

# 五粮液香飘秋季糖酒会



在历届糖酒会上，五粮液的展台都会挤满无数的经销商和消费者，这一届秋季糖酒会也不例外。吸引人们的除了五粮液的浓香和巨大的品牌号召力，还有品牌背后强大的实力支撑，以及作为一家大型国企的强烈的社会责任感。

五粮液集团公司总裁、五粮液股份有限公司董事长唐桥介绍说：今年1-9月，五粮液集团公司完成销售收入243.05亿元，同比增长20.07%；利税49.01亿元，同比增长46.3%。其中，累计销售五粮液系列酒52396.65吨，完成吨酒销售收入85.13亿元，同比增长13.34%。虽然受到了金融危机等多种因素的影响，五粮液今年仍将按预定目标完成两个历史性突破：第一，五粮液上市公司销售收入突破100亿，第二，一级酒突破1万吨。从秋季糖酒会来看，五粮液仍然处于供不应求的状态，这将推动下半年的生产和销售产生一个强劲增长。

作为中国白酒行业的骄傲，中国传统文化的代表，一家深具社会责任感的企业，五粮液在规模、质量、品牌、社会与经济效益、市场占有率等方面一直稳居行业前列。

## “十里酒城”规模铸就经营优势

位于宜宾市的五粮液十里酒城，是世界上最大的酿酒生产基地。这里拥有全球规模最大的发酵池，有29882个，比其他几大品牌的白酒发酵池的总和还要多；拥有4万吨级的世界最大酿酒大车间，年产100吨的世界最大的酒窖，1000吨级的世界最大的酒库，30多条装备精良的包装流水线，每天有100多辆专车将五粮液系列酒送往四面八方。

遥想80年代初，五粮液还只是一个生产能力只有3000多吨、员工不足千人的小厂。在以王国春厂长为核心的领导班子带领下，五粮液通过“三大步”的成功跨越和数次战略转型，完成了规模的蜕变。五粮液不仅成为全球规模最大、生态环境最佳的白酒生产基地，年产量超过45万吨，而且在现代制造业、现代工业包装、光电玻璃、现代物流、橡胶制品、现代制药等产业多元化发展的道路上也建立起系列优势，从最初的手工作坊变为拥有下属5个子集团公司、12个子公司，占地10平方公里，现有职工30000人的现代化大型企业集团。

目前，五粮液集团公司的经济效益已相当于1986年前的160个五粮液酒厂，连续14年高速增长，并连续14年稳坐全国酒类行业的头把交椅。除了获得“中国酒业大王”的荣誉外，五

粮液的发展过程中载满各种荣誉。自1915年首获“巴拿马万国博览会”金奖以来，五粮液酒又相继在世界各地的博览会上共获39次金奖。同时，五粮液还是我国酒类行业唯一两度获得国家质量管理奖的企业。

为了满足消费者的需求，五粮液的产品线也越来越丰富，目前形成了以五粮液为龙头，囊括了六和液、五粮春、五粮醇等50多个品牌的几百种规格的系列酒，同时强势推行“1+9+8”品牌战略（即1个世界性品牌，9个全国性品牌，8个区域性品牌）。此外，五粮液还在酝酿酱香型白酒的上市，酒种数量的规模将更为可观。

## 极致品质是五粮液永远的追求

产品的品质，是品牌得以发展、企业得以生存的基础。只有完美的品质，才能获得消费者的认可，才能保证品牌和企业的发展。

地理学家最新发现，五粮液所处的地理位置，位于北纬27°50′—29°16′之间，这正是广受人们关注的神秘的北纬30度地带。五粮液所在地宜宾拥有着同其他北纬30度地带一样的神秘气息。这里属亚热带到暖湿带的立体气候，常年温差和昼夜温差小，湿度大，特别适合空气中的微生物和古窖池群中微生物共同构成立体的微生物群落。

在这特有的生态环境里，五粮液古窖池群600多年来从未停止过发酵，参与古窖发酵的微生物多达150多种，每克古窖泥含有上亿个微生物。五粮液采用独特的“包包曲”为糖化发酵剂，五种粮食配方，并以其独特的传统工艺，采用“跑窖循环”、“固态续糟”、“双轮底发酵”等发酵技术，“分层起糟”、“分层蒸馏”、“按质并坛”等国内酒行业中独特的酿造工艺，形成了酒味丰富、浓厚、全面的风格特点。

五粮液在继承传统白酒酿造工艺的基础上还不断进行创新，做到“该传统的一定要传统”，“该创新的一定要创新”，从根本上保证了五粮液酒的口感和质量。同时，五粮液坚决贯彻“质量是企业的生命，为消费者而生而长”的质量观，始终坚持从原材料起进行全程的监控，耗费巨资引进世界先进的设备仪器，对每一批产品进行检测，每一瓶五粮液产品都要经历36道“防线”，72个产检点的考验，以切实的行动向消费者做出质量承诺。五粮液投入3亿元正在建设的最大的白酒检测中心将于明年投入使用，将使五粮液的品质更上一个台阶。出于对品质的不懈追求，五粮液在浓香

型白酒行业中拥有技术主导地位，成为“全国白酒标准化技术委员会浓香型白酒分技术委员会”秘书处承担单位。

## 千年文化凝成品牌优势

2008年在美国纽约发布的“全球最有价值品牌中国榜”显示，2008年五粮液品牌价值已达450.86亿元，连续14年位居食品行业第一。五粮液的牌龄历经百年，从中国走向世界，不仅得益于近年来的强势品牌打造，更离不开千年文化的底蕴作为支撑。

五粮液这个拥有3000多年历史底蕴的文化名酒，是中华民族聪明智慧的结晶。“酒都”宜宾，酒文化的历史源远流长。从古老的燹人的“蒟酱酒”，到唐宋时代的“荔枝绿”、“姚子雪曲”，从明清时代的“杂粮酒”到五粮液，至今走过3000多年的历史长河。集大米、糯米、小麦、玉米、高粱五种粮食之精华的五粮液，味觉层次全面而丰富，调动了人的视觉、嗅觉、味觉三种美感的最佳享受，体现了中国“和谐”文化中的最高境界，因而深受杜甫、黄庭坚等历史文人的青睐，留下了千古传颂的佳句。

20世纪90年代，根据“经济全球化”的趋势，五粮液集团公司提出“全球配置资源，全球寻找市场”的对外经济发展理念，开始进军东南亚、远征俄罗斯、出征英国、法国、美国等西欧和美洲国家。近几年，五粮液国际化成绩斐然，代表中国民族品牌参加了对外交流活动，在韩国和日本拥有一大批忠实消费者。通过国际营销渠道，五粮液已经逐步融入欧美等发达国家的主流市场，沃尔玛、家乐福、麦德龙、乐购等国际零售业巨头们争相来到宜宾，与五粮液签订全球战略合作协议。目前，五粮液系列酒销售范围已经覆盖到五大洲，保持出口创汇占整个中国白酒出口额的90%以上。

2008年，《华尔街日报》公布的“亚洲200家最受尊敬企业调查”结果，五粮液等十家企业摘取“中国十大最受尊敬企业”桂冠。2009年9月12日，由中国酒流通协会和中华品牌战略研究院(CBI)联合新浪网、中国日报等多家权威媒体共同推出的首届“华樽杯”中国酒类品牌价值评议结果发布，五粮液以501.69亿元人民币名列中国酒类品牌价值榜首。

唐桥认为，品味五粮液，品味的是中国千年传统文化与酒文化的完美结合，品味的是中华民族五千年发展历史的厚重积淀。五粮液品牌的国际化之路，也是中华文化的传播之路，五粮液一直致力于通过自身品牌的扩张来提升中华文化在国际的影响力。

## 用社会贡献来勾兑和谐

五粮液作为国内最大的白酒企业、四川最大的工业企业之一，对带动当地经济、对四川经济的发展、对白酒行业的发展都做出了不可估量的贡献。

传统酿酒业属于高消耗、低利用、高污染的行业，同时产生大量的废弃物和污染物。从1995年开始，五粮液提出了“三废是放错位置的资源”污染治理要讲求经济效益”等理念，组织科研技术人员进行一项项技术攻关。经过多年的不懈努力，五粮液三废治理走在了同行业的前列，从粮食购进酿酒，到废弃酒糟最后生产白碳黑，形成了完整的绿色循环生产产业链，实现了环境保护和经济效益双赢局面。2008年，中国酿酒工业协会向全行业发文“关于开展向五粮液发展循环经济增强可持续发展学习的通报”。

近年来，公司在文化领域、教育领域、社会公益事业中积极发挥自身作用，在抗洪救灾、对口扶贫、希望工程、朝霞工程、拥军等社会公益事业中真情回馈社会，用自身的行动诠释了企业社会责任的内涵。公司不仅为社会提供了3万多个劳动就业岗位，而且带动和促进了当地“三农”问题的解决，还积极响应政府号召参与扶贫工作，出资帮助农民修建抽水站、水库、堰塘、道路等。尤其是2008年，汶川特大地震发生后，五粮液在第一时间组织车辆前往成都抗震救灾指挥中心协助救灾运输工作，随后不断向灾区运送帐篷、被子、床垫等大量的生活必需物资，并积极参与灾后重建。据统计，在抗震救灾和灾后重建工作中，五粮液集团公司累计向灾区捐赠物资近7000万元，并于同年获得我国社会公益和慈善事业中最高级别的国家政府奖——“中华慈善奖”。

企业作为推动经济社会发展的重要力量，必须承担应尽的社会责任，五粮液用实际行动践行了“科学发展，构建和谐，员工富、企业强、社会贡献大的世界名牌公司”的企业愿景，得到了全社会的尊敬和认可。超前的思维，完美的品质，勇于承担的责任感，难以复制的综合实力，是五粮液不断向前的推动力。五粮液人深知：真正成就了五粮液今天的，还是众多经销商和消费者的认可与信任。信任越深，五粮液的责任就越大。唐桥表示，五粮液属于中国，更属于世界，她承载着中国白酒的光荣与梦想。作为中国白酒的代表和领导者，五粮液将一如既往的用不断追求精益求精的品质回报消费者，用社会责任的履行回报国家和人民，依托千年文化和百年品牌，依托五粮液人不懈的努力和坚持，相信中国白酒和中国传统文化将在香飘世界的征程中走得更稳健，更遥远。

