

# 稳增长 促投资 看发展

## 宝鸡日报全媒体采访大型报道

### ——走进西凤集团

# 聚力打造翱翔长空的金凤凰

## ——西凤集团冲刺百亿目标路径探析

本报记者 谭逊 庞文渊

初秋的雍州大地,金风送爽,如诗如画。正当全市上下贯彻落实市委十二届六次全会精神之际,8月22日,记者走进位于凤翔县柳林镇的西凤集团。只见厂区内外干净整洁,绿树掩映,花园似的工厂,犹如一幅水墨画,空气里弥漫着醇厚的酒香。制曲制酒车间改扩建项目工地塔吊林

市场的强劲东风显得尤为重要。今年初,西凤集团与清华大学规划设计单位签约,就厂区的规划和重建进行精细设计,启动西凤酒博物馆建设,丰富并充分体现西凤品牌文化内涵,体现西凤的历史和特色。今年6月,西凤集团邀请全球文化学者在宝鸡举办了“西凤酒‘一带一路’高峰论坛暨

10多个项目已进入实质性阶段。

### 路径三

#### 品牌整合,核心产品更上层楼

品牌强、企业强。品牌是抢占市场的一大利器,也是提升企业竞争力、辐射力、带动力的金字招牌。

营+互联网”多渠道营销模式,让“经营、销售、监管、服务”并行管理、同向发力;市场布局上,巩固大本营、拓展大外围,引进“风行天下”销售英才,围绕千家西凤酒直营标准化、规范化专卖店,加强大数据数字化管理,畅通渠道,互联互通,提高自我管控能力;营销队伍上,面向全国招募精英,打造千人营销团队,吸引国内外顶级营销专家、团队加盟,建立完善激励机制,奖勤罚懒、优胜劣汰,进一步激发营销队伍竞争力。

目前,西凤集团已完成营销体系顶层设计,全面启动了总部1号专卖店。在陕西、河南、浙江3个省设立3个特区市场,在佛山、银川、扬州、石家庄等9个城市设立样板市场,其余市场布局专卖店和营销团队招募工作正在有序开展。

张正表示,“西凤的改革只有起点没有终点。”当前,西凤集团新一届领导班子正团结带领全员上下,紧扣冲刺“百亿西凤”目标不放松,以时不我待的责任

感和使命感,坚定信心、迎难而上、敢于担当,深入发掘西凤酒深厚历史文化底蕴及品牌价值,用实干苦干的实绩,让具有三千年历史的西凤酒重振雄风!



西凤酒灌装生产线



抽检员检查产品质量

立,工程车辆往返奔波,呈现出追赶超越、比拼争先的豪情和干劲。

今年以来,西凤集团新一届领导班子高擎深化国企改革大旗,不断推进供给侧结构性改革,在扩增量、盘存量、留容量、提质量上出实招、下硬功、求突破,用超前思维实施品牌战略,营销体系日趋完善,高质量发展后劲十足。前7个月,呈现出产销两旺的良好发展态势。

面对新时代、新任务、新挑战,“酒中凤凰”如何重振雄风、展翅腾飞、冲刺百亿?西凤人正在奋力探索——

### 路径一

#### 系统提升,改革创新再造动能

作为老牌国有企业,观念陈旧,缺乏活力和竞争力,落后的体制机制与激烈竞争的白酒市场环境之间的矛盾长期制约着西凤酒的发展。

西凤集团党委书记、董事长、股份公司董事长张正表示,只有改革创新,激发企业高质量发展、永续发展的核心竞争力,才是企业常胜之源。因此,他们更注重西凤系统性平衡和“内外兼修”,充分重视“人才、品质、文化、营销、科技、产品力”的综合运用。

今年以来,西凤集团围绕做强做大白酒核心主业,聚焦经营业绩目标进行了一系列的改革。重新构建了公司治理结构和内控体系。从人事、薪酬、绩效、福利待遇制度和财务管理制度、对外投资管理制度、子公司运营管理制度及效能监督等方面,进一步健全灵活高效的市场化经营机制,从顶层设计上推动公司发展实现质量变革、效率变革、动力变革。

创新最需要的是人才。今年

以来,西凤集团打破原有论资排辈的用人标准,分别在社会上和全公司实施公开人才选拔计划,通过行业挖掘、竞聘上岗等方式,选拔一批“愿干事、敢干事、干实事、干成事”的专业型人才。

文化是品牌的灵魂。西凤酒有着三千年不断代传承史。在已有的展现方式下,激活这一宝藏,赋予它新的表现形式,让文化力成为西凤扬帆

全球征文大赛颁奖盛典”,进一步彰显西凤的文化软实力,不断提升品牌影响力和消费者的认同感。

### 路径二

#### 产能突破,猛增体量储备后劲

张正告诉记者,深化改革是破除制约国企发展瓶颈的“金钥匙”。在当前包括西凤酒在内的国家名酒快速复苏期,他们将用战略思维、超前眼光、国际标准,积极与世界白酒行业接轨,敢于刀刃向内弥补短板、疏通堵点、攻克难点、治理痛点,发挥优势、释放产能,加快新旧动能转换,促进产业转型升级。

基于这一认识,西凤集团向改革要效益,重新规划布局,启动实施古法酿造生态展示区、科技文化综合服务区、制曲制酒扩能以及万吨酒海、数字化工厂等重点项目,为推动高质量发展增强后劲。

今年4月,西凤集团扩能项目全面开工建设,计划三年之内分两期实施完成。项目建成后,优质基酒产能、制曲制造以及基酒贮存能力净增加3万吨以上。未来,西凤酒的基酒产能将达到年产10万吨以上。

随着新一轮信息技术产业革命的到来,西凤集团为了提升自动化水平,在继承传统工艺的基础上,依托互联网+,全面打造智能制造工厂,新建原料溯源、自动化酿酒、智能机器人品评勾兑、智能灌装仓储物流等智能体系。项目建成后,可实现从制曲、制酒、勾兑、成品包装、仓储物流等智能化全覆盖,进一步释放产能、提高效率、严控质量,提高酒体的质量稳定性。目前,总投资20多亿元的

为了聚焦打造拳头品牌,西凤集团重建了品牌体系,深化了品牌聚焦,确立了从低到高、从大众到高端的12大家谱产品,在以53度西凤酒珍藏版进入次高端市场后,对高端产品红西凤进行全面升级,建立以红西凤酒系列为引领的新型产品阵型。与此同时,以自我革新、壮士断腕的决心,对市场份额低、利润空间小的产品“减肥瘦身”,只做减法、不做加法,坚决予以淘汰,避免同质化竞争,净化了市场环境,提高消费者认可度、满意度、知晓度。

据西凤酒股份有限公司副总经理周艳花介绍,公司在实施核心品牌战略中,敢于亮剑,下重拳,今年先后砍掉了50%的“低赢利”产品,让旗舰品牌领跑市场,白酒销售产值不但没有降低,反而稳中有增。

### 路径四

#### 营销破局,开疆拓土“风行天下”

白酒作为一种传统产业,必须按照科学发展的观点,在品牌和品种上赋予新的活力,并最大限度地扩大其影响。

为了适应市场变化,西凤集团抓住深化体制机制改革这一主题,坚持问题导向,摒弃路径依赖思想,重新调整营销布局。机构设置上,将原来营销总公司划分为营销管理、品牌运行、电子商务三个公司,由“服务经销商”向“自主经营”转变,不断扩大市场占有率;营销管理上,建立“经销商+自主经

## 二维码里显匠心

### ——西凤酒质量管控现场见闻

本报记者 郑晔

“别小看这指甲盖大小的二维码,里面藏了西凤酒从原粮到佳酿的全过程信息。有了它,每一瓶进入市场的西凤酒既能正向质量控制,又能反向产品溯源,让消费者放心!”8月22日,在西凤集团成品包装第六车间,质量安全监管部部长姜承辉向记者“揭秘”西凤酒在质量管理上的匠心之举。

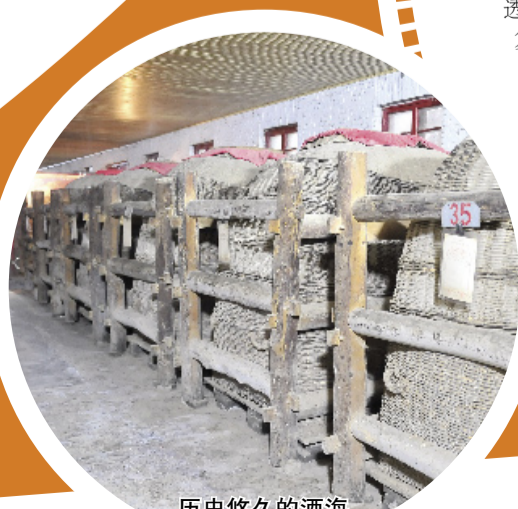
300多人的成品包装车间,明亮、洁净、有序,生产线上,一瓶瓶晶莹剔透的西凤酒,经过检验员在线逐瓶反复灯验,质量员对标查验,抽检员抽样检查之后,装箱、装箱,到达最后一道工序——操作员给每盒酒、每箱酒贴上一枚二维码。在检验员王美娇的指导下,记者扫码发现:每箱酒的“大码”和箱里每盒酒上的“小码”是一一对应的。而这个“码”不仅是防伪码,更是溯源码,消费者通过扫码,不仅能查到手中西凤酒的批次、生产时间、流

通过,甚至能追溯到生产车间、生产线、质量员等各种信息,既能正向控制,又能反向溯源,可谓“小小二维码,三防威力大”。

西凤酒有着三千年不断代传承史,西凤集团把精细化管理贯穿白酒生产管理的全过程。几代西凤人匠心传承,总结出西凤酒质量控制的7大关卡、55道防线。在原料采购、包材进场、大曲质量、新酒入库、品评勾兑、成品包装、成品出厂的每一个重要关卡,都设置了重重“防线”,以精细化管理实现了西凤酒从“田园到餐桌”的全过程监管。为了实现企业管理的标准化、规范化、透明化,通过信息技术达到防伪、防仿、防窜的目的,早在2013年,西凤集团就在全国酒类行业中率先建成大数据信息系统平台。今年,又投资近千万元,建立并优化产品溯源体系,为打造智能数字西凤打下了坚实的基础。“希望通过我们的每一分努力,让消费者感受到每一滴西凤酒都是用心酿造,每一瓶西凤酒均可追本溯源,从源头保证产品质量。”姜承辉说。



制曲车间一角



历史悠久的酒海