

振兴湘酒——“酒鬼”策动酒业新变局？

杨志琴

(北京东方樽咨询有限公司,北京 海淀 100086)

摘要: 10年前,“酒鬼”酒的横空出世,把湘酒品牌身价提升到酒界的至尊地位。龙头“酒鬼”能否统领酒业湘军?纵观湖南酒业,“振兴湘酒”这面大旗最终还须“酒鬼”来扛,这一点毋庸置疑。入主“酒鬼”短短4个月来,刘虹已在五大领域实施运作并取得突破性成效。其次,深度开掘和广泛传播“酒鬼”酒深厚文化底蕴及其丰富品牌内涵,塑造优秀企业文化,全面提升“酒鬼”酒品牌价值和感召力。刘虹认为,我们不能总是站在湖南省、全行业和中国白酒市场的角度看“酒鬼”,而是要跳出这个境界,站在世界经济这个大环境、大体系之上去思考“酒鬼”,去审视整个中国白酒产业的未来走势和发展趋向,这是我们制定第二个“三年计划”时必须面对的抉择。经过成功改制、资产重组和优化资源的全新配置,用刘虹的话讲,“酒鬼”现在已经成为一个无论资产结构还是发展基础都已具备相当竞争优势的企业,其资产水平、财务状况、包括库存基酒等各种企业发展资源均已得到有效整合和全面夯实,为“酒鬼”腾飞筑就了坚实平台。这正是“湘酒振兴运动”中“酒鬼”能否领军的关键所在。据悉,湘西自治州政府已成立专职办公室,确保有关“酒鬼”发展事务的快速高效处置。(小雨)

关键词: 白酒业; 振兴湘酒; 酒鬼酒

中图分类号: F27:TS262; TS262.31

文献标识码: D

文章编号: 1001-9286(2004)01-0019-03

Revival of Xiangjiu (Liquor produced in Hu'nan)

——“Jiugui” Liquor Provoke New Pattern in Liquor-making Industry

YANG Zhi-qin

(Beijing Dongfangzun Consultation Co. Ltd., Haidian District, Beijing 100086, China)

Abstract: “Jiugui” liquor was developed ten years ago and its existence had promoted the brand value of Xiangjiu (liquor produced in Hu'nan) to the leading place in liquor-making industry. As the pioneer liquor-making enterprise in Hu'nan province, “Jiugui” Group undoubtedly took the responsibility of realizing the revival of Xiangjiu. LIU Hong, being board chairman of “Jiugui” Group for only four months, had already made great achievements in five fields. Besides, he focused on promoting the brand value and cultural influence of “Jiugui” liquor and culturing first-class enterprise culture. LIU Hong believed that the development orientation of “Jiugui” Group should be considered within the scope of world but not just within the scope of China. The viewpoint had become the base for the formulation of the second “Three-year Plan” for “Jiugui” Group. Through system reform, capital reorganization and resources optimization, the enterprise had become a giant of strong market competitiveness whatever in enterprise assets or in financial conditions or in reserves (such as stock base liquor etc.) for later development, which would surely ensure its leading role in Hu'nan province. In addition, it was reported that Xiangxi autonomous prefecture government had set up a specific office to ensure quick treatment of the affairs about the development of “Jiugui” Group. (Tran. by YUE Yang)

Key words: liquor-making industry; revival of Xiangjiu; “Jiugui” Liquor

与全国糖酒会“分庭抗礼”的“2003全国糖酒副食商品交易会”前不久落幕长沙。此届交易会上赚足各大厂商及众多媒体“眼球”的是一则“以‘酒鬼’为龙头,湖南开始着手制定和全面实施‘酒业湘军’重振计划”的热爆新闻。

这则引人注目的新闻在业内外不胫而走,带给人们诸多猜测与联想。

1 湘酒振兴,优势何在?

2003年8月,上任仅3个月的“湘酒鬼”新任董事长刘虹在向湖南省委、省政府领导汇报工作时提出一个大胆构想:以“酒鬼”为龙头,发挥湘酒产业及其市场资源的巨大优势,充分展示湘酒文化魅

力,提升“酒业湘军”整体实力,重振其雄风,把湘酒真正做成湖南省优势产业和全国白酒的强势品牌。

这一战略构想是刘虹入主“酒鬼”前后近一年对酒业调研思考的结果,可谓深思熟虑,当即获得省领导的充分肯定和高度重视。于是,一个庞大而意义深远的酒业振兴计划迅速酝酿出台。

20世纪90年代以前,湘酒在全国一直是举足轻重的酒业板块之一。独特的地理位置、气候水土构成了湖南得天独厚的天然优良酿酒环境。特别是与四川和贵州接壤的湘西地区,更是出产佳酿的宝地。早在几十年前,湖南赫赫有名的“武陵春”、“德山大曲”、“浏阳河小曲”、“白沙液”等,先后荣膺国家金质和银质奖。而10年前“酒鬼”酒的横空出世,更进一步把湘酒品牌身价提升到酒界的至

收稿日期 2003-10-20

作者简介 杨志琴(1973-),女,江苏人,大专,专门从事白酒产业的调研、采访、宣传报道工作,发表了数十万字的酒类报道文章,在业内外具有一定影响和知名度。

尊地位。

湖南不仅酿酒资源丰富,更是一个规模巨大的酒类消费市场。每年光是品牌白酒产品,在湖南消费量就高达40~50万吨,销售额亦达26~30亿元,如果加上啤酒、红酒等其他酒类,则高达60亿元。

然而,湘酒坐拥产业和市场如此巨大的资源优势却眼睁睁走向了衰落”。刘虹痛心地说。

体制的束缚、管理的缺陷、决策的失误、营销的落后,所有这一切导致了“武陵”、“德山”、“白沙液”等众多品牌先后走向沉寂,即便“酒鬼”这样的后起之秀,也在辉煌不足10年之后步入困顿,未能在人们“挽救湘酒”的期待中充分发挥龙头作用。

于是乎,在高达60亿元销售额的湖南酒类消费市场上,近年来湘酒所占份额竟然不到10%!湘酒悲哀!

“湘酒拥有众多优秀白酒品牌,拥有多个国家金奖、银奖产品,特别是前不久白酒权威沈怡方先生来“酒鬼”考察,再次对我们的基础酒给予高度评价。湘酒还拥有丰富而深厚的品牌内涵与文化底蕴,拥有可观而潜力巨大的酒类消费市场,只要我们勇于创新观念、体制、管理和营销,将各种独特资源优势加以科学整合和有效发挥,振兴湘酒,孰人可挡?”刘虹充满信心。

刘虹的自信不无根据,湘酒整合已初见端倪:龙头“酒鬼”已在体制上实现彻底变革,金奖“武陵”已被上市公司控股,而“德山”即将实施产权拍卖。体制、观念、机制上的根本转变,已为湘酒“变脸”带来难得历史机遇。

2 龙头“酒鬼”,能否领军?

纵观湖南酒业,“振兴湘酒”这面大旗最终还须“酒鬼”来扛,这一点毋庸置疑。

那么,这两年已是步履蹒跚、自顾不暇的“湘酒鬼”,经过体制转换、产权变革之后,其“龙体”如何,能否当此大任?

“高举‘酒业湘军’大旗,再造‘酒鬼’辉煌,是时代赋予我们的神圣使命,义不容辞”。刘虹话语可谓铿锵,行动更是迅捷扎实。

入主“酒鬼”短短4个月来,刘虹已在五大领域实施运作并取得突破性成效。

首先,对企业加大法人治理力度,建立起一整套颇具市场竞争力的内部治理机制。他认为,“改制”只是为全面建立现代企业制度打开一扇门,进而要做的则是要完善内部治理机制,而完善机制离不开“人”的要素。为此,他们正积极培养和迅速引进一批职业化高素质管理人才。

其次,深度开掘和广泛传播“酒鬼”酒深厚文化底蕴及其丰富品牌内涵,塑造优秀企业文化,全面提升“酒鬼”酒品牌价值和感召力。他们实施了一系列“大手笔、大运作”:正式导入CI工程建设,把包括物质文化、精神文化、制度文化在内的企业文化建设提高到一流水准;在湘西投资800多万元兴建黄永玉博物馆,邀请艺术大师黄永玉老先生再度出山,为“酒鬼”文化作深层挖掘和权威定位(目前黄老洋洋万言的《酒经》巨制已经完成,堪称是一部集“酒鬼”文化、湘酒文化和整个中华酒文化之大成的“世纪经典”);斥资100多万元资金捐助湘西贫困大学生,哺育莘莘学子;向全国6大广告公司公开招标,以“无上妙品”为核心价值,设计制作独具深厚文化底蕴和魅力的电视广告力作,并在央视和湖南卫视等多家权威媒体上强势传播,力求达到以优秀企业文化提升品牌,以一流企业形象壮大品牌,以强大宣传力度传播品牌。

第三,系统总结和全面提升“酒鬼”酒风格特色及其质量品位,从根本上维护“品质”这一品牌最根本的承诺,以一流的品质风范

赢得并确立文化名酒引领者的至尊地位。“湘酒鬼”全力加大科研力度和科技投入,各生产环节严格推行ISO9001质量管理体系,在产品检测和质量监控上狠下功夫;他们在企业建立博士后流动工作站,对酒体各项指标和酿酒生态环境实施全方位监测分析,将传统酿造工艺与现代高科技手段有机融合;他们还邀请了由白酒权威和一流专家组成的白酒专家组深入企业,从风格、口感、质量等各方面对产品进行规范定位和全方位创新开发,使产品的品质风格更加符合消费需求和市场发展潮流。

第四,加大市场创新力度,在整合营销基础上探索现代营销全新模式,抢占市场高水平竞争制高点。刘虹提出,市场运作,要以渠道扁平化和效率信息化为基础,将市场运作与资本运作相结合,通过营销渠道与终端网络“高速公路”的修建,实现物流、品牌、市场、资金等所有营销资源的全面整合和高效运行。目前,他们正根据这一创新理念对企业内部的现有市场运营机制进行彻底改造,以销售公司为主导,在探索全新职能运作基础上,创立一系列终端公司和与之相配套的物流公司、金融公司等,同时组建直销公司、品牌推广公司、文化传播公司,同步加以运作,并以收购、控股和参股的方式完成对优势网络资源的整合,形成一系列独立法人、利益相互制约而经营又相对独立的一体化市场营销全新运行体系。前不久,由他们控股的第一家股份制终端公司——“湖南新湘泉商务拓展有限公司”宣告诞生,紧随其后他们还将以控股或参股形式在条件成熟地区实施相同模式运作。这种新概念终端销售公司的创新体制运营模式,极大激发了营销人员和众多合作经销商的积极性,市场局面迅速改观。

第五,在“摸清家底、夯实基础、增强信心”的前提下,通过对企业深入调研和全面规划,逐步形成切合实际、真正符合“酒鬼”发展规律的长远战略构想,并为制定一整套科学完善、富有“酒鬼”发展特色的标准化管理体系打下坚实基础。刘虹认为,我们不能总是站在湖南省、全行业和中国白酒市场的角度看“酒鬼”,而是要跳出这个境界,站在世界经济这个大环境、大体系之上去思考“酒鬼”,去审视整个中国白酒产业的未来走势和发展趋向,这是我们制定第二个“三年计划”时必须面对的抉择。在刘虹的战略构想里,当“酒鬼”到达第二次融资标准的时候,他们必须跨出国门、走向世界。这才是“湘酒鬼”赢得未来发展的长远战略目标。

经过成功改制、资产重组和优化资源的全新配置,用刘虹的话讲,“酒鬼”现在已经成为一个无论资产结构还是发展基础都已具备相当竞争优势的企业,其资产水平、财务状况、包括库存基酒等各种企业发展资源均已得到有效整合和全面夯实,为“酒鬼”腾飞筑就了坚实平台。而这恰恰正是“湘酒振兴运动”中“酒鬼”能否领军的关键所在。

3 振兴战略,策动酒业全新变局?

湘酒的天然酿酒优势已无须赘言,湘酒企业的体制变革与创新亦有目共睹。而即将带来“湘酒振兴”的另一巨大优势也已“水到渠成”,这就是政府观念与职能的彻底转变。

湖南省委书记杨振武指出,“‘鬼酒王烟’是湖南省的两大‘名片’,我们务求全力将它们打造成为走向全国、跻身世界的强势品牌”。

湖南省酒类产销管理办公室主任刘飞告诉记者,“发挥资源优势,振兴酒业湘军”已被列入湖南省委、省政府的重要工作议程并受到高度重视,省经贸委、省委宣传部、省酒管办、省酒协以及省内各大媒体已全面动员、共同联手展开行动。振兴湘酒首先要振兴

“龙头”，目前我们已建议省委、省政府将“酒鬼”正式确立为湖南省接待用酒，全力予以扶持，倡导在公务及商务等一系列接待活动中饮用“酒鬼”；同时积极调整湘酒产业结构，在行业内尽快培养起一批骨干企业和龙头品牌，并广泛倡导“湘人喝湘酒”消费理念，营造湘酒文化浓厚氛围，引导市场消费；为此，我们将进一步强化酒类管理、打击假冒伪劣、规范税收、公平税赋，并向全省酒业同行发出“公平竞争、诚信经营、共创湘酒辉煌”的倡议书，在市场竞争、产业发展上努力创造有利于“湘酒振兴”的最佳环境。

湖南湘西自治州州长杜崇烟强调：“‘酒鬼’体制变革，是我们新一届州委、州政府彻底转变观念、顺应市场经济发展潮流、全面根治国有企业政企不分痼疾、从根本上重振‘酒鬼’雄风而采取的一项重要战略举措。实践证明，成功改制后的‘酒鬼’其资产更加优良、发展充满希望。”湘西自治州秦湘赛副州长颇为形象地说：“我们湘西州政府将彻底转变职能，全力以赴支持‘酒鬼’的运作，服务‘酒鬼’的发展，我们政府各级领导、各个部门将毫无怨言地为‘酒鬼’打工、为企业打工、为湘西经济的发展打工！”据悉，湘西自治州政府已成立专职办公室，确保有关“酒鬼”发展事务的快速高效处置。

振兴酒业湘军，这是一项规模庞大的系统工程。为切实肩负起“湘酒鬼”龙头领军作用，酒鬼公司最近已同湖南省委宣传部和湖

(上接第23页)

维护了企业的信誉和声望。

我认为，要想真正树立“诚信酒鬼”形象，一个诚信的经营理念、一个诚信的运营机制、一个诚信的管理团队，对企业来说至关重要。

记：展望未来，您认为“湘酒鬼”今后实现快速发展的基础是什么，其方向又在哪里？

刘：首先，在科学制定“湘酒鬼”发展战略构想的基础上，形成一套完善的法人治理结构。今后我们要陆续引进一批职业化高素质管理人才，使“湘酒鬼”的规范化管理水平不断提升；

第二，充分挖掘和广泛传播“酒鬼”酒的深厚文化底蕴及其丰富品牌内涵，使“酒鬼”的品牌价值和文化感召力深入人心；

第三，系统总结和全面提升“酒鬼”酒的风格特色及其质量品

南卫视等各大传媒联合签署全方位合作协议，前者提供资源、技术支持，后者则提供全频道、多媒体配合服务。这种宣传力度，是一般酒企所难以企及的。刘虹认为，“企业品牌形象的塑造，单凭广告效应无法实现，必须从文化理念上进行深层内涵的深度开掘，而这样的开掘仅靠企业自身将难以完成，强势媒体的全方位、大力度配合运作至关重要。”从明年开始，他们计划每个季度策划组织一次大型活动、每个月举办一次小型活动，从文化、公益、商务等各个层面全方位实施文化营销的整体推进。通过这种文化营销传播的全新运作，充分挖掘“酒鬼文化”的丰厚内涵、展示其湘西神秘文化的独特魅力，使它的文化艺术感召力深入人心，使之真正成为“湘酒振兴”战略实施中名副其实的龙头企业和领军品牌。

10多年来，白酒产业白热化竞争的结果，使得晋、鲁、苏、豫、黔、蒙等“酒业板块”迅猛崛起又相继衰落。而今依然保持“整体兴旺”之势的唯有川酒和后来居上的皖酒。仔细想来，上述各大酒省之所以走向衰落，不外三方面原因：当地政府观念保守、企业自身体制束缚、市场营销手段落后。而目前湘酒产业在这三方面已赢得十分可喜的发展优势。在当前全国白酒产业结构步入调整、各大酒业板块休养生息的关键时刻，湘酒如能抓住有利时机、充分发挥自身优势、迅速脱颖而出，必将对全国白酒产业的整体格局形成巨大冲击，它给中国白酒产业未来发展带来的影响不可小觑。 ●

位，以一流的产品品质风范赢得并且确立其文化名酒引领者的至尊地位。

这是构筑“酒鬼”现代化营销网络平台、实现“湘酒鬼”未来腾飞发展的三大支柱，缺一不可。而只有当这三大擎天巨柱打造坚实了，“酒鬼”才能在今后的开拓进取中逐步走向辉煌。

我常对身边人讲，我们总是习惯于站在湖南省、站在全行业、站在中国白酒市场的角度看“酒鬼”，其实这还远远不够。我们还必须跳出这个境界，站在世界经济这个大环境、大体系之上去思考“酒鬼”，去审视整个中国白酒产业的未来走势和发展趋向，这正是我们制定第二个“三年计划”时必须面对的抉择。在我们的战略构想里，当“酒鬼”到达第二次融资标准的时候，我们企业必须跨出国门，走向世界，而这才是我们“湘酒鬼”赢得未来发展的战略目标。 ●

酿酒科技杂志社邮购书刊

书刊名	邮购价	书刊名	邮购价
《酿酒科技精选(1980~1985)》	20元/册	《酿酒科技》2004年	65元/年
《酿酒科技》1998年合订本	58元/册	《酿酒活性干酵母的生产与应用技术》	12元/册
《酿酒科技》1999年合订本	60元/册	《世界蒸馏酒的风味》	6元/册
《酿酒科技》2000年合订本	65元/册	《中国酒曲》	35元/册
《酿酒科技》2001年合订本	70元/册	《生料酒技术》	42元/册
《酿酒科技》2002年合订本	75元/册	《酿酒科技》世纪光盘(1980~2000年)	380元/套
《酿酒科技》2003年合订本	80元/册		

需订阅以上书刊者，请直接汇款到本刊社邮购。地址：贵阳市沙冲中路58号(550002)；电话：(0851)5796163；传真(0851)5776394；联系人：吴萍