

| 编者按 |

搏风击浪,方显军人本色。高速发展了三十多年的中国经济在制造业产能过剩和投资、出口驱动难以转变成消费驱动等的交互作用下,早就因塑化剂风波和限制三公消费等原因进入深度调整的白酒行业陷入发展低谷,成都军星酒业产品却以稳如泰山的品质保证和独特的军酒风格,受到广大消费者的青睐和欢迎,创造出逆势攀升的发展业绩,书写了复转退伍军人转战到经济主战场上创业发展的崭新篇章,也提供给了我们观察当前经济转型、产业升级尤其是白酒行业如何走出困境、迈向发展新境界的某种参考、借鉴和启迪。

做强“军酒”拓市场

——追踪成都军星酒业公司独具特色的创牌发展之路

■ 王剑兰 余学春

当代经济之战,虽然没有轰响的炮声,却隐约可见刀光剑影,虽然没有冲锋的喊杀,仍依稀可闻鼓角的铮鸣。由一批参加过边疆自卫反击作战,在保卫和平、抢险救灾及拥政爱民各项工作中多次立功受奖的转业、复员、自主择业军人组建的成都军星酒业有限公司,率先高举起“军酒”的大旗,在传承悠久酿酒文化、精湛酿造技艺的同时,以军人的秉性和准军事化的生产管理,形成独特的军酒文化、独特的包装设计和独特的军酒风格,受到军内外广大消费者的青睐和欢迎,从而进入差异化发展的新蓝海,书写出当代复转退伍军人转战到经济主战场后在大市场上继续攻城拔寨、创业创新的新篇章。

成都军星酒业从几十年的沿革发展到正式建立现有公司以来,通过吴鹏董事长率领全体干部职工的不懈努力,使军星酒具有了浓郁的军人情结、独特的文化内涵、鲜明的品牌个性,并由此形成了军酒的根、军酒的魂、军酒独特的魅力,使军星酒业产品畅销大江南北、长城内外,被誉为血统纯正的“军中名酒”“军中美酒”“中国军旅文化第一酒”;先后荣获了“中国文化名酒”“优质白酒精品”“首届中国食品博览会解放军金奖”等称号,并被指定为军区部队接待专用酒,在军内军外都获得了良好的声誉。公司还获得“国际科学与和平周”活动授予的“和平卫士”“荣誉使者”等称号。已在不断走向全国大市场的征程中展现出广阔的发展前景。

从血战疆场 转战经济战场

决战风火战场离不开一个果敢镇定、强有力的指挥核心,发展企业奋战经济主战场同样离不开一位运筹帷幄、能征善战的主要领导者。吴鹏董事长从征战铁血疆场的勇士到奋战经济主战场的经历,既印证了商场如战场的规律,更具体诠释了成都军星酒业这家人有着某种典型意义企业的发展壮大历程。

1974年从云南大理入伍,2003年以上校军衔从正团职岗位退伍,三十年的军旅生涯让吴鹏永生难忘;“人生不轮回,不能负此生。脱掉军装还是兵,勇往直前无后悔。”成了他最深的体会。他的办公桌上摆放着子弹、炮弹、军用水壶和手雷等模具,他将这些在前线保家卫国的军用品,转换成了征战商海用作包装造型的酒瓶模型,活脱脱展现出他遨游商海的军人情结。

吴鹏的军旅生涯厚重而辉煌。他曾于1979年、1980年、1984年三次参加对越自卫反击作战,先后荣立战功八次,多次被评为优秀党员和学雷锋标兵,成为集团军优秀团职干部。在那段腥风血雨的峥嵘岁月中,有段生死经历让吴鹏永生难忘。在1984年12月7日的战斗中,吴鹏率领侦察连在云南老山1984高地接近敌人前沿阵地执行侦察任务,与敌人展开激战时遭遇到连环地雷袭击身负重伤,虽未“光荣”掉却至今腿上、胸上、手上还留有弹片。战争结束后,吴鹏受到军区前指等首长的亲切接见和嘉奖,并在1987年军校毕业后因战伤调离作战部队,先后任职部队农场机务队长、生产处长、场长等职,并主抓被誉为四川省浓香型原酒生产厂家之首的川兴酒厂的工作,从此与酒结缘,走上了发展军酒的漫漫长路。

建厂初期,条件十分艰苦,他们本着节约的原则,厂址选在一片乱石滩上,吴鹏身先士卒,带领农场全体人员不怕苦、



●成都军星酒业有限公司董事长、总经理吴鹏



不怕难,一起扩建厂房,挖窖池,运设备,靠人拉肩扛艰苦创业,使酒厂规模不断扩展,成为当时全军规模最大的浓香型白酒企业。在他率战友们的共同努力下,产量越来越大,品质不断提高,市场销售越来越好,川兴白酒知名度也不断提升。

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,将生产一款能代表当代军人的“军酒”作为新的奋斗目标,开始暗自潜心研究部队的军旅文化和酒文化,琢磨军酒的特点。经过几年的摸索,1996年,他们第一个生产出军酒产品上市,受到军内外消费者的好评,很快成为喝出战友深情、喝出人间真情的上佳饮品,成为送战友、聚老乡、庆功会的尤物。

“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,从酒体设计到酒瓶外形再到外包装都是自己想出来的。”吴鹏感慨,经过几年的摸索,他的军酒思路越来越清晰,工艺技术越来越精良,生产的军酒得到了部队官兵、复转军人和地方老百姓的厚爱。

就在吴鹏率企业蒸蒸日上发展,“军酒”准备大规模生产的时候,1999年,中央军委、四总部下达指示,规定军队不再允许经商,原有企业必须改制。2003年,吴鹏领衔经营的企业正式转为民营,他不得不脱下穿了三十年的军装,成为一名退转干部。

脱下军装后,吴鹏的身份从军人变为商人,开始了奋战商海的新征程,带领一批转业退伍军人开始了新的创业之旅。为查找酿造美酒的良方,吴鹏常常秉灯夜读,翻阅古今中外酿酒书籍;为提高酿酒质量,他不惜奔波劳累,到诸多著名酒厂请教名师,虚心学艺。经过大量再创业的开拓性工作,2008年,凝聚着吴鹏和战友们心血智慧的

成都军星酒业有限公司正式成立,中国首款“军酒”的历史也翻开了新的一页。

呕心沥血 做“军酒”

自古李白斗酒诗百篇,武松醉洒打猛虎,曹操煮酒论英雄,大碗喝酒梁山泊,历代军人几乎都与酒结下了不解之缘;征战沙场,酒激凌云之志;前仆后继,洒壮英雄虎胆;酒来助兴,映出英雄本色胸襟;潦倒落魄,酒来抚慰忧郁凄怆心怀……并由此赋予了军酒丰富的外延、内涵和无限的商机。吴鹏敏锐地看到开发军酒市场的巨大潜力,所以无论遇到多少曲折、困难,无论走过多少弯路,都从不放弃,坚持一步一步坚定不移向前走。

吴鹏始终保持着军人敢想、敢说、敢干、敢闯的作风,更把创新作为企业发展的动力。为了建树军星酒业的品牌个性,他和员工一起走市场、搞调研,行程上万公里;为挖掘军酒文化特色,公司多次邀请军内外著名人士座谈、品鉴,从产品命名、外观设计、包装打造、宣传定位等方面入手,反复推敲、斟酌;为设计充分体现军人风采的外包装,吴鹏更是煞费苦心,从酒瓶的构思、设计到制作,他都亲自把关,严格要求。特别是那款炸雷子酒瓶,形似手雷,让人一见钟情,爱不释手。当初为设计这款包装,吴鹏和同仁们多次与设计公司沟通、交流、协商,数次易稿,反复修改,一经推向市场,就受到军地消费者的喜爱。手雷、榴弹、子弹、飞弹、1984高地、炸雷子、杀爆……将军情、兄弟连、战友情、荣誉、功勋、和平卫士……这样一个个极富创意而紧贴军旅的酒瓶或酒名,这些酒

的“军装”、酒的“军魂”,渐次构成了成都军星酒业倾心打造的精品力作——军酒系列产品,包含了吴鹏和军星酒业同仁们多少付出、努力和汗水。最终形成了军旅文化和军品特征紧密结合的具有独特军酒文化的个性品牌。

为开拓市场,他亲自带队赴北京、大连、宁波、深圳等地,为了节约开销,从来不敢坐飞机,饿了啃面包,困了睡车上,十多天时间转战大半个中国,开拓了四个省级市场和两个地级市场。2008年他们第一次参加在长沙举办的糖酒会,只有5个产品,不敢住宾馆,只能找最便宜的旅店住,吃饭也就是盒饭凑合,好几万一个的展位更是租不起,就像摆地摊一样在最便宜的地方租一个摊位,摆上他们的军酒,就开始招揽顾客了。

功夫不负有心人,当军酒获得市场的认可,销售节节攀升时,吴鹏对军星的未来更是信心百倍。

如今,军星品牌已在众多白酒品牌中独树一帜,浓郁的军人情结,独特的文化内涵,鲜明的品牌个性,不仅填补了我国军旅文化酒类品牌的空白,同时令其在强大的白酒阵营中站稳脚跟,迅速发展壮大。在吴鹏和企业团队的共同努力下,军星酒业蒸蒸日上,已成功开发了几十款军酒系列产品,并注册了本色军酒商标和外观设计专利,成为军酒独具特色的差异化发展标志,也是消费者垂青的一大亮点。

以“诚”为本的 经营之道

成都军星酒业产生于部队,成长于军营,发展壮大于市场经济,服务于军队和

人民,赢得了广大消费者的厚爱 and 垂青,进而把军酒悠久的文化和军人特有的优良传统和作风,化作企业文化建设的坚实基础,构建和培育独具自己特色的军酒以丰富其文化内涵。

当今时代,品牌已成为企业制胜市场最强有力的角斗士。吴鹏常说,军酒品牌要做就做到最好。他们牢记本色不改是军装、终生不悔是军旅、生死之交是军人、永远不变是军魂的坚定信念,在长期的共同奋斗中不仅积淀了军星牌系列军酒丰富的文化内涵,而且见证了军星酒业管理团队保持军人本色、发扬老山精神、创造两个文明、改革开放创新的奋斗历程,使高质量、高标准、严要求的军事化作风成了军星公司的看家本领和发展活力。

当代市场经济,你方唱罢我登台,各种各样不诚实现象随处可见,但吴鹏笃信诚信于品质、心诚于天下的原则,始终坚持将“诚信做人,地道做酒”八个字作为公司的立足之本,不仅贴在墙上,更印在每名员工心里。他再三要求军星酒业务必把“诚信”作为企业精神的核心,一定要以“诚”为本,把“诚信”贯穿到生产、销售各个环节中去。为此他还专门为公司写了一首《诚信歌》:“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;视顾客,为上帝,把质量,当生命。老祖宗留下四句话,赢得了天下百姓心。”2013年春季糖酒会上,一位客户在付款时由于匆忙,多付了3000元钱就走了,销售人员发现后马上找到客人,及时退还了多余的款项,让客户很是感动,对军星员工的素质深表佩服。

军星酒业人在吴鹏一班人的带领下,坚持把诚信二字印在脑子里,溶化在血液中,落实在行动上,始终坚持以铁的手腕狠抓质量,长此以往,持之以恒,习惯成自然,从生产、销售到管理的每一个环节都做到了认真负责、脚踏实地,自始至终决不弄虚作假,以次充好,使军星酒的诚信品质正气磅礴,力透人心,成为公司产品以高品质制胜市场的关键所在。公司通过了ISO9001:2000国际标准质量管理体系认证,使企业管理走向规范化、标准化、制度化,确保在市场经济的激烈竞争中稳健发展。

近年来,中国白酒业在塑化剂风波和国家政策因素等的影响下进入深度调整期,全行业“一荣俱荣”的黄金十年陡然结束,多少白酒企业跌入低谷,成都军星酒业却“逆势”攀升,不断发展壮大并尽力回报社会。2010年至2012年,公司连续三年向北京举办的“国际科学与和平周”活动捐赠物品50万元;2011年向将帅碑林红军后代联谊会活动捐赠10万元。2013年在中国法律援助基金会“复员转业军人法律援助专项基金”成立暨启动仪式上,向中国法律援助基金会捐赠价值245万元。同年雅安地区发生大地震,时任四川省云南商会会长的吴鹏第一时间赶到商会,安排部署商会党支部发出倡议,积极组织捐赠活动,他本人带头捐款2万元,并将募集的10余万救灾物资送达天全县老场乡禾林村交到村民手中。近年来吴鹏和军星酒业还多次赞助复转军人或家属的聚会等活动,受到广泛的赞扬和好评。

吴鹏坦言:“在未来更加激烈的市场竞争下,优胜劣汰将更为残酷,企业要在这种环境下求生存、争发展,就必须始终以诚信为本,并不断创新,才能使企业充满生机活力,增加自我发展的能量。”从而倾力实现军星酒业“军中无戏言,军酒放心喝”和“中国军酒永不言败”的庄严承诺,以更好地回报战友和民众,更好地报效国家和人民!

