

泸州老窖 力争厦门白酒 消费的“领头羊”

在厦门发展颇为突出的泸州老窖，有意将泸州老窖百年品牌打造成厦门白酒消费的“领头羊”。在厦门刚落下帷幕的中国糖酒食品经销商发展论坛上，泸州老窖集团博大酒业公司总经理李小刚专程来厦门，与经销商厦门银海玉工贸有限公司共同探讨拓展白酒市场。

做大泸州老窖厦门市场

作为业绩突出的泸州老窖代理商，厦门银海玉工贸有限公司表示，从2009年起，泸州老窖在厦销量每年翻番，市场份额逐年扩大。今年4月，公司与博大酒业联手，在厦门喜来登酒店成功举行“泸州老窖金奖特曲盛世起航”发布会暨品鉴会。厦门银海玉工贸有限公司总经理陈立源表示，有信心。他说，20年来厦门的酒类消费经历了三个不同阶段，上世纪90年代是白酒消费旺盛的十年；2008年，厦门的洋酒和葡萄酒消费兴起；随着国酒文化复兴，近几年厦门出现了回归白酒消费的趋势，特别是知名品牌白酒热销。

为此，陈立源信心满满地表示，未来，银海玉工贸还将与博大联手，致力于打造百年白酒文化，逐步提高泸州老窖在厦门乃至海西的高端品牌形象，争当白酒行业“领头羊”。泸州老窖金奖特曲系列白酒，在中高端酒楼已普遍作为宴会用酒，赢得厦门消费者的认可。未到中秋佳节，已收到很多集团客户的预约接洽。陈立源很有信心地判断，面世不久的泸州老窖金奖特曲，将在厦扩大中高端白酒市场的份额。

“国宝级”酿酒资源 造百年香酒

之所以泸州老窖能够在厦门“异军突起”，李小刚对记者讲述了它的故事。被联合国粮农组织认定为“北纬28度，地球上最适合酿造优质纯蒸酿酒生态区”的泸州老窖酿酒窖池，拥有得天独厚的资源和酿造技术，四百年来源源不断地酿造出醇香浓郁的白酒。继1915年荣获巴拿马博览会金奖后，泸州老窖旗下博大酒业营销有限公司再度起航，在盛世背景下以酒文化传承创新者的形象，主推今年研发调制的特曲系列新品——金奖特曲。博大酒业通过快速扩大泸州老窖中低端产品的销售规模，2010年实现销售收入17亿元，2011上半年已突破20亿元，并计划在2015年实现销售收入120亿元。

目前，泸州老窖金奖特曲销量喜人，已数次出现供货不足的现象。李小刚坦言，金奖特曲在厦门的销量直线上扬，远远超出了公司的预期，集团将进一步扩大产能，满足市场需求。

(糖酒快讯)

沉寂已久的“板桥”又现曙光。6月27日，景芝酒业与板桥酒业战略合作暨新品上市新闻发布会在潍坊钧瀚国际大酒店举行。这是推动板桥酒业振兴的一项战略性举措，对抱团发展、振兴鲁酒、强势作为具有重要意义。

大力发展鲁酒的强势品牌和龙头企业为目标，才能加快鲁酒产业振兴步伐。根据山东省政府《关于振兴鲁酒发展调整指导意见》和潍坊市政府《关于推进企业兼并重组的通知》精神，2011年，景芝酒业站在振兴鲁酒的战略高度，抓住契机，伸出重组合作之手，景芝选择了板桥，板桥选择了景芝，踏上了战略合作之旅，这是景芝与板桥发展史上一个重要里程碑。

作为中国最早的国有白酒企业，景芝酒业有着5000年的历史文化，拥有先进的管理理念和营销理念，品牌优势突出，发明创造的中国芝麻香型白酒成为振兴鲁酒的王牌。特别是近年来，景芝酒业高擎引领鲁酒振兴的旗帜，以市场营销突破为引领，以



品质、品牌和文化建设为支撑，走高端化品牌营销之路，进入了一个健康快速发展的时期，名列潍坊市百强工业企业前30强。景芝和板桥战略合作正式启动以来，成功导入景芝酒业的先进理念、酿酒技术、包装技术和营销理念，酿酒技术和酿酒基础设施得到全面提升，内部管理和市场推广

等工作正在推进中。

借助“景芝”品牌优势，做强做大“板桥”品牌是战略合作的重要工作。景芝和板桥以培育主导品牌为突破口，对原有产品结构进行优化整合，努力打造新板桥、新形象、新品位。最新推出的板桥酒坊、和顺板桥、板桥窖三大系列新品，刷新了板桥酒业无

凭借“景芝”优势 筑牢“板桥”根基

“景芝”与“板桥”战略“结婚”

主销产品、无主销区域、无固定网络的现状，必将为板桥品牌的塑造和提升起到决定性作用，也标志着景芝和板桥战略合作进入一个崭新阶段。

通过以上举措，力争在近几年内将“板桥”打造成鲁酒强势品牌，使“景芝”与“板桥”真正构筑中心城市

(东 轻)

【背景资料】

A 景芝酒业

山东景芝酒业股份有限公司是中国重点酿酒骨干企业，位于“齐鲁三大古镇”之一的景芝镇。1948年，集72家烧锅作坊于一体创立国营企业，1993年改为股份制企业。目前，公司已形成了以酿酒为主，热电、酒精等多元化发展新格局。

企业先后荣获全国轻工系统先进集体、全国食品工业优秀企业、全国食品行业质量效益型先进企业、中国白酒百强企业、全国重合同守信用企业、AAA级信用企业和全国消费者满意

单位等称号。中国白酒工业百强企业，全国重合同守信用企业，全国酿酒行业AAA级信用企业和全国消费者满意单位等称号，曾连续10年跨入中国500家最大工业企业和500家最佳经济效益企业行列，被评为中国酿酒行业劳动关系和谐企业，中国酿酒行业“双百强”企业和中国酒文化百强企业。以传统产品景芝白乾、主导产品景阳春、创新产品一品景芝为代表的三大系列品牌，荣获殊荣连连。

B 板桥酒业

山东板桥酒业有限公司成立于2000年9月，公司坐落于美丽的世界风筝都——山东潍坊。山东板桥酒业有限公司生产“板桥”、“坊子”两大品牌白酒，坊子白酒连续三届十年蝉联酒类最高奖——国优银牌，板桥酒是中国最有代表性的文化名酒，获得布鲁塞尔世界金奖，“板桥”商标是山东省著名商标。公司通过了ISO9001国际质量体系认证。板桥酒以过硬的内在质量赢得消费者的青睐，多年来，在市场调研中，板桥酒的顾客满意度一直保持在98%以上。

近年来，公司先后研制开发了郑板桥系列酒、金板桥系列酒、板桥宴系列酒、板桥怪系列酒、聪明、糊涂系列酒、板桥年份系列酒。板桥酒业的前身是1948年成立的坊子酒厂，2003年改制成立山东板桥酒业有限公司。近几年由于管理经营理念滞后，加上市场布局不合理，板桥酒业发展曾遇困难。

王国春正式卸任 五粮液挺进“唐桥时代”

发展酱香型白酒成为领导班子下一步的重要战略



现年65岁的王国春被誉为五粮液的“灵魂人物”。对五粮液来说，1985年是具有重大意义的一年。就在这一年，王国春开始出任厂长。在他的带领下，五粮液从一个地方中等规模的国有企业变身成为国内白酒业巨头。但近年来年龄问题却成为

1946年出生的王国春始终不得不面临的难关。

早在2006年，王国春就达到退休的敏感年龄。而2007年时任宜宾市主管工业的副市长的唐桥被空降

春仍保留集团董事长的职务。2009年底，恰逢王国春任期届满，但他并未如外界猜测一样正式隐退。

随着政府网站上公布了任免通知，这一人事悬念终于落地。唐桥2007年走马上任后，曾对五粮液先后进行了3次解决关联交易的大手术，并已剪断集团对五粮液的托管关系。此次上任后，如何更好解决上市公司和集团公司间的关联交易，业界对此也颇为期待。

业内人士分析，除了解决关联交易以外，发展酱香型白酒也是唐桥领导班子下一步的重要战略。今年4月22日，唐桥曾在五粮液股东大会上表示，“我们要把浓香型白酒和永福酱酒打造成五粮液的两个轮子，但很明显，现在酱酒这个轮子还太小了，需要强力使其壮大。”

(胡沛 张亦帆)

劲牌 建成国内最大小曲酒基地

小曲原酒年产能由此一跃升至7.5万吨

7月6日，劲牌原酒生态园四期枫林酒厂正式落成投产，这是目前我国最大的小曲原酒生产基地。

甘泉出佳酿，好水酿好酒。为提升产品品质，从2000年开始，劲牌公司投入巨资和人力物力寻找适合酿造优质小曲原酒的纯净水源。10年来地质专家和水质专家们几乎跑遍了鄂东南的每一座山脉、每一

个湖泊，最终选定深藏于幕阜山脉的七处天然溶洞泉水。据劲牌公司副总裁夏振千介绍，该公司的四期原酒生态园均依山傍水而建，依托这些纯正优质的水源，劲牌公司全线产品才拥有了独特而优秀的品质。

枫林酒厂的投产将助推劲牌公司跃上新台阶。据介绍，近年来国内保健酒市场每年保持30%的快速

增长，劲牌公司原有的生产规模已无法满足市场需求，小曲原酒越来越成为制约劲牌公司未来发展的资源瓶颈。2007年11月，劲牌公司依托位于阳新县枫林镇的翟湾泉和座溪泉两处泉水，开始兴建原酒生态园四期。该厂总投资达8亿余元，占地面积达500亩，年产能高达5万吨，比前三期总产能翻一番。劲

牌公司小曲原酒年产能由此一跃升至7.5万吨，成为我国最大的小曲原酒生产基地。

据介绍，枫林酒厂在设备方面达到了机械化、自动化、信息化，其全机械化的生产操作更开创了小曲白酒酿造之先河。

(黄石日报)

青啤啤酒：用“金蓝领”守望“金品质”

□ 慧 闻

青岛啤酒，这一凝聚了时光流年与百年风霜的百年品牌，在“百年归零”和“新鲜度管理”的品牌战略指导下，年轻而时尚的青啤越来越彰显其生命活力。在这个团队中，以编号0010130进入青啤公司的于江虹，现在已经是名副其实的“金蓝领”和青啤的专业技能“宝贝”。他说，这个胸牌，到2011年10月他将正好佩戴了20年。

“酿造状元”于江虹 20年磨一剑锻造“金蓝领”

前不久，青岛市第十一届职业技能大赛总结表彰大会隆重举行，青啤公司获得团体组织奖，十数位员工以

优异的成绩折桂“工种状元”和“技术能手”，于江虹就是其中的一位。忆起当日获奖的情形，工作中严谨认真、生活中略显内秀的于江虹仍然抑制不住内心的激动之情。

2008年，于江虹在青啤公司举办的职业技能大赛中取得了酿造工种的“状元”称号；2009年，其被评为青岛市“首席技师”，并享受政府每月1000元的特殊津贴；2010年，他再次获得青啤公司和青岛市职业技能大赛酿造工种的“状元”称号。能取得今天的成绩，并受到公司和社会的如此重视，是20年前刚进青岛啤酒厂的那个毛头小伙万万想不到的。

20年，弹指一挥间。当年的毛头小伙，现在已经成长为成熟、稳重、拥有一技之长的专业技术人才，并附加了工厂的骨干力量、家庭的顶梁柱、所

在工种的技术能手、青岛市首席技师、待遇优厚的金蓝领等等符号。说起在青岛啤酒的成长经历，朴实的于江虹告诉记者，要感谢青啤公司培养了自己，感谢职业技能大赛为一线员工提供了展示与交流的平台。“我们团队365天每天都在重复“糖化流程”的每一个批次，除非机器故障或大修，期间从未间断过，所以我们部门的聚会从来没有大团圆的时候”，于江虹笑言。当然，他也已经记不清到底有多少个夜晚，因为机械故障，与团队一起彻夜不眠。

据介绍，2010年，青岛啤酒厂单条糖化线刷新了历史纪录，年产量达到了历史新高，在不增加生产线的情况下，于江虹的团队通过工艺优化、设备优化和员工操作优化等“挖潜”举措，达到了设备利用率的最大化。

经过三届职业技能大赛，共有

890名青啤员工取得了国家相应职业资格，而青啤公司为此累计拨付专项奖金及津贴10281万元。已经两届蝉联酿造工种“状元”的于江虹说因为上届自己是冠军，所以这届感觉很有压力，不论是在理论上，还是实操方面，都进行了积极准备。

青啤员工不是成本是资本

作为行业领军企业，青啤公司对于企业如何能更好的吸引人才，如何用机制留住人才，如何能最大限度的为人才提供财富力、健康力、情感力、学习力等交织而成的幸福力？有着自己深入的理解和践行。其认为：从企业内而言，技能人才是企业的核心竞争力，员工已成为企业能否持续成长、永续发展的关键。

对于公司斥巨资打造的这一以赛促训、以训促学的竞技平台，姜宏女士对记者表示：“在青啤看来，员工是企业的第一资源，投资员工，便是投资企业的未来。如何培养员工不断提高职业技能和职业素养？是企业的所有经营资源中，最具能动性、创造性的一个维度，他们是能够不断增值、不断为企业创造新价值的源泉和动力。”

青啤公司以责任先行的理念作为企业持续发展的前提，认为企业与员工之间是良性互动的和谐关系，通过做大“企业”把“人”做大，通过做大“人”把“企业”做大，是青啤公司持续、健康发展的辩证法，亦是青岛啤酒100多年来的一贯追求，特别是在其实施国际化战略的过程中，更是将与人才共成长提升为企业的“第一要务”，不断创新人才理念与战略。

洋河股份荣膺 上市公司 三项大奖

6月22日，在由中国最具影响力的财富管理媒体《理财周报》发起主办的中国最具权威的上市公司评选活动中，洋河股份荣获“2011中国中小创业板上市公司最佳董事会10强”、“2011中国上市公司创造价值最快董事会10强”和“2011中国上市公司最具价值总裁”三项大奖。

洋河股份总裁、苏酒实业董事长兼总经理张雨柏应邀出席了在深圳举行的“2011中国上市公司董事会价值管理论坛暨2011中国上市公司最佳董事会颁奖典礼”，并作了《穿越生命周期，坚持打造核心竞争力》的主题演讲。

“中国上市公司最佳董事会评选”，是《理财周报》于2008年发起主办的中国最具权威的上市公司评选活动，至今已成功举办四届。

每届评选，组委会都会邀请专业机构和行业专家组成评审团，从资本回报、战略管理水平、董事会治理、社会责任和市值管理五大指标体系，对中国上市公司董事会价值进行客观的分析和评价，旨在打造上市公司法人治理下的坐标体系，探索董事会运作效率与结构，推动中国上市公司董事会自身建设和上市公司可持续发展。

颁奖典礼上，张雨柏发表了演讲，他表示，任何一个产业、任何一个企业都要打造自己的核心竞争力；洋河股份对品质的要求不是纵向比，而是在同样一个价位的市场里，我们的产品要做得更好，更能满足消费者的品质需求，在这方面，我们一直敢于超越，不断提升企业发展的平台。

张雨柏还在演讲中表达了公司在不断打造两个增长极、继续向高端化和全国化迈进的决心。他的演讲博得了在座嘉宾的强烈共鸣和阵阵掌声。

(尹爱玲 张华楠)