

中国啤酒产业领军先锋

金士百纯生啤酒以绿色绝唱影响中国

——访金士百啤酒股份有限公司董事长卢宪臣

□本报记者 赵长远

前言

在大东北有个仙马泉，从仙马泉源源不断涌出的泉水酿造成了今天的金士百纯生啤酒。而坐落在仙马泉的金士百啤酒股份有限公司，其生产的纯生啤酒创造了两个惊人的纪录：一是甘冽爽口的纯生啤酒在东北成了创先之最。二是取之不尽的泉水让金士百纯生啤酒又创造了中国纯生啤酒品类产量之冠！缘于此，金士百纯生啤酒以创先、绿色、纯正口味等诸多特点自然就成为东北人最爱喝、最畅销的品牌。不仅如此，金士百啤酒公司始终以振兴民族产业为己任，高举兴业爱国的大旗，成为向国家纳税年超亿元的企业。仅此一项，金士百啤酒公司就当之无愧成为振兴民族产业的领跑者和中国啤酒大军中之领军先锋。金士百啤酒公司在成为中国酒业劲旅的发展壮大中，成功地创造出了多项产业之最。为了让全国更多的读者深入了解金士百啤酒公司的光荣奋进发展史，本报记者采访了金士百啤酒公司。董事长卢宪臣语出惊人，在笑谈中详解了金士百啤酒为何能够成为影响百姓餐桌、被誉为绿色主旋律之奥秘！

绿色纯生缘何笑傲关东？

被业界人士誉为“黑马”的金士百啤酒股份有限公司，自从与英国最大的啤酒巨头巴斯啤酒公司解除合作关系并收回全部股份后，金士百人以打造中国品牌、振兴民族大业为己任，以畅导绿色健康为追求目标，生产出的金士百纯生啤酒以其色泽透明、泡沫洁白细腻、口味纯正、沁人心脾的感觉和高贵的品质、以及适合百姓消费的价位，备受消费者的青睐。在吉林大地掀起的“绿色风暴”，令盘踞在关东的几家大型名啤企业备感压力，继而多家啤酒品牌使出浑身解数应对金士百纯生啤酒强劲的绿色风暴势头和超强的市场竞争力。那么，以品牌论剑，为什么金士百纯生啤酒能够在绿色赞歌声中得到绝大多数响应者的支持呢？

当我们走进各种高、中、低档的消费场所，只要购买纯生啤酒，人们马上就会想到金士百纯生啤酒。因为，经过多年的市场运作，金士百纯生啤酒已被各阶层的消费者所认可，并在百姓的心中留下了坚不可摧的品牌形象。每个人都知道品牌，那么，品牌到底是什么呢？通俗一点讲，品牌的价值就在于老百姓喜欢，消费者认可。金杯银杯不如老百姓的口碑。一样产品、一个企业，想要获得市场的成功，必须获得老百姓的认可才行。长盛不衰的金士百纯生啤酒品牌已经根植在了消费群体的心里。这就是金士百啤酒笑傲关东之秘！然而，金士百人并没有停留在稳定的市场占有率中沾沾自喜，而是在不断地思考着，怎样才能纯生啤酒领域中再寻突破，成为中国乃至世界纯生啤酒产业中的领军先锋



金士百啤酒公司董事长卢宪臣

呢？金士百人经过不断地总结、实验、创新后，拥有世界顶级品质的(SA 品质：A 级原料、A 级技术、A 级环境、A 级设备、A 级管理)金士百纯生啤酒，在备受各界关注和期待中，于 2009 年以强劲之势涌向市场、逐鹿关东，随即形成了不可阻挡的绿色热销风暴。这款产品一经上市便得到了消费者的广泛赞誉。人们惊叹地赞誉金士百纯生啤酒为纯生啤酒中的上等精品。同时，也吸引了社会各界参观者（包括政府人员、机关领导、专家学者、经销商、消费者等）慕名前来参观这座有着世界先进管理模式现代化大型企业。

他们走进金士百：观赏花园式的厂区，感受金士百；体味浓厚的绿色文化气息，贴近金士百；亲眼见证产品酿造的道工序，体验金士百；品尝刚下线的芳香酒体和金士百纯生啤酒的魅力及亲和力。让体验者惊呼：哇！原来金士百生产的纯生啤酒才是世界顶级的真正绿色纯生啤酒啊……此刻，金士百纯生啤酒虽已达登峰造极之境，但金士百人却没有忘记自己的使命。为此，他们更加严格要求自己的行为，诚实做人、诚信立企，真抓实干、仔细从原料选用上抓起，凡不符合国家绿色食品标准的原料一律不准用来生产绿色纯生啤酒。如今，每一个金士百人都敢拍着胸脯，骄傲地对世人说：“我

们的金士百绿色纯生啤酒，是经过国家绿色食品认证的绿色食品，是中国绿色纯生的领导品牌，是一个实实在在的、真正为消费者负责的绿色品牌。”

董事长卢宪臣面对金士百啤酒公司取得的成就不无感慨地说：“当年(1985 年)我们仅用 8 个月就建成了年产 2 万吨的啤酒厂”。这在国内啤酒企业创建史上可以说是一个史无前例的奇迹。而后，我们又经过了近 10 年的快速发展，成长为年产 30 万吨的大型现代化啤酒生产企业，这仍是一个了不起的飞跃！跨入 21 世纪后，我们金士百啤酒迎来了高速发展时代，从 2004 年我们金士百纯生啤酒荣获第十一届中国食品博览会金奖后，我们金士百就如草原上的骏马一样，在关东大地上任意飞奔，还冲出了国门，出口韩国。金士百纯生啤酒的产量早已突破了公司总产量的 55%，远远高于国内同行业水平，成为中国纯生啤酒生产量第一企业。更可喜的是，金士百纯生啤酒已经成为东北百姓餐桌上最畅饮的品牌。”

金士百啤酒的一次次创新飞跃，推动了企业的快速成长和纯生啤酒产业的跨越。在绿色主旋律上引领了中国纯生啤酒的主流，掀起了一场时代的革新。经过多年的努力，金士百啤酒

公司已建设成了花园式工厂、宾馆式车间及生态文明企业。绿化环境得到了社会各界的高度赞誉，并得到了中国酿酒工业协会给予的“一流的厂容厂貌”的高度评价。2011 年 4 月 26 日，“金士百”商标被吉林省授予“最具发展前景的十大商标”。金士百啤酒公司以“绿色酿造、做优做强”作为新时期的经营战略，以打造行业绿色品牌，倡导中国啤酒企业绿色理念，建立绿色环保、低碳经济，成为勇于承担社会责任的示范性龙头企业。

董事长卢宪臣说：“金士百纯生啤酒的绿色升级不仅是纯生啤酒品质的升级，更是新时期金士百公司积极贯彻实施《食品安全法》的最好承诺和保证，是推动食品安全的重要举措之一。同时也符合金士百公司的产品规划和绿色生产、绿色消费、绿色发展三位一体化的战略目标。金士百绿色纯生啤酒，顺应了时代的潮流，也符合市场的需求。金士百公司作为一个有作为、有发展的企业，树立绿色理念、生产和销售绿色食品、创造绿色环境、担负起绿色、安全、节能、环保的社会责任，是对科学发展观负责，是对社会可持续发展 and 广大消费者负责，是对企业自身负责。”

金士百啤酒走产业报国之路

卢宪臣是著名的创业领军人物，骨子里至今仍保留着农民身上的纯朴和善良，“责任高于能力”，这是卢宪臣的座右铭。卢宪臣说：“我从事的都是食品加工企业，关乎百姓健康，责任重如泰山”。他还说：“善待员工，关注民生，企业家责无旁贷”。卢宪臣是这样说的，也是这样做的。采访中，企业员工告诉记者说：“卢宪臣是位讲诚信、令人感动的领袖人物。有一年我们到了销售旺季，生产人手不够，车间主任就建议工人加班。卢宪臣严肃地说：‘员工身体健康是最重要的，宁可招季节工，增加成本，也不能让员工疲劳作业’。这句温馨的话语令我们至今难忘。”从此，人性化先例在金士百啤酒公司得到了继承和

延续。而从这句普通的话语里，也让员工们感受到了一个有责任心的企业家对社会、对员工的责任。创业至今，他的企业越做越大、知名度越来越高，他将企业当成了自己的儿女，精心呵护、备加关爱。鉴于他为国家和对社会做出的突出贡献，他获得了全国劳动模范、全国五一劳动奖章、全国优秀乡镇企业家等多项殊荣。不仅如此，他还是全国最大的 500 强企业榜内“红嘴集团”的创始人之一，任副总裁、并担任金士百啤酒公司、新天龙酒业公司和宏宝莱饮品公司 3 家企业的董事长。他领导的这三家大企业在全国均有着非凡的影响力和竞争力。其中“金士百”纯生啤酒以产量占公司总产量的 55%成为中国纯生啤酒产量之最。“宏宝莱”饮品誉满大江南北。“新天龙”酒业已跻身全国酒精行业的前三地位，是国家农业产业化龙头巨企。同时，卢宪臣还担任中国啤酒协会副会长，连续三届当选为市人大常委会委员和吉林省人大代表。金士百啤酒公司始终是地方纳税大户，年上交税金超过亿元。

卢宪臣领导的三家企业总资产已达 40 亿元，年产值 38 亿元，年利税 4 亿多元。仅安排农村和城市下岗职工就业就达 8000 多人，带动农民增收 13200 万元，为解决我国的“三农”问题做出了突出的贡献。还有更让金士百人自豪和骄傲的，那就是金士百人经过不懈地努力，付出的汗水有了收获，在全国绿化委员会表彰“全国绿化模范单位”的决定中，金士百啤酒集团公司被授予“全国绿化模范单位”荣誉称号，成为中国酿酒行业唯一一家获得此项殊荣的企业。

纵观金士百的创新发展历程，每一步跨越都是超越！从当初的 2 万吨起步，到今天 80 万吨的全国领军，金士百人用浓墨重彩书写了中国啤酒史上的强军奋进史，描绘了一幅关东大地上可歌可赞的盛世画卷！金士百人正高举领军大旗，意气风发、斗志昂扬、阔步疾行，迈进中国最知名品牌企业的先锋队列中。

【中国创业领军人物】专栏主持人:赵长远 15144668118

与五粮液同宗同源、一脉相承的尖庄酒以走低价位的路线成功掩护五粮液冲到了中国白酒第一品牌，而尖庄在广大消费者心中也成了白酒市场的长青树。如今，其正打造与五粮液同工艺同原料同配方同窖池生产尖庄酒的升级版。

五粮液“百年尖庄”以卓越品质走红市场

□本报记者 王剑兰 王道海

1915 年首获巴拿马万国博览会金奖，2002 年又在巴拿马第 20 届国际商展再获白酒类唯一金奖，相继在世界各地的博览会上收获数十枚金奖，铸就了近百年国际金牌不倒的辉煌业绩；在国内则四次蝉联“国家名酒”称号，获评首届中国“十大驰名商标”，在业界唯一两度荣获“全国质量管理奖”，并在第 50 届世界统计大会上荣获“中国酒业大王”称号……

这样一个中国白酒新时代的典范，不仅仅属于五粮液，也同属于与五粮液同宗同源、一脉相承、携手发展、共同铸造了五粮液百年辉煌的尖庄酒。自“五粮液”之名 1909 年问世，悠悠盛名一个世纪时，2009 年，凝聚着五粮液股份公司的荣誉和心血，肩负着尖庄品牌价值回归重任的“百年尖庄”系列纪念酒，正式荣登中国名白酒殿堂！

“尖庄”前身为“提庄大曲”。“尖”，顾名思义就是拔尖、顶尖、第一、最优秀之意。其实，从五粮液还是一个小酒坊的年代起，就只产两种酒：五粮液和尖庄。

作为五粮液酒厂的拳头产品和支柱品牌，尖庄酒与五粮液同工艺、同原料、同配方、同窖池生产——她以传统的酿制工艺与现代科技相结合，基酒采用五粮液公司优质酒，成酒均经五粮液勾兑大师反复调制，既保留了原来特有的醇厚口感，又增加了口味的细腻和层次感，具有窖香浓郁、绵甜醇和、入口爽净、回味悠长的独特风格；且饮后不上头，不刺喉，不口干，味醇尾净，酒体丰满，实乃纯粮酒之经典。历经发展，尖庄形成了类似于五粮液的品牌优势、产品优势、资源优势、资本优势，成为了消费者最喜爱的品牌之一，几十年来都荣踞中国百姓酒第一品牌，喝尖庄曾一度成为身份和地位的象征。1992 年至 1994 年间，尖

庄更是在德国、法国、英国、美国、日本、新加坡、俄罗斯等的国际酒类博览会上多次获得国际金奖和特别金奖，无形资产高达 30 多个亿。

五粮液集团实施品牌战略以来，尖庄酒以走低价位的路线成功掩护五粮液冲到了中国白酒第一品牌，而尖庄在广大消费者心中也成了白酒市场的长青树。随着中国市场消费水平的提高，五粮液的发展重点开始向中高档产品转移和集中，作为五粮液酒厂百十年来的老品牌和五粮液系列产品中最具知名度的老产品，尖庄也到了必须向中高价位突破的关键时刻。2009 年五粮液百年华诞时，五粮液·百年尖庄纪念酒应势而生，使其作为中国酒业大王的百年纪念酒，肩负起尖庄品牌价值回归的时代重任。

为了使“老尖庄”焕发青春，完成尖庄升级的历史使命，打造中高位的尖庄升级版，五粮液集团对百年

尖庄寄予厚望并给予了大力支持，从内到外均对老尖庄进行了全面的提高和整体的升华——五粮液百年尖庄纪念酒以精选高粱、大米、糯米、麦子、玉米五种粮食为原料，以“包包曲”糖化发酵剂，经过“酿造”、“陈酿”、“勾兑”、“检测”、“包装”而成。并且在档次上与五粮液拉近，形成高、中高、中三个档次，分为窖藏、御鉴和陈酿三个级别；在酒质上进行大幅提升，既保留了原来特有的醇厚口感，又增加了口味的细腻和层次感，成功地将产品提升到了中、高档层次，受到业内专家的一致好评。而在包装上，百年尖庄不仅蕴涵传统五粮液大气端庄的气质，还兼具新颖时尚的风格。五粮液还支持筹建了“百年尖庄纪念酒全国营销中心”，推出了颠覆传统白酒营销模式的新策略，成为百年尖庄迅速走红大市场的要因之一。

尖庄的百年成名史造就了有着千年传承溯源的卓越品质，尖庄的卓

越品质延续了享誉古今的宜宾美酒；中华酒文化，百年尖庄酒，有着多么令人神往的吸引力！短短两三年时间，享誉全球的尖庄回来了！源于尖庄、优于尖庄的百年尖庄纪念酒诞生后，正在大跨度地走向全国和世界大市场，也定将更好地造福于喜爱她钟情于她的亿万莘莘民众！

【背景资料】

尖庄溯源

与五粮液一样，尖庄的历史可以追溯到一千多年前。沿革演变到 1951 年，千百年的作坊式生产接近尾声，在政府的组织下，千年酒城宜宾的数家老糟坊联合成立了大曲联营社，生产五粮液、提庄、尖庄大曲。从此，尖庄便开始了与五粮液共创辉煌的联袂发展。

