

白酒业“多事之秋” 五粮液“逆势攀高”



▲五粮液集团总经理、五粮液股份有限公司董事长刘中国



▲刘中国先生同来宾合影

■ 本报记者 王剑兰 王道海

8月31日,中国企业联合会、中国企业家协会在昆明发布2013中国企业500强榜单,宜宾五粮液集团公司以营业收入超600亿元位居第188位。

五粮液作为中国白酒行业领头羊,肩负着向世界传播中国酒文化,推进民族品牌国际化,展示中国企业风采的使命与责任。

2013成都全球财富论坛期间,记者曾采访参会嘉宾五粮液集团总经理、五粮液股份有限公司董事长刘中国,他坦言,五粮液在品牌国际化战略上一直走在行业前列。

今年4月,五粮液开始在全球七十多个媒体推出五粮液宣传广告,同时利用CNC的资源与优势在全球进行品牌文化宣传,他说这正是公司实施世界名酒战略的重要举措之一。

刘中国认为,中国白酒作为中国传统文化的标志性符号,五粮液不仅只是世界最好的蒸馏酒之一,也不单是一个简单的白酒品牌,它凝聚着一代代五粮液人为弘扬中国酒文化,满足社会民众生活需要所作出的努力和贡献,也凝聚着五粮液发扬国企社会责任,促进和谐发展的使命感和责任感。

刘中国表示,五粮液不仅要在国内持续做强市场,而且要让世界认识五粮液和中国白酒。五粮液在品牌、技术、资本、管理、规模等方面有明显优势,具备实现千亿目标的机会和条件。今年5月30日,刘中国站在2012年四川财经年度人物领奖台上,用铿锵之声再次为五粮液的发展壮行。

在记者问到如何书写中国梦的五粮液篇章时,刘中国说,实现中国梦也是五粮液几百万员工共同的价值追求。作为中国民族工业和民族品牌的瑰宝,五粮液不仅是民族的,更是世界的。

五粮液借力四川省政府打造中国白酒金三角战略契机,将会把自己的品牌打得更

响、擦得更亮,形成世界白酒看中国、中国白酒看四川、四川白酒看六朵金花、六朵金花看五粮液的局面,最终让五粮液香飘五大洲。

据悉,近年来,五粮液在保持原有的东南亚等传统市场的基础上,正不断加大东欧、北美等市场的开拓力度,通过开设海外旗舰店、寻找战略合作伙伴等形式,迅速构建海外销售体系。

“经过多年发展,公司已经形成高、中、低各价位酒的品牌系列,下一步将结合远景战略规划,进一步深化资源整合与体制、机制改革工作,以强有力的生产、研发、市场团队为基础,打造更多老百姓买得起、信得过的亲民品牌,并形成各价位区间的品牌集群优势。”刘中国表示。

2012到2013年,中国经济及白酒行业呈现下行趋势,五粮液却以出色的行动,交出了一份“逆势攀高”的成绩单:2012年,在行业危机不断的“多事之秋”,五粮液集团公司和股份公司均实现高速增长,各项经济指标再创历史新高。集团公司主营业务收入突破600亿元、利税突破200亿元、品牌价值达到659.19亿元,均稳居中国白酒业首位。五粮液股份公司实现营业总收入272.01亿元,同比增长33.66%,实现净利润99.35亿元,同比增长61.35%。

改革开放30多年来,中国白酒业已经历四次大的格局调整,每次都是五粮液一马当先,用品质和品牌凝聚信心,引领行业冲出重围,挺起脊梁迎接春天,并由此缔造了“中国酒业大王”地位。

如今,在走过“黄金十年”后,中国白酒业又走到一个调整的关键节点,各种不利于白酒业发展的事件频发,面对困局,白酒业如何突破重围,获得新的发展,人们再次把目光投向了有着行业发展温度计与风向标之称的五粮液。

2013年,五粮液提出“做精做细龙头产品,做强做大腰部产品,做稳做实中低端产

品”的战略新理念。

7月23日,五粮液创新驱动发展暨新品上市新闻发布会在成都洲际酒店举行,郑重推出五粮头曲、五粮特曲等价格位于200-500元之间的三款新产品,被业内称为是在白酒行业凸显品牌回归价值、消费回归大众的关键阶段,五粮液集团为适应市场新形势所做出的重大战略调整。

不久之后的8月28日,五粮液多元化发展再上新高,与中国医药集团总公司在宜宾签署战略合作协议,就制药、医疗器械生产销售等方面开展合作,合力打造国药川南新基地。

有业内人士指出,五粮液进入竞争激烈的“腰部市场”,做大做强同类酒产品,是对2013年6月白酒业“南京峰会”的呼应,彰显了白酒龙头企业对社会责任的担当,也是长期雄踞于行业最高端五粮液从名牌向“民牌”、从名酒向“民酒”发展的明智之举。而与中国医药总公司在制药、医疗器械的生产、销售等方面展开全方位、深层次合作,则将使长期走在白酒行业多元化发展前列的五粮液如虎添翼。

虽然五粮液集团公司董事长唐桥在签约仪式上表示,五粮液集团目前与中国医药集团的合作仅是框架,具体细节还待双方商榷,但一位白酒行业专家分析指出,五粮液集团加强多元化战略,与其“千亿目标”有关联。目前,白酒行业承载较大压力,其业绩增长的步伐已经放缓,但对于五粮液集团来说,白酒仍然是其重心。

如今,五粮液因时制宜开始了契合当前形势和市场需求的新一轮进军。正如前些日子采访刘中国时他所表示,经济全球化,带来多元文化的相互了解、融合与认同。虽然文化与饮酒习惯差异使中国白酒国际化道路十分漫长,但中国酒一定会走出去。“中国的五粮液”、“世界的五粮液”作为公司的远景目标,决不会只停留在口头上,通过几代五粮液人的努力终将实现。

《企业家日报》 中国企业的思想阵地 经济市场的冲锋号角

开创内容与形式的大型财经新报章

统一刊号:CN51—0098 邮发代号:61—85 北京:010—87721045 87527365 52896956 52896958 成都:028—87319500 68230696

新浪官方微博:@企业家日报 @今日微报道

全国各邮政局(所)均可订阅 全年定价:450元