

王国春： 五粮液未来只会更好

【文/李梦冰 贺玲】



在五粮液集团当家 22 年的王国春，面对目前拥有 19 个子公司、涉及 14 个行业，非酒业收入已经达到几十亿的五粮液，他毅然说：“五粮液的发展还不够。”

如今，这个五粮液神话的缔造者正在带领五粮液开始第二次飞跃。

概括一生： 12 个字足矣

“以久为真，集杂成纯，苦斗自圆。”在形容自己在五粮液这 22 年时，王国春简单地用 12 个字概括。

学习机械制造的王国春，是个典型的杂家。1985 年出任五粮液酒厂厂长到现在，在五粮液打拼了整整 22 年，让五粮液从一个小酒厂成为了中国白酒的领军企业，而他，却将自己定位为一个职业经理人，只给自己打了 60 分，表示自己才刚刚及格。

已过“耳顺”之年的王国春，仍在五粮液忙碌着，他用“上午‘口干舌燥’，下午‘眼花缭乱’”来形容自己工作时的状态，而真正能安静下来休息的时候，他喜欢听听收音机，原因是不用眼睛看，不用嘴巴说，才能放松。

但王国春却一直没有停下对五粮液前途的思考。“白酒行业的竞争很激烈，五粮液在发展了这么多年之后，仍然需要进一步的改革。”而他希望，五粮液的员工能像仙人掌一样具有顽强的生命力。

超越胜利：将五粮液做到行业第一

2007 年的五粮液发展非常迅速，根据 2007 年度“中国最有价值品牌”研究评估报告显示，五粮液品牌价值突破 400 亿元，连续 13 年成为中国食品行业最具价值品牌，而五粮液的出口量占全国名优白酒出口量的 95%，真正让世界认识了中国的五粮液。但在这样的光环之下，王国春却表示，五粮液还需要更多的努力。

2007 年 3 月，五粮液开始渠道革命，宣布将用 5 年时间投入巨资进行终端渠道建设，专卖店将扩展到 2000 家左右，而同时，也开始了五粮液打造中价位酒品牌的道路。“我们在收缩旗下的子品牌，实行‘1+9+8’的品牌策略，即 1 个世界级品牌，9 个全国性品牌，8 个区域性品牌的方法，让五粮液 40 万千升的生产能力满足调整后的生

产。”王国春如是表示，希望能将五粮液旗下的五粮醇、老作坊等中价位品牌让更多的消费者认识并接受。

风口浪尖： 五粮液资产整合加速

2008 年一开始，五粮液又成为了焦点，五粮液资产整合也是股民最关心的事情。“很多人都关心五粮液的关联交易问题，期待着五粮液的资产尽快整合，我们也尽力满足大家的愿望，将原计划 3 年完成的事情，在 1 年内解决。”王国春说，“现在正在进行资产评估，评估结果将在 9 月底、10 月初出来。希望在今年之内完成五粮液集团的这个巨大的资产整合。”

据了解，五粮液上市的时候，由于指标受限，上市初只有一部分酒生产车间实现了上市，第一次配股之后，才将生产酒的车间全部装入上市公司资产内。相关的酒瓶、酒盖、包装等公司一直属于五粮液集团，由于没有一家公司能够满足五粮液上市公司对相关产品的需求，所以一直是由五粮液集团的下属公司在进行生产并供给，这里面的关联交易一直被外界所关注。“关联交易的出现是有历史原因的，现在我们加快了整合的速度。”而对进出口公司未注入上市公司一事，王国春解释是为调整上市公司业绩上的巨大起伏，“白酒销售有很明显的旺季和淡季的区别，这对上市公司的效益影响非常明显，进出口公司有一个非常大的功能就是减少五粮液大起大落的业绩，保障股民的收益。”

王国春很有信心地透露道，今年上半年，五粮液上市公司实现利润 17 亿元，五粮液未来只会更好。

李育森的葡萄庄园梦

【文/张辉】

葡萄庄园这个充满诗意的名称，如今在新疆巴州和硕县委书记李育森的脑海里，已逐渐形成一幅提升和硕经济快速发展的蓝图。

近几年，和硕当地的旅游和石材产业不断升温，而棉花产业由于附加值低、产业链短，加之棉花市场的跌宕起伏，不再“一枝独秀”，县委书记李育森认为，要实现农民共同富裕，还得从调节种植结构着手，而种植酿酒葡萄就是一条最佳的途径。

李育森的这一想法并非空穴来风，而是经过多次实地考察、县委班子多次开会研究和邀请专家多方论证的结果。

据考证，和硕县种植葡萄的记载可以追溯到 1500 年前，而且葡萄以品质好、品种多闻名于世。专家也证实，和硕县的地理位置和气候条件与享有“红酒之都”之称的法国波尔多纬度相近，属中温带大陆性干燥气候，非常适合栽培酿酒葡萄。而且，和硕县附近博斯腾湖的湖水反射出的大量蓝紫光和紫外线，有利于酿酒葡萄的糖分积累，且糖酸比例适中，用这样的葡萄酿出的葡萄酒不仅颜色纯正，而且香气和口感都具有较高的品质。

这么好的资源优势，为什么长期以来一直被荒废？李育森说：“其实，我们县有 3 家生产葡萄酒的企业，但一直都面临着酿酒葡萄原料缺乏的状况，企业为此不得不从其他地方收购酿酒葡萄，企业领导还要托关系，但即使这样，3 家企业 1 年中有 2/3 的时间处于停产状态。”

“葡萄酒厂就在家门口，面对这么好的挣钱机会，农民为何不敢大胆种植酿酒葡萄呢？”对此，李育森感到纳闷。

县委领导班子开始实地调查其中的原因。

他们了解到，光靠“种 1

亩棉花能净 1000 多元，种 1 亩酿酒葡萄的收益是种 1 亩棉花的 2 到 3 倍”的宣传没用，因为一户农民只有二三十亩地，种酿酒葡萄 1 亩地至少要投入 2500 元左右，而刚开始的 3 年葡萄不结果没有收入……种种顾虑致使农民不肯响应县里的号召。

和硕县要想处处展现葡萄酒庄园的景象，李育森认为首先要改变农民的思想认

就可得到 250 元左右的补助”等一系列优惠政策，采用“基地+企业+农户”的发展模式和套种其它农作物的方式，大力推进酿酒葡萄的种植面积。

农民的顾虑由此逐渐被打消了，种植酿酒葡萄的积极性高涨。

李育森的眼里，“葡萄酒庄园梦”不仅仅是大片的葡萄种植基地。他说，和硕县“葡



和硕县葡萄酒产业发展论坛现场

识。

2007 年年初，李育森和县委领导班子一面深入田间地头与农民谈心交朋友，聘请专家为农民讲解种植酿酒葡萄的方法和回报，一面出台《加快发展葡萄酒产业的意见》，将酿酒葡萄作为棉花的替代产业予以扶持，并制定了“农民每种 1 亩酿酒葡萄，

葡萄酒庄园”的目标是打造我国西部最大的酿酒葡萄种植基地，到 2010 年，力争使葡萄酒的种植面积达到 10 万亩，同时，吸引国内知名的葡萄酒生产厂家到和硕建厂，当知名葡萄酒的瓶子上标明“产区是和硕”时，才真正意味着和硕的“葡萄酒庄园梦”梦想成真。

冲瓶、灌装、封口三联机

适用于白酒、黄酒、葡萄酒的定量灌装。

生产能力：
6 千瓶/小时；
1 万瓶/小时；
1.5 万瓶/小时

青州齐鲁包装机械有限公司

定货热线：0536-3201127 3201128 3201129
传真：0536-3203199 http://www.qlbz.com

中国酒业创新联盟企业展示(一)

联盟热线:010-68316979 0535-6633131

岁月历练 尊贵品位

1772 年 1862-1902

会稽山绍兴酒有限公司

地址：浙江绍兴柯桥鉴湖路1008号
邮编：06751 842922

您的位置

花冠酒 中国驰名商标

花冠酒业集团有限公司

招商热线：0530-8166928

陕西名牌产品 陕西著名商标

谢村黄酒 中国北派黄酒代表作

陕西秦洋长生酒业有限公司

孔府家酒 儒家文化城市品牌 中国礼仪文化专用酒

出品：曲阜孔府家酒有限公司
招商电话：0537-4413100 4413200
网址：www.kfj.com.cn

國井·扳倒井

中国特有的非常富油重酒 市王特人的芝麻香型白酒生产基地

招商电话：0533-8970789
地址：中国酒都山东菏泽市牡丹区

迁安市贯头山酒业

秉承传统工艺 洞藏陈酿 发酵酿造 五粮原香型白酒 利用安徽制冰开发酿造 T 型、半 T 型果酒和葡萄酒

欢迎全国各地有识之士光临

电话：0315-7082445
传真：0315-7988152
网址：www.mjgs.com

宁夏红 枸杞果酒

每天喝一点 健康多一点

质取精华 颐养人生

芝罘岛 尊爵天下 礼仪四方

烟台芝罘岛海洋生物科技有限公司

电话：0535-6849267 8260099 传真：0535-6826698

您的位置