

# 狂飙为我从天落

## ——诠释稻花香进军 500 亿的三大支点

■ 本报记者 许强

### 支点一：八大战略

“稻花香进军 500 亿的支撑是什么？”日前，稻花香集团董事长蔡宏柱面对记者的提问坚定地说：“大力实施‘八大战略’。”蔡宏柱认为，战略决定成败，战略正确，细节执行才会有意义，错误的战略只会导致企业发展南辕北辙、全军覆没。基于这种意识，稻花香人高瞻远瞩，科学论证，先谋后战，制定了“八大战略”，为进军 500 亿提供了有力支撑。

据了解，稻花香人在科学发展观指导下制定的“八大战略”气势非凡，富具稻花香特色。

**一是产业扩张战略，打造 500 亿元产业集群。**目前，集团已在湖北、重庆、贵州、黑龙江、西藏等地投资建设白酒项目，集团成员企业中白酒企业已达 10 家，同时，集团白酒扩张专班正积极与各意向投资地区洽谈合作，今年年底确保新增 10 家酒厂开工建设，到 2013 年共增加 50 家白酒企业。二是加强与农产品加工企业的合作，新增 5-10 家农产品加工企业，提高果蔬、饮料等产品的生产加工能力。三是组建稻花香投资控股股份有限公司，采取收购、合资、合作等方式壮大规模，力争“十二五”期末集团成员企业达到 100 家。

**二是园区带动战略，以五大支柱产业强企惠农。**在全国农业产业化重点龙头企业、湖北省首家过百亿元“农字号”企业的基础上，立足农业循环经济，加快建设以农产品加工为主的工业园，壮大食品产业集群，力争到 2020 年，园区面积达到 15 平方公里，年创产值 1000 亿元，涵盖白酒、绿色食品、粮油加工、种养殖业、肉禽加工、食品包装、日用化工等产业，力争构建全省“四个一批”工程中总量最大的农产品加工园区。

**三是项目支撑战略，构筑“一主多业”的产业格局。**兴建应城 2 万吨白酒生产项目及农副农产品加工基地，投资 3 亿元建设黑龙江稻花香产业园，重庆稻花香酒业、黄冈千年缘酒业竣工投产；推动三峡物流园、贵州毕节项目、稻花香科技工业园二期等一系列项目快速发展见效；计划 5 年投资 75.6 亿元，新上 12 个重点项目，为进军 500 亿元奠定基础。

**四是市场拓展战略，精心布局全国市场。**目前，稻花香在全国网络客户达 50 余万个；稻花香还与邮政储蓄、中百仓储、武商量贩、沃尔玛等展开合作，多渠道开发市场。未来，稻花香将以转型营销模式为重点，不断巩固华东、华中、华南市场，深度开发西北、华北市场，快速开发北京、上海两大核心战略市场，稳健挺进东北三省市场，着力开发沿海和港澳地区，确保企业综合实力进入中国白酒行业前三强。

**五是品牌提升战略，构筑优势品牌集群。**稻花香提出了“驰名商标集群化”战略，现已拥有“稻花香”、“清样”、“关公坊”三个中国驰名商标，以及“林酒”、“三麦”、“千年缘”等一批优势品牌。未来将加快“特妙”、“林酒”申报“中国驰名商标”步伐，形成以“稻花香”为主，“关公坊”、“清样”、“特妙”、“林酒”等品牌为辅的“一主多翼”的优势品牌集群。

**六是科技创新战略，以科技酿酒提高产能，解放生产力。**稻花香坚持“产、学、研”相结合；坚持引进、消化、吸收与自主研发相结合，高新技术产业化与传统产业高新化相结合，信息化与工业化相融合，大力研发具有自主知识产权的核心技术，全面提高企业自动化酿酒水平和信息化管理水平，投资 1.2 亿元湖北省酿酒工业研究院也正在筹建之中。

**七是资本运营战略，服务民间中小企业。**在三峡小额贷款股份有限公司、湖北信达投资担保公司的基础上，成立稻花香投资控股股份有限公司，大力争取组建村镇银行，积极申请发行企业债券，加快培育一家企业上市，进一步做大做强投资担保公司，努力推进银企合作，不断增强企业融资能力。

**八是才强企战略，创建永续发展的人才高地。**以稻花香商学院为基地，加强人才队伍建设。稻花香将在 4 年时间内，投资 5000 万，培养白酒、配套、物流、能源、现代服务业五大产业的 5 个总经理，储备 50 个总经理、



●稻花香集团董事长蔡宏柱

50 个营销总经理、50 个财务总监、50 个行政总监。

### 支点二：名酒品牌

11 月 18 日晚，蔡宏柱与记者促膝深谈，他对挺进 500 亿非常自信，他坚信“稻花香的品牌价值虽是无形的，但蕴含着巨大的核能量，不仅被广大的消费者认知和青睐，也锻造了稻花香的核心竞争力。”

#### 一、168.85 亿元的品牌价值

蔡宏柱告诉记者，6 月 28 日，世界品牌实验室发布了第九届《中国 500 最具价值品牌》排行榜，稻花香以 168.85 亿元进入榜单百强。至此，稻花香已连续九年入选《中国 500 最具价值品牌》。

据悉，《中国 500 最具价值品牌》采用的品牌评估方法是目前通行的“经济适用法”，计算公式为：品牌价值=E×BI×S。（E：调整后的年业务收入额。BI：品牌附加值指数。S：品牌强度系数。）有人说，速度、品牌、市场是稻花香入选“中国 500 最具价值品牌”的核心竞争力，实际上，稻花香品牌的自身建设才是让品牌光彩熠熠的关键；首先是秉承“人生丰收时刻”的品牌定位，实行商标集群战略，使稻花香品牌富具文化内涵；其次，严格把控产品质量，全面拓展全国市场，深耕营销终端，以其优异的产品品质和优秀的产品服务得到消费者认可，才拥有了稻花香品牌的根本；三是依靠战略大踏步地前行，扩展了企业的综合实力，拥有了大量的消费者才是入榜的“硬道理”。

#### 二、入选“中国新八大名酒”

2011 年让蔡宏柱倍感欣慰的有三件大事：一是稻花香品牌价值不断飙升，首次跻身于“中国 500 最具价值品牌”前 100 强；二是实现了“10010”目标，首次跻身“百亿俱乐部”，受到湖北省委省政府的表彰；三是以 140.71 亿元的品牌价值入选中国新八大名酒，成为建国来首个入选中国八大名酒的湖北白酒品牌。

有了“中国新八大名酒”的金色招牌，稻花香优势品牌带动作用陡增，许多地方政府和企业纷纷向稻花香投来了橄榄枝。蔡宏柱抓住时机，布局全国，进一步做强做大白酒产业。

#### 三、独享三枚中国驰名商标

5 月 13 日，稻花香申请注册的清样商标被国家工商总局认定为中国驰名商标，这是继稻花香、关公坊之后，稻花香拥有的第三枚中国驰名商标。

去年 11 月，关公坊商标被认定为中国驰名商标，短短 5 个月时间，清样商标又被国家工商总局认定为中国驰名商标，可见蔡宏柱重视品牌发展的力度和决心。蔡宏柱告诉记者，到“十二五”期末，稻花香力争实现注册商标 300 件以上，形成 15 大驰（著）名品牌，构建一个强势的品牌集群。

据了解，稻花香品牌被国家商务部正式认定为“中华老字号”，品牌实力已得到广泛认可。在品牌的影响和托举下，稻花香所在镇——龙泉镇，被中国轻工业联合会、中国酒业协会授予“中国白酒名镇”称号，成为了全国唯一获

此殊荣的行政区域。

大卫·奥格威有句名言：“品牌竞争是企业竞争的最高层次。”面对后危机时代的残酷竞争，蔡宏柱颇为自信的是稻花香蓄积了“品牌势能”，现在正在转化为“渠道势能”和“产业势能”，有了这些势能，蔡宏柱镇定自若地指挥着稻花香战略扩张：1 亿元落户湖北当阳，2 亿元落户西藏加查，3 亿元落户湖北应城，3 亿元落户哈尔滨尚志，5 亿元落户重庆涪陵，5 亿元开发贵州“林酒”……蔡宏柱坚信，不久的将来，稻花香就会实现其品牌追求——“中国丰，稻花香”！

### 支点三：稻花香文化

“稻花香文化别具一格，是稻花香‘八大战略’实施最有力的支点。”日前，西南科技大学教授贺先志研究稻花香文化时很感慨，他认为，“挺进 500 亿”使稻花香到了一个新的历史转折关口，稻花香文化旗帜猎猎作响。

#### 一、数字文化，让稻花香前行的方向格外清晰

贺先志对稻花香近年的跨越格外惊奇。他告诉记者，著名品牌都有鲜明价值观，如惠普——尊重个人、阿里巴巴——客户第一等。稻花香人的价值观更具个性，他们每年都会召开誓师大会——151、252、353、505、707、10010、515……用这些特定的数字来诠释企业的发展目标。这样的数字文化与大多数把时髦词“创新、诚信”排列组合的企业文化切割开来，镌刻出稻花香文化鲜明的烙印。

贺先志认为，稻花香数字文化清晰直白，重点突出，深入人心，不会成为摆设，却能激发稻花香人的斗志和创业激情，富具凝聚力和竞争力。

#### 二、精神文化，积聚了稻花香发展的核动力

“敢冒风险，自我加压，创造机遇，超常发展”。这十六字精神集中体现了稻花香人的核心价值追求。贺先志研读了《稻花香精神文化》后认为，稻花香所倡导的团队精神、创新精神，永不言败、永不言退的精神铸就了稻花

香人的精神支柱，积聚了稻花香超常发展的核动力。

2002 年，稻花香年销售额陡降至 2.8 亿元。生存空间被挤压。靠什么战胜强大的竞争对手呢？在这最危险的时刻，躺在病床上的蔡宏柱不言败不言退，而是坚定地说出了三个字——“靠文化！”为此，蔡宏柱撰写了富具稻花香文化特色的文章——《白酒不会毁灭》，此文发表后，一下震撼了整个白酒业，白酒销售商看到了稻花香未来希望，纷纷投向了稻花香的怀抱。而那些“外流”的人才纷纷“回流”稻花香，稻花香就此开始了新的转折。

2009 年，金融危机席卷全球，也有人对稻花香提出的实现 100 亿产生怀疑。当年 8 月 6 日，蔡宏柱《稻花香“百亿”信念的历史诠释》一文发表，他只用了短短的两个字——信念，诠释了稻花香人奋勇一搏的勇气和超凡的力量。在这种力量支撑下，2011 年稻花香创造了奇迹，实现了“百亿”目标。

#### 三、企业家文化，激发了稻花香人的创业激情

贺先志认为稻花香“决胜 500 亿”最重要的因素是稻花香拥有坚强而睿智的企业家蔡宏柱，他不仅是激励稻花香人创造性劳动的领导者，也是稻花香的灵感。

从无到有、从小到大，蔡宏柱为稻花香的发展倾注了所有的激情乃至生命。他的顽强豪迈性格和超前意志，决定了稻花香的跨越。蔡宏柱撰写的《以毛泽东战略解决企业命运》、《稻花香之革命》、《为有牺牲多壮志》等文发表，充分显示出蔡宏柱辩证的智慧和谋略。贺先志称：“翻开蔡宏柱撰写的文字，我们就不难发现蔡宏柱在不同时期都有其鲜明的创业观：在企业最危难的时候，他提出了‘白酒不会毁灭’；在稻花香人迷茫的时候，他提出了‘发展农业产业化循环经济’；在稻花香超常发展之时，他又提出了‘将稻花香品牌进行到底！’……蔡宏柱善于创造这种鲜明的文化思想，来激发大家努力朝着一个方向前进。在他鲜明的思想指导下，稻花香超常发展是必然的。”

文化是企业之魂。没有文化的企业是愚昧的企业。文化不仅点燃了稻花香进军 500 亿的激情和梦想，也为稻花香超常发展注入了源源不断的前行动力。

蔡宏柱说：“战略、品牌与文化是稻花香决胜 500 亿的支点，也是核心竞争力的源泉。有了这些支点，我们的目标一定能够实现！”

名人陈懿曾说：“理想是一切力量产生的源泉；理想是一切奇迹发生的前提，有理想，我们无所不能。”其实，在大变革的狂飙来临的时代，“进军 500 亿”就是稻花香人高远的理想。有了这个理想，稻花香人一定会励精图治、奋发图强、超常跨越，用实践来证明历史上的那句名言——

志当存高远。



●稻花香科技中心一角

采访札记

## 誓师 500 亿

■ 苍狼

“誓师 500 亿！”

在稻谷飘香的丰收季节，在秦巴山脉与武陵山脉交汇的地方，在五万人汇聚的宜昌市夷陵区龙泉镇稻花香工业园，高大挺拔的蔡宏柱矗立在高高搭起的台子上，用他那浓浓的鄂西北口音发布了“进军 500 亿”的动员令，刹那间，万众震撼，进军号角响彻天际——“誓师 500 亿！誓师 500 亿！”

我震惊了，感动了，豪迈了。稻花香集团深深震撼了我。我坚信，在“决胜 500 亿”的征途上，稻花香定会历经千难万险、风霜雪雨、坎坎坷坷，但是，豪迈、坚强、信仰注定了稻花香人必将创造奇迹，所有的磨难和艰辛都会转变为强者前行的正能量。

爱默生说过：“强者容易坚强”。在我的认知中，蔡宏柱是充满着浪漫主义激情的企业

16 年中，我每年都会走进稻花香，瞻仰龙凤山的英姿，倾听稻花香的誓师宣言：252、353、505、707、10010……我历经了稻花香所有的飞跃，感受了稻花香人永不言败的精神。16 年后，我又一次伫立在了中国白酒名镇龙泉，伫立在激荡的万众之中，心潮澎湃，眼前炫动着红旗飘舞的海洋；耳畔回响着那戳破云霄的声音：“同志们，敢上九天揽月，敢下五洋捉鳖。直面挑战，突破百亿；弯道超越，点燃了 500 亿的熊熊烈火。”

群情激昂，万众同声。稻花香人铿锵誓言深深震撼了我。我坚信，在“决胜 500 亿”的征途上，稻花香定会历经千难万险、风霜雪雨、坎坎坷坷，但是，豪迈、坚强、信仰注定了稻花香人必将创造奇迹，所有的磨难和艰辛都会转变为强者前行的正能量。

爱默生说过：“强者容易坚强”。在我的认知中，蔡宏柱是充满着浪漫主义激情的企业

▼ 新闻背景 ▼

## 稻花香用数字说话

三口缸、1500 元、三个农民。

1981 年 11 月 30 日，蔡宏柱创办了湖北宜昌青龙村第一个企业——酱油厂，以此拉开了鄂西北农村工业化革命的序幕。

31 年的拼搏进取、奋发图强，稻花香在改革开放大时代裂变成长，并实现了两个历史性的转变：一是从“一穷二白”的村办企业裂变为拥有 152 亿元总资产、45 家成员企业的“中国大型工业企业”，跻身于“白酒行业前十强”；二是使“稻花香”品牌跻身“中国新八大名酒”品牌，改变了中国白酒的历史排序。

31 年的励精图治、创业为民，稻花香直接和间接带动了 15 万农民走向了富裕的道路上。

31 年的创造机遇、超常发展，稻花香总资产增长近 100 多万倍，年销售收入增长了上 100 多万倍，上交国家税金增长了上 100 多万倍……

31 年后的今天，稻花香成长崛起、跨越腾飞，在中国改革开放史上留下了一道光彩熠熠、不可磨灭的印记：

2006 年实现了“1516”战略目标，即实现销售收入 15 亿元，利税 1.6 亿元。

2007 年实现了“252”战略目标，即实现销售收入 25 亿元，利税 2 亿元。

2008 年实现了“353”战略目标，即实现销售收入 35 亿元，利税 3 亿元。

2009 年实现了“505”战略目标，即实现销售收入 50 亿元，利税 5 亿元。

2010 年实现了“707”战略目标，即实现销售收入 73 亿元，创利税 7 亿元。

2011 年实现了“10010”战略目标，即实现销售收入 100 多亿元、利税 10 多亿元。

2012 年 9 月 25 日，稻花香集团召开进军 500 亿誓师大会，会上，稻花香集团副董事长、总经理蔡开云在一篇《湖北稻花香集团进军 500 亿战略规划和任务分解》的宣读中，给世人展开了一幅恢弘的画卷：“十二五”期间，稻花香要进一步以科学发展观为指导，以白酒产业为核心、以配套产业为支撑、向物流产业发展、向能源产业扩张、向现代服务业推进，确保 2015 年，全面实现“515”目标，即做大做强 5 大产业，实现年销售收入 500 亿元、年创利税 50 亿元、集团成员企业达到 100 家、培育 1 家上市公司、争创 5 个驰名商标，进入全国企业 500 强行列。

数字是裂变的诠释，数字是跨越的证明，数字是最美的蓝图，数字是嘹亮的高歌。在跌宕起伏的历史转轨时期，稻花香创造的数字犹如一曲狂飙，震撼了我们的时代，震撼了我们的视界。我们在被震撼时不由地心发思考，在次贷危机席卷全球的时代，稻花香“进军 500 亿”支点是什么呢？

纵观稻花香在裂变狂飙留下的轨迹，记者清晰地看见，在稻花香极速前行的“战车”上闪烁着三个关键词：战略、品牌、文化。

家，他的生命诠释了一个词——坚强。病魔没有压垮他，流言蜚语没有击倒他，千难万险没能阻挡他，今天他依然在大变革的狂飙中傲然屹立。在云谲波诡的后危机时代，蔡宏柱毅然提出了“挺进 500 亿”。我坚信，稻花香的战略、品牌、文化就是他意志的支点。

当歌唱家蒋大为为一曲高歌为稻花香“誓师 500 亿”助力喝彩时，我的脑海中猛然涌动起伟人的诗句“为有牺牲多壮志，敢教日月换新天。”

在我的记忆中，稻花香人的铿锵誓言都能实现。从 2006 年的“151”目标到 2011 年的“10010”目标，稻花香人每年都实现了自己的誓言，并且创造中国白酒现代发展史的奇迹。我坚信稻花香“决胜 500 亿”的诺言也一定会实现。

“誓师 500 亿”是蔡宏柱高远的豪情壮志！“誓师 500 亿”也是稻花香人的不懈追求！