

“偏瘫”的蔡宏柱为什么能站立起来？

——蔡宏柱的毛泽东情结
八大探秘(三)

□ 本报记者 许强

2001年秋天的一个中午,刚开完圆桌会议的蔡宏柱急急忙忙地跑回家,当掏出钥匙打开家门的一瞬间,他感觉天昏地暗,血压突然升高,神经机能发生障碍,视野开始模糊,腿脚无力不听使唤,蔡宏柱控制不了自己的身体,恍恍惚惚倒在地板上,身体右侧完全失去知觉。

经过诊断,蔡宏柱得了中风。那一天,蔡宏柱的人生旅途蒙上了瘫痪阴影,最坏的结果就是蔡宏柱要退出江湖,在轮椅上度过余生。

突然间,稻花香犹如正在航行的巨轮失去了舵手,一下子失去了前行的方向,开始在苍茫的大海中随风飘荡,任凭海啸和巨浪拍打而不知所措。

一些“人才”看见稻花香前途渺茫,失去了耐心,纷纷另攀高枝;有的甚至釜底抽薪,带着稻花香的“战略机密”去讨好稻花香的竞争对手;那些曾经千方百计到稻花香拉广告的、推销的也一下子作鸟兽散。2002年,稻花香年销售额由67亿元陡降至28亿元。

蔡宏柱是宁愿站着死也不愿躺着生的汉子。他坚信伟人毛泽东的那句名言“前途是光明的,道路是曲折的”,他勉励自己“下定决心,不怕牺牲,排除万难,去争取胜利”,并严格要求高强度地治疗。

蔡宏柱戒了烟酒和麻辣食品,每天大把大把吃西药,输液,中药,烫水泡脚,上午下午都要扎针,最多的时候十指和全身扎了40多根银针;他坚持走路,从挪动一点点开始,从人扶着到自己走,站立——摔倒,又站立——又摔倒;蔡宏柱把病房、走廊的走步训练改为爬楼梯锻炼,一边走一边念着“下定决心、不怕牺牲”的语录,每级台阶不足20cm高,要爬上一层楼梯比登天还难。蔡宏柱没有气馁,咬紧牙关,以超人的毅力地顽强攀登。

毛主席晚年会见外国友人时最后站起来合影时推开了工作人员的手。这种影像深深地刻在了蔡宏柱的脑海里。2003年,蔡宏柱没有康复完全便投入到紧张的企业建设,下属怕他摔倒,特意搀扶他行走,他总会推开了扶他的下属的手。其实,蔡宏柱需要站起来的尊严,需要给稻花香人信心。

毛泽东军事思想的内容极为丰富。其中“要发扬勇敢战斗、不怕牺牲和艰苦奋斗的优良作风”是主要内容之一。毫无疑问,蔡宏柱是一个非常顽强的坚定的勇敢的男人,他从瘫痪中站起来了,立刻投入到战斗中,他一瘸一拐地指挥千军万马整合市场,他站立后的六年,可谓是“鹰击长空,鱼翔浅底,万类霜天竞自由。”每年上交利税都在翻番,稻花香的裂变印证了伟人的诗词——“换了人间”。

蔡宏柱站立起来了,站立在二十一世纪白酒业刺骨的寒风中,这让世人又看见了稻花香最美好的景象——喜看稻菽千重浪,遍地英雄下夕烟。也让许多联想到毛泽东在69岁生日所作的《七律·冬云》

高天滚滚寒流急,
大地微微暖气吹。
独有英雄驱虎豹,
更无豪杰怕熊黑。

恰如乐观明朗的毛泽东诗词一样,蔡宏柱在逆境中的泰然站立,他的意志像太阳一样绽放着光明和希望,毫无伤感压抑之感,充满豪迈的乐观主义情怀。

七年“心病”一朝“除尽”——张铁山谈金星产权改制妙手回春术

经过六七年的漫长蛻变,8月底,金星啤酒集团完成改制。9月17日,金星啤酒集团董事长张铁山首次披露这场长达六七年的产权改制彻底完成,至此,金星啤酒摆脱了长期以来困扰其发展的产权问题。据河南商报报道,对于金星集团来说,改制才是变革伊始。

谈改制
从集体变成民营,
成本相当高

随着奥克、维雪、悦泉、月山等豫啤品牌纷纷被雪花、青岛等啤酒巨头收至麾下,目前仅剩金星啤酒独扛豫啤大旗。因为产权不清晰,金星啤酒曾让多家想与之合作的风险投资机构 and 世界啤酒巨头望而却步,有业内人士分析,金星啤酒因此而错过了最好的上市时机与发展机遇。

如今,金星似乎可以甩掉发展中的“包袱”了。9月17日,在中原企业内刊联盟首次座谈会上,作为东道主的金星啤酒掌门人张铁山,完成改制后首次开口与媒体交流。

“金星集团改制,今年8月30日就已经完成了,过程十分艰难。但现在人员界定和物资转移都已完成,资产也已经重组,集体所有制的企业性质完全转变。”谈及这场持续了六七年的企业战略难题,张铁山并非如释重负。

因为对于他来说,改制最大的感受,就是“难”。“改制成本相当高,付出代价也很大,一些设备、器材几

乎是原价又买回来的。”张铁山说,改制过程十分复杂十分艰难。

不管如何,金星还是突破种种困难,改制成功。张铁山说,这次改制很彻底,改制之后完全是民营性质。接下来内部还要转变成股份公司,研究内部股份分配问题。

谈竞争
一吨啤酒的销售
费用直追生产成本

河南是国内啤酒销售第一大市场,金星啤酒在这个巨大的市场中,占有率高达90%。

然而2010年以来,国内啤酒巨头纷纷踏足中原,争夺被称为国内啤酒市场最后一块奶酪的河南市场,如雪花啤酒全资收购悦泉啤酒;青岛啤酒收购维雪;燕京啤酒投资2.27亿元收购河南月山啤酒;百威英博啤酒27亿元建百万吨啤酒项目;华润雪花在2700万元收购河南悦泉啤酒后,如今又追加32亿元在河南扩产。

河南本土市场的四大啤酒品牌纷纷沦陷,仅剩金星独撑门面。“今年金星集团总销售额较去年递增6%,估计激战会在明年。”张铁山说,金星已经做好迎战的准备,一方面通过产品升级,打造更优质、更好喝的金星啤酒来增强品牌吸引力;另一方面苦练内功,提升员工综合素质和服务水平,完善企业的售后服务。

谈拓市
脚步可能会放慢一些

改制成功,意味着金星啤酒将甩掉多年的体制包袱,走上快速发展之路。

不过,近期金星的全国拓展步伐都将放缓。“发展当然是要做的,但是脚步可能会放慢一些。因为刚刚改制完成,企业还需一个适应的过程。只要过了这一阶段,发展步伐就会加快。”张铁山说,金星现在在省内外开有17家分厂,改制完成后,短期内不会发展太快。

(据河南商报)

新闻点睛

产权不清和家族管理
金星必须过的“坎”

金星啤酒的前身是郑州市东风啤酒厂,成立于1982年。1984年,东风啤酒厂负债累累,濒临倒闭,于是东风大队决定把啤酒厂承包出去。

1985年1月,张铁山承包了东风啤酒厂,改名金星啤酒厂。从1992年到1998年,金星的生产线增加到了11条,啤酒产量也从1万吨跃至30万吨。郑州金星啤酒厂也变成了河南金星啤酒集团有限公司。

2005年,金星啤酒完成“中国金星啤酒集团”的工商注册,成为一个全国性集团。然而,当中国啤酒行业整体进入“资本+品牌+整合”发展阶段时,金星啤酒的产权不清晰和家族管理,成为企业飞跃式发展面临的瓶颈。

投资回收期7.22年。

液态奶项目成为发展重点

豆奶粉是黑牛食品现有最大一块业务,上半年实现营业收入1.97亿元,占营业收入的比例54%。尽管豆奶粉业务是公司的重点,但是近年来发展较为缓慢。首先在产能方面2008-2010年公司豆奶粉产能维持大约35万吨左右,在IPO募投项目中才新增液产产能和揭东技改新增产能分别为1.5万吨和7200吨,将在今年三季度投产。

另外除了产能受制约外,近年豆奶粉行业景气度也不佳。而相对于豆奶粉的行业困境,液体豆奶景



延伸阅读 Yanshen Yuedu

金星啤酒谋划上市如箭在弦

● 本报记者 李代广

“金星改制工作目前已全部完成,相关企业名称、证照变更程序正在启动”。9月17日,中国第四大啤酒集团——金星啤酒集团董事长张铁山向记者透露。

金星改制结束,对其实施企业体制改革、优化运营机制、开通融资渠道、获得更为充足发展后劲具有强势的“夯实”作用。“改制只是第一步,接下来,我们考虑通过选择合适的形式和时机筹备上市。”金星啤酒集团有关人士介绍。

“金星作为河南第一、中国第四的全国性啤酒生产企业,尤其是在全国建设了17个子公司,如何保障

资金链高效运行,是摆在金星面前的一道考题。融资是一个很好的解决办法,而改制恰恰是金星实现渠道融资的途径。”

该人士预见,“无论何种形式的资本对接,带给金星的不仅仅是大笔资金,同时还将带来市场、技术和先进的管理理念。”

记者从有关渠道了解到,企业上市需经过改制阶段、辅导阶段、申报材料制作及申报阶段、股票发行及上市阶段等基本流程。如企业选择在境内上市,必须经历综合评估、规范重组、正式启动三个阶段。

金星啤酒是否在资本市场上市?在哪个市场上市?我们拭目以待。

2.98 亿设子公司

黑牛挺进液体奶

9月20日,黑牛食品公告表示,拟在广州市黄埔区云埔工业园设立全资子公司,实施大豆多肽饮品项目,项目投资共2.98亿元。

液体饮品项目上马

在本次2.98亿元用于广州设立全资子公司中,包括使用超募资金7200万元,募集资金利息800万元,企业自筹2.18亿元。成立的子公司经营范围包括,液体饮料(蛋白饮

料类)加工、销售、食品用PET瓶加工,自产产品所需的原材料和农副产品收购。

黑牛食品表示,根据公司在液体饮品领域的生产基地布局和中长期规划,本次在广州设立子公司用以建设大豆多肽饮品项目的厂房、仓库及其他配套设施,以提高公司在液态饮品领域的产能和市场占有率,提升大豆饮品的规模效应。在上述项目建成投产后,黑牛食品预计年产量90000吨,产值4亿元。静态

习酒质检工会开展白酒品评劳动竞赛

本报讯 为了加强质量管理,不断提高产品质量和服务水平,牢固树立“质量就是企业生命”的质量意识,近日,习酒质检技术工会在质检中心尝评室开展了白酒品评劳动技能竞赛。

赛前,公司总经理助理向祖祥作了动员讲话,他说:本次赛事当作一次技术练兵,希望各参赛人员通过竞赛得到锻炼,大家要放下包袱和压力才能赛出水平,赛出风格。活动由公司工会女工委主任钟

方娥、尝评班班长吕相文负责。

本次竞赛活动由质检中心15位尝评员参加,主要对公司现有产品质量差异、产品结构形式、风味特征等情况进行品评。经过近3个小时,6个轮次的白酒品评角逐。

质检中心尝评员钟明花获本次赛事一等奖。何开萍、陆小刚获二等奖;袁莺、罗敏、袁贵刚获三等奖。

(中财)

(侯春燕)

经销商“抱团”拯救绍兴酒行业

作为“酒乡”,绍兴地区的酒类经销商有多少家?几百上千家。可此前,这些经销商都是各家自扫门前雪,各做各的生意。而近日,绍兴市越城区商贸酒业协会成立,这是绍兴首个酒类经销商协会,意味着从此以后绍兴地区的酒类行业有了自己的家。由政府做红娘牵线搭桥,借助产业整合力量,以后绍兴的酒类行业将抱团突围。

“酒乡”绍兴是个酒饮消费大市

绍兴人一天要喝多少酒?没有人估计过。但可以肯定地说,作为“酒乡”的绍兴,除了是黄酒生产基地,同时也是酒饮消费大市。数据显示,市区和绍兴县两地绍兴黄酒年销售额就达4亿多元,成为全球范围内人均黄酒销量最大的地方。

而不仅仅是黄酒,这几年来酒类行业多样化发展,红酒更成了必

争之地,街头各种形式的红酒庄犹如雨后春笋般冒出。红酒市场行情之好从绍兴红酒经销商数量可见一斑。今年5月份工商部门对全市红酒市场进行集中整治时,共检查相关企业、经营户842家,其中以酒庄登记的酒类经销商很多。业内人士表示,仅市区范围的几条大街上,新冒出的红酒专卖店、销售商就有上百家。

另外,啤酒一直是年轻人喜爱的消费品,目前在绍兴市场上的销量也比较稳固。数据显示,以24瓶装/箱计算,绍兴人每年喝掉的啤酒达400多万箱。由此可见,这几年绍兴市场的酒类行业呈现一片欣欣向荣的景象,成为该市消费品市场的活跃分子。

“假酒”事件差点砸了绍兴酒牌子

“酒类消费市场一片活跃,可前

阵子的‘假酒’事件却差点砸了绍兴酒的牌子。”绍兴市越城区商贸酒业协会会长王国庆说,在竞争中绍兴酒类行业这几年也暴露不少问题。

在激烈的市场竞争下酒类市场早已“暗流”涌动。震惊全国、案值超过20亿元的特大制售假酒案破获,就是一个生动的例子。“售假的形式有很多种,给市场造成了很大影响。”业内人士介绍,假酒现象不同程度存在,一方面是销量大,另一方面是利润高造成,有的甚至改变酒精度来作假。“43度改成53度,很多消费者是分不出来的。”

“厂家无序竞争,酒类消费的模糊性很大。”王国庆说,无序竞争产生的问题是纠纷不断,经销商为了代理权打官司的现象涌现不少。与此同时,不少厂方生产的酒类品牌鱼目混珠。据他介绍,虽然不少酒都是正宗的,但品质却大有学问。即使同一个集团品牌下,品质也天差地别。

质检中心尝评员钟明花获本次赛事一等奖。何开萍、陆小刚获二等奖;袁莺、罗敏、袁贵刚获三等奖。

“市场出现混乱,对消费者选择其实是相当不利的。”绍兴市工商局有关人士说,绍兴成立酒业协会,为的是提高经营理念,抵制假冒伪劣商品。据介绍,随着协会的成立,以后相关部门将持续对绍兴的酒业企业开展培训,并通过协会组织自检和行业自律,提高绍兴酒类的知名度。

王国庆表示,绍兴作为酒乡,之前并没有酒业协会,这一点落后于其他城市。为此,他认为绍兴有必要发起成立这样的组织,一方面在今后的经营中可以正确引导绍兴地区的酒水饮料行业规范经营,同时可以抱团突围,提高绍兴做酒、卖酒的品牌。而更重要的是,通过协会形式,以后将发布更多信息告知消费者如何鉴别真假酒。

(汤桂平)

拓展队员潜能 激发团队合力 古城酒业员工接受沙漠拓展训练

本报讯 近日,第一窖古城酒业有限公司(以下简称古城酒业)特邀奇台县环保局在沙漠林管护站举办了主题为“保护生态环境 弘扬酒业文化”的沙漠拓展训练,共有50余名队员参加了本次活动。

骄阳似火,在茫茫沙海中,炎炎烈日烤灼着两队队员,也挑战着队员们的体能极限。活动以“放飞心情,增进友谊”为目的,以“寓教于乐,强身健体”的方式,先后进行了五公里徒步、沙地排球,知识问答等项目。在五公里徒步活动中,队员们步伐整齐,精神抖擞,志气高昂,向着目标进发。最后,古城酒业酒体部部长陈萍巾帼不让须眉,在50余名男女队员中脱颖而出,第一个到达终点,鼓舞了队员们的气势。

沙摊排球和知识问答等活动更是将此次活动推向了高潮,不仅加强了两队队员之间的相互交流,而且强化了环保知识和酒文化知识,又增进了政企之间和友谊。通过此次活 动,有效地拓展了队员们的潜能,提升和强化了个人心理素质,让团队成员能更深刻地体验个人与企业之间,下级与上级之间,员工与员工之间唇齿相依的关系,从而激发出团队更加高昂的工作积极性和拼搏创新的动力,使团队更有凝聚力。

据了解,古城酒业在发展的同时始终没有忘记丰富员工文化生活,利用业余时间,开展了一系列精彩纷呈的文有化活动,先后举办了“生存大挑战”、“家庭才艺展示”、“岗位练兵”、“百日文化广场”、“青年大学生体验营销”等活动,并连续六年组织优秀员工到疆外参观学习,开阔了员工的视野,转变了观念,激发了员工热爱企业,为企业发展做贡献的决心与斗志。

(周芷伟)