



“我们要立足更高，站位更高，用更宽的视野，来看待中国酒业的发展。所以，一定要加强合作，尤其是在‘走出去’的过程中，要抱团发展，每家企业都能够发挥各自的积极性，都能取得好成绩，每一家酒企的成功，都代表着中国白酒的成功。”

李曙光：中国酒企携手，让中国白酒和白酒文化唱响世界

本报记者 龚友国

“五粮液是中国浓香型白酒的典型代表和行业龙头企业，拥有行业数量最多、规模最大、历史最悠久，并保持连续生产的明清古窖池群。集团去年收入利润增长好于预期，好于行业平均水平，今年我们将跨越千亿台阶，提前一年实现‘十三五’发展目标，并将尽快创建世界500强企业。”在全国两会四川代表团全团会议上，全国人大代表、五粮液集团董事长李曙光如是说。

提前实现千亿目标，尽快成为世界500强企业，以“做强主业、做优多元、做大平台”为战略核心，大力推进改革，创新升级，坚守绿色发展底线，积极履行社会责任，在做大做强使命感和紧迫感的推动下，五粮液正在向高质量发展的道路上阔步前进。

创新获得澎湃动力

在今年的政府工作报告中，李克强总理指出，我国发展仍处于重要战略机遇期，拥有足够的韧性、巨大的潜力和不断迸发的创新活力，经济长期向好趋势没有也不会改变。

在此背景下，李曙光认为，中国白酒行业也将长期处于以结构性繁荣为特征的新一轮发展的长周期。不断服务和满足“人民日益增长的美好生活需要”，借力消费升级的强大带动；围绕供给侧结构性改革，积极进行白酒品质与服务提升，加速渠道变革和生产智能化；加大开放步伐，全面走出国门，这一系列的因素为中国白酒带来了新的发展机遇。

2018年，五粮液集团实现销售收入931亿元，同比增长16%；利税323亿元，同比增长45%。酒业主业进一步提质增效，销售收入占比实现大幅提升；数字化转型稳步启动，产品体系更加强化，国际国内合作与“走出去”战略迈出新步伐……这一系列成绩，不仅是五粮液集团高质量发展的生动展

示，也是实现又好又快发展，跨越千亿台阶，提前一年实现“十三五”发展目标，尽快创建世界500强企业的底气所在。

通过战略创新、品牌创新、营销创新，实现追赶型、跨越式发展，从2017年开始，五粮液进行了史无前例的改革，上至制度、模式，下至渠道、市场，无一没有涉及。

“做强主业、做优多元、做大平台”是五粮液发展战略的核心。聚焦白酒主业，重新塑造浓香型白酒的龙头地位形象，以高质量的产品品质为发展奠基，实现差异化竞争是五粮液发力的重点。在聚焦主业、做强酒业的同时，五粮液持续瘦身健体，处理好多元化经营和聚焦主业的关系，着力做优大机械、大金融、大健康等多元产业，提升核心竞争力。

“重新回归品牌、市场和市值的龙头地位”是李曙光为五粮液定下的目标之一。2017年以来，五粮液实施了全新的品牌价值定位，开始了大刀阔斧的改革，推出了“大国浓香·中国酒王”的全新品牌形象，提炼出“天地精华、民族精神、世界精彩”的品牌内涵，并进一步梳理系列酒品牌，将130多个品牌减少至40多个。与此同时，围绕高端酒系列及年轻化、时尚化、低度化系列，五粮液正式迈入品牌“1+3”时代，为打造更加开放、创新、国际的五粮液奠定了坚实的基础。

市场营销战略方面，五粮液已从传统的生产型、贸易型向营销型、终端型企业转变，专注于服务和智能两个重点领域。正以全球视野引入移动互联网、物联网、区块链等技术，充分利用新兴技术优势开展质量管理，大力推进基于大数据和更加面向终端消费者的“百城千县万店”工程建设；加强与IBM的深入合作，积极推进营销体系的改革转型，确立了“1365”数字化转型战略，并完成以“一个工程，三个体系，三个平台”作为全新支撑的数字化平台规划；五粮液数字化转型已取得阶段性胜利，五粮液大数据项目已完成90%的进度。依靠数字赋能，产供销环节全

面打通，五粮液的发展获得了澎湃的驱动力。

据李曙光介绍，升级版的经典水晶瓶五粮液和源自明清古窖池的高端五粮液产品，即将上市。在超大规模内需消费市场的支撑下，在消费结构升级的带动下，五粮液通过一系列创新升级举措，在又好又快的发展道路上越走越稳。

质量第一效益优先

到“十三五”末营收提前一年跨越1000亿元台阶；到2020年，一级基酒产量达到3万吨；通过推动五粮液量价齐升和实施并购重组，使酒业营业收入增长到800亿元；进一步提高酒业效益，使五粮液利润总额达到300亿元以上，这是五粮液定下的“1383”战略新目标。

作为一家多元化发展的大型国有企业集团，酒业始终是五粮液的核心主业，因此做大做优做强酒业主业，是实现五粮液企业战略目标的根本保障。

在接受《中国企业报》记者采访时，李曙光表示，与上一轮白酒发展的黄金期不同，现在的白酒行业虽然仍处于增长态势，但已经进入了结构性调整阶段，中国白酒行业将进一步向优质品牌和优质产能集中。“在高质量发展过程中，保持又好又快的发展态势，首先要做的是质量第一，效益优先，精益求精地做好品质，做好品牌。”李曙光说。

“工艺创新、酒体创新”是五粮液供给侧结构性改革创新的核心内容，围绕“补短板，拉长板，升级新动能”，进一步打造优选优质白酒品牌，满足人们对美好生活的向往，适应和引领消费升级的新需求这一目标，五粮液在白酒主业一直坚持。“用心不计代价、用工不计成本、用时不计岁月，去酿造每一瓶好酒”的理念和品质，支撑起了拥有“天地精华、民族精神、世界精彩”独特品牌文化内涵的五粮液。

在坚守质量底线，不断提升白酒品质的同时，五粮液的白酒产能也在逐步提升。2017年，五粮液

新建10万吨原酒产能，一期5万吨建设工程已经开工；同时，还开工建设了30万吨原酒储存工程，保证所有原酒储存三年后再装瓶投放市场，进一步提升五粮液全系产品的品质，把白酒的时间价值充分发挥出来。此外，为了从源头上强化五粮液白酒的品质，五粮液还与江苏农垦集团、中化农业等专业农业集团合作，升级打造了五粮液酿酒专用粮基地。

目前，我国酒业正在从“主业和实业竞争”向“产融和市值竞争”过渡，除了做强主业、聚焦主业外，进一步优化“1+5”产业布局，即在做大酒业主业的同时，在大机械、大物流、大包装、大金融、大健康5大产业领域进一步提高市场竞争能力。

五粮液连续入选世界品牌实验室世界品牌500强榜单，而尽快迈入世界500强，打造具有世界竞争力的一流企业才是五粮液近期追求的主要目标。

绿色发展生态优先

在高质量发展过程中，贯彻落实好新发展理念尤为重要。“绿色发展，生态优先，建设好酿酒产业园区，这对五粮液来说非常重要。因为，做酒从某种意义上讲就是在做生态环境，所以一定要把生态环境建设好。”李曙光说。

李克强总理在政府工作报告中也指出，绿色发展是构建现代化经济体系的必然要求，是解决污染问题的根本之策。因此，对于一家现代企业而言，坚持绿色发展，像呵护生命一样保护生态环境是底线问题。

地处长江上游生态屏障核心地区岷江河畔的五粮液，为了更好地保护周围的生态环境，近年来高起点规划、高标准要求，正在打造以酿酒生产为主导，集特色生态、文化体验、工业旅游为一体的世界级一流产业园区，力争成为全国白酒行业绿色发展的新标杆。

坚守生态环保的底线，坚守产品品质的底线，在此基础上，五粮液也在大力推广中国白酒文化，在国际上提振中国白酒品牌形象。

据李曙光介绍，五粮液拥有行业数量最多、规模最大、历史最悠久，并保持连续生产的明清古窖池群，已经有650多年的历史。五粮液酒传统酿造技艺已入选国家级非物质文化遗产。“通过文化交流，把我们古老的发酵技术介绍给世界，让世界了解中国的白酒文化，让我们的酿酒工艺成为世界级的文化遗产，这对中国白酒行业的发展有很大帮助。”李曙光表示。



李曙光

2017年12月，五粮液牵头成立了“一带一路”国际名酒联盟，这也是世界第一个国际名酒组织，保乐力加、帝亚吉欧、富邑、百富门等众多酒业巨头都是联盟成员。在积极与国际知名企业合作的同时，五粮液的国际营销体系也已逐渐完善，在欧洲、美洲、亚太地区布局了三大国际营销中心，“走出去”步伐逐年加快。

在此过程中，把商品贸易与产业投资相结合，把文化交流与经济交流相结合则是五粮液“国际化”的主推模式。正因为此，五粮液的身影也经常出现在夏季达沃斯论坛、G20杭州峰会、厦门金砖峰会、阿斯塔纳世博会等大大小小的国际会议上，成为闪亮的“国家名片”。

李曙光说，本着共享合作，纵横连横，拥抱世界的开放心态，近年来五粮液也与茅台等兄弟酒企，开展了广泛的合作，朋友圈逐渐扩大，抱团发展弘扬中国白酒文化，展现中国白酒品牌的国际形象。“一花独放不是春，百花齐放春满园”，本着“开放、包容、协作、分享”的精神，五粮液与越来越多的中国酒企携手，让中国的白酒和白酒文化一步步唱响世界。

谈及开放合作问题时，李曙光用了博弈论中的“零和”概念，“零和”是指博弈双方的收益和损失相加总和永远为“零”，双方不存在合作的可能。李曙光认为，在未来，零和游戏是绝对行不通的，零和思维一定是死路一条，任何企业都要以共享、共赢的心态来推动自身的发展。“我们要立足更高，站位更高，用更宽的视野，来看待中国酒业的发展。所以，一定要加强合作，尤其是在‘走出去’的过程中，要抱团发展。我希望每家企业都能够发挥各自的积极性，都能取得好成绩，因为每一家酒企的成功，都代表着中国白酒的成功。”李曙光补充说。

中国白酒如何才能更好地走向世界？这不仅取决于酒企自身的强大，同时也离不开国家的大力支持。为此，李曙光在全国两会四川代表团全团会议上提出了建议，他建议国家要进一步加大白酒的国际化发展支持力度，出台白酒出口专项政策，积极推进制定白酒国际化标准，多措并举争取贸易平等，经贸交流与文化交流相结合，持续提升白酒的国际市场竞争力，向全世界讲好中国白酒文化故事。



五粮液牵头成立“一带一路”国际名酒联盟