润 9298.36 万元,同比增长 8.51%。此外,由于公司还发行了 10 亿元短期融资券等原因, 使财务费用同比下降 26.81%。这些因素是广州珠江啤酒股份有限公司利润增长的主要原因。

(大食)

缘酒大力培育外向型品牌

2011 年,缘酒集团将深入挖掘提炼“缘”文化,大力提升缘酒品牌价值,推进缘酒外向型发展步伐。据悉,去年该集团各项基础工作稳步有序开展,圆满完成既定销售任务,上交税收 200 多万元,同比增长 40%以上。

2010 年,缘酒产品格局逐步调整,与 2009 年相比,中高端盒装酒占主要销售产品的 80%以上,实现了由中低端酒水向中高端酒水的战略转型。缘酒核心模板市场通过两年的细化运作已经形成,在江苏已经形成泰州地区、盐城地区、扬州地区、南通地区、常州地区、苏州地区六大核心市场;安徽的六安、池州、安庆等市的县级市场正快速提升。2011 年,缘酒集团将牢牢确立“品质是品牌的保障,文化是品牌的根基”的主旨,继续按照整体规划战略,稳步拓展细化市场,加大力度持续推进品牌打造和文化构建。

(枞阳)

“尊享 2010 共赢 2011”

新疆古城酒业召开 2010 年经销商总结表彰大会

本报讯 2 月 21 日,新疆第一窖古城酒业有限公司“尊享 2010 共赢 2011”2010 年经销商总结表彰大会在奇台宾馆多功能会议厅隆重召开。来自新疆各地的 60 余名经销商和该公司领导班子成员欢聚一堂,共谋发展大计。

大会分四个篇章进行。第一,总结 2010 年度营销工作,部署今年营销重点工作。会上营销总监汤学源作了主题为“打造新疆顶级白酒品牌,满足广大消费者需求”的讲话,从十个方面全面总结分析了 2010 年取得的工作成果,详细部署了今年的工作思路、目标及措施。他讲到:“2011 年,古城酒

企业传真 Qiye Chuanzhen

江津白酒 誓将创新与传承进行到底

日前,在国家商务部公布的第二批“中华老字号”认定名单中,江津酒厂集团具有近百年历史的注册商标“几江”牌荣登红榜。这是江津酒厂集团继获得“中国驰名商标”、“中国白酒小曲香型代表”之后,该公司加冕的又一国家级荣誉。

“由国家商务部认定,具有深厚的文化底蕴,有传承的独特产品、技艺或服务……”等 7 个认定条件让“中华老字号”极具含金量。据了解,2006 年商务部出台了“振兴老字号工程”,并于当年评出了第一批共 430 个中华老字号。日前,商务部公布了第二批中华老字号名录,全国共有 699 家企业(品牌)上榜。名录中,重庆市仅有包括“几江”牌在内的 10 个品牌获“中华老字号”称号。

展变迁中,江津白酒得到了冯玉祥、陈独秀、吴芳吉等无数英雄豪杰和文人墨客的赞誉,具有独特酿造工艺的川派小曲清香型白酒酿法也流传至今,深受大众喜爱的江津白酒逐步演变发展成为今天的“金江津酒”。

江津“几江”有上百年历史

“几江”牌能够成为“中华老字号”,关键在于江津酒厂集团百余年的悠久历史,以及发展历程中的不断传承、不断创新。据史料记载,江津酿酒业于明朝嘉靖年间已初具规模,至光绪年间,江津沿街槽坊、酒肆无数,形成了酒香飘万里的壮美画卷,江津酿酒业达到巅峰,江津白酒从此盛极一时。1908 年,江津酒厂集团的前身——“宏美”槽坊建立并逐步走向规模化经营,1951 年公私合营成立“宏美公营酒厂”,进而改革发展成为今天的江津酒厂集团。在百余年的发



展变迁中,江津白酒得到了冯玉祥、陈独秀、吴芳吉等无数英雄豪杰和文人墨客的赞誉,具有独特酿造工艺的川派小曲清香型白酒酿法也流传至今,深受大众喜爱的江津白酒逐步演变发展成为今天的“金江津酒”。

江津白酒实现跨越式发展

近年来,江津酒厂集团坚持以流传百余年酿造工艺生产的“几江”牌金江津酒,作为占领市场、树立百年品牌形象的拳头产品,通过“创新管理体制、提升技术实力、实施品牌战略、拓展市场版图、调整产品结构、严把质量关口”等六大措施,使得传统精髓逐步传承并发扬光大,实现了企



业跨越式大发展:“几江”牌获得了“中国驰名商标”和“中华老字号”两大荣誉;传承百年工艺的“几江”牌金江津酒当选“中国白酒小曲香型代表”;投资 2.5 亿元、占地近 300 亩的金江津酿酒生态工业园将于今年 7 月 1 日正式投产……如今,江津酒厂集团的营销网络已覆盖了全国近 20 个省市,成为我国最大的小曲清香型白酒生产企业。

“当选‘中华老字号’,既是荣耀与肯定,更要求我们在新形势下,与时俱进,重新定位,不仅要保证深厚文化底蕴的源远流长和优秀传统事物的传承,更要解放思想、不断创新。只有将‘传承与创新’相结合,才会使老字号企业爆发出更加强大的生命力。”江津酒厂集团董事长李树明表

示,该公司将以“中华老字号”为契机,将传承百年工艺的“金江津酒”发扬光大。

新闻延伸

创新定位 “北有二锅头,南有金江津”

在李树明的字典里,“创新”是用得最多的字眼,从“浙商拎着皮包进学堂”得到启示的李树明深知,唯有知识才能改变命运,唯有创新才能谋求出路!

在白酒日趋同质化的今天,要想占领市场,取得经济效益,李树明认为,要不断创新和调整产品结构。“江津酒厂作为全国最大的小曲清香型白酒生产企业,我们将致力于打造南派清香白酒第一品牌的目标进发”,李树明的创新定位就是“北有二锅头,南有金江津”。李树明说,目前清香型白酒的主产和主销区基本上集中于华北流域,除了汾酒外,长江流域的清香型白酒企业都比较分散,规模也很小,“这其实对我们做大做强清香型白酒市场,提供了更大的空间”。

正是对市场有了清醒的认识,才能对自己的发展道路进行正确的定位,李树明领导他的江津酒厂(集团)有限公司,将不断调整产品结构,一直走清香型白酒这条差异化、专业化道路,打造南派清香白酒第一品牌。

(华龙)

2011 年是国家实施“十二五”规划的开局之年,也是北京牛栏山酒厂实施企业“三·五”战略的开局之年,企业将通过借势、用势、造势,打造北京“名片”

牛栏山酒厂以营销战略打造北京“名片”

记者日前从北京牛栏山酒厂举行的“2010 年度厂务公开总结表彰大会”获悉,作为北京市最大的一家白酒酿酒企业,北京牛栏山酒厂“以北京市场为核心,两个三角洲为两翼,外埠重点市场为依托”的营销战略格局已经形成,企业各项经济数据持续保持 20%-50%以上的速度快速增长,其产品正成为北京市一张“名片”。

据悉,北京牛栏山酒厂在 2005 年-2010 年企业发展的“二·五”期间,围绕打造“以北京市场为核心,两个三角洲为两翼,外埠重点市场为依托”的营销战略格局,对市场进行科学、缜密的市场调查,大胆创新,以“近占远养,稳步培育,深度发展”为原则,实施“一品一区”、“一区一策”的市场开发策略,企业各项经济数据持续保持 20%-50%以上的速度快速增长,综合竞争实力迈上了新的台阶。

北京牛栏山酒厂在即将实施的“三·五”战略的过程中,将围绕当前经济形势和中国酿酒产业发展大势,结合市场需求和企业未来发展需求,以科学发展观为指导,以促进企业可持续发展为主旨,全面贯彻“一个落实、两个提高、三个力争、实现一个目标”,即“1231”工作思路:一个落实即全面落实王岐山副总理讲话精神,“以北京为依托,充分发挥牛栏山二锅头获得‘原产地保护’和‘中华老字号’的特有优势,力争将‘牛栏山’打造成为代表北京的国际

名片,争创世界品牌”;两个提高即全面提高牛栏山产品品质和科技含量。利用微生物实验室的科研优势,找出二锅头品类差异化特征,并加速科研成果向产业化发展,全面提升牛栏山产品品质和科技含量;全面提高企业综合竞争实力。以企业东扩为契机,将牛栏山打造成为集绿色环保、高效节能、科教实践、文化传播于一体的中国二锅头生态园,全面提升企业综合竞争实力;三个力争即力争完成销售收入 35 亿元;力争企业综合排名进入全国白酒行业前十强;力争创建“中华环境友好型企业”;实现一个目标即实现打造中国二锅头第一品牌。

中国酿酒大师、北京牛栏山酒厂党委书记、厂长李怀民面对严峻的市场竞争,信心百倍,他表示:2011 年是北京牛栏山酒厂实施“三·五”战略的开局之年,也是国家实施“十二五”规划的开局之年,将通过借势、用势、造势,在赢得“二·五”丰硕成果的基础上,深层次的思考如何创新工作,发扬牛酒人“团结奋进,永不自满”的精神优势,推动企业各项工作登上新台阶。

按照厂务公开原则,在北京牛栏山酒厂“2010 年度厂务公开总结表彰大会”上,全体干部职工顺利通过了《2010 年度工作总结及 2011 年度工作计划》、《2010 年度财务工作报告及 2011 年度财务收支计划》等各项工作报告,获得认可。

(黎政祥 马蕾)



椰岛保健酒易地扩建项目 3 月 1 日投产

记者从海口市政府获悉,为适应海口市政府总体规划要求,历时 18 个月、总投资 3.5 亿元的 2010 年、2011 年海南省重点项目——年产达 3 万吨的椰岛保健酒易地扩建技改项目(一期)3 月 1 日按时竣工并正式投产。

据介绍,椰岛保健酒厂易地扩建技改项目被列为 2010 年、2011 年省重点项目。原厂地处海口市繁华地段,生产场地狭小,生产规模和设备、物流已经不能适应市场的需求;同时,环保问题使企业生产成本不断增大。按计划,椰岛保健

酒厂易地扩建技改项目位于海口市南海大道药谷二期开发区,项目占地面积 200 亩,建设规模年产保健酒系列产品 6 万吨,建设内容包括联合包装车间、发酵车间、提取车间、罐区及过滤车间、洗瓶车间、瓶库及地磅房、污水处理站、锅炉

(苏钟)

国台酒业实现质量控制体系创新

日前,“国台酒现代科技与标准创新成果发布会”在湖南长沙举行。中国科学院发布了与国台酒业集团合作的“创新三级质量控制体系与智能机器人品酒技术,提升白酒质量标准”成果。同时,国家酒类及加工食品质量监督检验中心正式与天士力国台酒业集团签订战略合作协议。

白酒三级质量控制体系、智能化机器人品酒技术、标准化质量控制等一系列的科研及标准成果,已引起了业界广泛关注。目前白酒行业的质量

控制一般为两级控制,即感官评定与气相色谱分析。感官评定是评酒员凭眼观、嘴品、鼻子闻等感官手段对酒体质量进行评价;气相色谱分析,是利用气相色谱仪进行白酒检测,能够快速检测白酒的主体成分构成。

国台酒业集团超越白酒行业传统的两级质量控制,在感官评定和气相色谱分析两级质量控制基础上,与中国科学院、清华大学合作,率先执行了白酒三级质量控制体系,将“宏观红外指纹图谱技术”的科研成果,

应用于白酒生产的质量控制。宏观红外指纹图谱三级鉴别,分别为一级红外光谱、二阶数图谱、二维相关红外光谱。三级质量控制体系克服了感官评定容易受到评酒员身体状况、情绪及评酒环境影响的问题,更好地保证了酒的质量稳定性。同时,国台酒业集团利用分子生物学技术,揭秘酱香白酒微生物菌群的群系构成,变化规律,改变了对微生物无法了解、生产过程全凭经验控制的传统做法,使生产过程控制更加科学化。(闻九)

第四,董事长周文贵作了发展战略的讲话,他说:“尊享 2010、共赢 2011 是今年经销商大会的主题。古城酒业通过 12 年的市场运营,深刻地认识到经销商不仅销售古城酒,而且是‘古城’品牌的维护者、传播者,是企业发展的战略合作伙伴。过去的一年,古城酒业在市场竞争激烈的情况下能创造建厂以来最好成绩,是我们双方共同努力的结果。今年,面对市场的残酷竞争,名优品牌抢占新疆市场,还需我们步调一致,致力于市场的建设和维护,认清形势,解放思想,放大价值,让自己成为最重要的人;不断维护知识产权,加大打假力度,净化市场,打造一批新疆金牌经销商,实现厂商共建共赢。最终向‘新疆第一’,‘全国知名品牌’迈进,为实现 2011 年的奋斗目标共同努力。”

会上,与会经销商纷纷为“古城大爱基金”捐款 9550 元。

(徐延华)