

吴鹏的军酒梦

一位抗战老兵的军酒梦

余学春 许坤/文

在中国白酒行业内有这样一位从业者：他有着 30 多年的军旅生涯，先后三次参加越南自卫反击战，屡立战功；因战负伤后他转入后勤部队主抓农场酿酒工作，从此与酒结缘，开始军酒生涯；转业后他放弃从政机会，毅然脱下军装继续专注军酒事业……

他就是成都军星酒业有限公司董事长吴鹏。日前，记者怀着对军人的崇敬来到了“中国最大传统白酒原酒生产基地”成都崇州，实地拜访军星酒业董事长吴鹏。

激情燃烧的岁月

1974 年年底，一直梦想着当兵的吴鹏实现了自己的愿望，从云南大理应征入伍到成都（军区），正式开始军旅生涯。此后，吴鹏曾在 1979 年、1980 年、1984 年期间三次参加对越南的自卫反击战，先后荣立战功八次，多次被评为优秀党员和团职干部及学雷锋标兵。

在那段腥风血雨的峥嵘岁月中，有段生死经历让吴鹏记忆犹新。“1984 年 12 月 7 日，我在参加老山作战期间担任侦察连长，对敌人的 1064 高地进行侦察，准备重点打击敌人的驻兵点。”吴鹏告诉记者，侦察兵同普通的作战部队不同，一般不参与阵地战，主要任务是打入敌人后方，摸清敌情，把宝贵的情报传送到作战指挥部。当天，吴鹏带着侦察连在接近敌人前沿阵地 300 多米的地方，遭遇连环地雷的袭击，地雷爆炸后，吴鹏身负重伤，至今腿上、胸上、手上还留有弹片。

“当时侦察连的战士每人都留有一个手雷。如果增援部队没有赶到，就要与敌人同归于尽，绝对不能把大量的军事机密泄露出去。”回忆起当时的场景，吴鹏欣慰地说，幸好距离双方阵地都不远，循着爆炸声，前沿部队很快找到了我们，并顺利脱险。

以吴鹏为代表的侦察部队在战争中作出了重大贡献，战争结束后，吴鹏受到了时任广东军区司令许世友等高层的亲切接见和嘉奖。

后来，由于身体等原因，吴鹏转入后勤单位工作。期间部队安排吴鹏到军事院校攻读两年，作为第三梯队准备重用。之后，一个偶然的机会，吴鹏被调到部队农场工作，“当时部队为弥补经费不足，开始建设农场自己搞生产（种地、饲养家禽等）进行自筹经费。我从一开始干生产处长，到后来任参谋长，直至转业前做到农场场长（正团级）。”吴鹏告诉记者，这个工作，让他开始了军酒的生涯。



穿着军装做军酒

“农场有一个全军规模最大的浓香型白酒厂，被四川省食品工业协会授予浓香型白酒原酒生产基地之首的川兴酒厂，为所在部队官兵酿造白酒，同时将余下的产品作为原酒对外销售。”吴鹏告诉记者，“当时我兼任了该酒厂的经营厂长。”在全体员工的共同努力下，酒厂产量不断提高，品质不断提升，市场销售越来越好。

随着酒厂规模的扩大，产量已经远远超出了部队的需求，生产高品质原酒成为酒厂的主要功能。在部队供应得到满足的情况下，吴鹏把目光盯上了地方市场，“当时部队酒厂生产的原酒供应全国各地的酒厂，但是企业不能总是替别人做嫁衣，单做原酒创造的效益较低，我不甘心自己生产的优质白酒只成为省外白酒企业的原材料，我要生产一款能代表军人品质的品牌瓶装白酒并进入地方市场销售。”

从那时起，吴鹏就萌生了做中国军酒的想法，一方面这一块儿是市场空白，另一方面自己做军酒有先天的优势。于是，吴鹏暗自潜心研究部队的军旅文化和酒文化，生产一款能代表当代军人的“军酒”成为他的目标。

回忆起当年开发军酒的过程，吴鹏感慨万千，“当时是摸着石头过河，没有任何资料

去查，全凭自己对部队的了解和感情去做的，从酒体设计到酒瓶外形再到外包装，都是自己想出来的。”经过几年的摸索，吴鹏的“军酒”思路越来越清晰，生产的“军酒”得到了部队官兵、复转军人和地方百姓的喜爱。“因为当时农场属于部队，我们都是穿着军装在搞经营，所以消费者对军酒的质量非常放心。”

褪去军装还是兵

就在吴鹏的“军酒”准备大规模生产，企业蒸蒸日上的时候，上级一纸命令终止了军酒的扩张计划，1999 年 12 月 25 日，部队不能经商的规定出台，原有企业必须改制。

服从命令是军人的天职，酒厂面临着改制的压力，吴鹏的“军酒”计划暂时搁浅。直到 2003 年，企业正式转为民营，吴鹏不得不脱下了穿了 30 余年的军装，成为一名退转干部。吴鹏告诉记者：“当时我面临三种选择，一是可以转业到地方任一个处级干部，进入国家公务员序列；二是可以直接退休在家，每天打打麻将、喝喝酒、吃麻辣烫，早早地过上优哉游哉的生活；三是选择自主择业，从此没有编制，靠自己打拼。”吴鹏认为，转业到地方自己还是不太适合，毕竟已经在部队呆了 30 多年；直接退休回家更是不符合自己的个性，不想过早地清闲下来；自主择业虽然看起来少

了依靠，但是自由度高，适合自己的未来发展。因此，怀揣着军酒的梦想，吴鹏选择了在当时很多人都感觉不太靠谱的自主择业。

离开军营，放不下军人的使命；褪去军装，褪不去军人的本色，军人永不言败的精神激励着吴鹏，军酒计划再次启动。

脱掉军装之后的吴鹏继续坚守酒行业，依然选择两条腿走路：一方面保留原酒业务，另一方面就是走瓶装酒路线，2008 年组建成都军星酒业有限公司，进行独立核算。吴鹏认为，虽然之前一直都在做军酒，但是要把军酒品牌再次恢复起来，面临不小的挑战。2008 年，军星酒业设计了几款产品，逐步完善了产品体系。当年，吴鹏携新品参加了在长沙举办的全国糖酒会，在会上掀起了军酒热，获得业内人士和市场的认可。吴鹏表示，这一认可首先表现在对于白酒产品品质的认可，其次是对产品包装体系的认可。“我们从风格、个性等方面致力于打造军旅文化。”

“我们对军酒的定位就是有血有肉有军魂。现在社会上有很多地方酒厂也在仿照军酒生产这一品类的白酒，不过市场反应普遍不好，最明显的差距就是不专业，没有军魂。他们看到军星在军酒方面获得了成功，都想过来分一杯羹。”吴鹏表示，只有有过军旅经历的人，才能够对军酒有较为透彻的理解，单纯地模仿只能模仿产品的外形，无法复制产品的核心内涵，无法做到一流的口感、一流的质量。

唱响军酒诚信歌

吴鹏经营企业有一个理念：要做就做最好。高质量、高标准，严要求的军事化作风成了军星的立家之本。

吴鹏坚持诚信于品质，心诚于天下的原则：“出了厂门的每一瓶酒，都关系到企业的生存与发展，只要我在厂里一天，我一定严把产品质量关，避免次品流入市场。我们的产品质量需要绝对一流！”

在采访过程中，记者更是聆听了军星人的诚信之歌：“要经商，先做人，讲诚信，是根本。老祖宗留下四句话，铸就了军星企业魂。坚持它，商海弄潮有方向，放弃它，迷雾障眼步难行。它就是绝唱，它就是真理，它是一盏指路明灯，军星企业依靠它，从小到大，从弱到强，百战百胜美名扬；视顾客，为上帝，把质量，当生命……”朴实的话语，透视出高尚的人格，吴鹏将一颗感恩的心，熔铸在他的军酒事业中，真诚地打造“军中无戏言，军酒放心喝”的优质品牌。

“军星酒除了酒质要好，还有一大亮点就

是要突出军人的气质、军人的风格。”为设计充分体现军人风采的外包装，从酒瓶的构思、设计到制作，吴鹏亲自把关，严格要求。有时为了一个产品外包装和酒瓶的设计，及拓展销售渠道，一个月行程上万公里，先后到广州、江西、大连、北京等多个省市区，长途奔波。

在很多人看来，创业之路很艰辛，当问及此问题时，吴鹏总是笑笑说：“其实这不算什么，我很感谢部队练就了我吃苦耐劳的精神。从军经历非常珍贵，有这么一句话‘当兵一辈子不后悔，不当兵后悔一辈子’，部队给了我很多，我今天的成绩都受益于部队的培养教育。”

而今迈步从头越

在吴鹏和他带领的团队共同努力下，军星酒业蒸蒸日上。目前，军星酒业已成功开发了十几款军酒系列产品：一品军酒、军中美酒、炸雷子、兄弟连壶、双连子弹瓶、战友情水壶瓶、荣誉、功勋、将军红、将军情等等，并注册了商标和外观设计专利。

在吴鹏看来，当年在战场上用子弹、炮弹、手雷奋勇杀敌，今天，这些则化作了军星酒业开拓市场的利器，在酒行业成为一道独特靓丽的风景线。“这些包装设计、商标都是军星人的心血，每一款产品都像自己的孩子一样，要让他们茁壮成长，就要精心呵护，要守法经营，更要像在战场一样勇闯商场，才能做大做强。”吴鹏用自己的言行，激励着军星的每一位员工。

公司的员工大部分都是部队退转干部，很多人曾经参加过边疆自卫反击作战，是在保卫和平、抢险救灾战斗及工作中多次立功受奖的军官和士官，有着较强的战斗力和执行力。他们怀着对部队深厚的感情加入到“军酒”的生产、销售中来，并且个个精明干练，责任心强，有着很强的工作能力和适应能力，优秀的军星团队为军酒的未来奠定了更坚实的基础。

记者在采访时了解到，从 2008 年公司成立至今，已经是第五年，吴鹏在做军酒的过程中又萌生了新的想法。面对 2013 年白酒市场的调整期，吴鹏将眼光放在了中档酒市场。“目前高端酒销量下滑明显，我们之前的大部分酒品集中在中低端，今年要在中端酒市场发力，在危中求机。”吴鹏告诉记者，军星酒业已经开发出针对婚宴市场的中档产品，主打“军之味，喜之缘”。“我们将军旅文化同喜宴结合起来，谋求抢占婚宴市场。”

《企业家日报》 中国企业家的思想阵地 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