

踔厉奋发启新程 笃行不怠谱新篇

——西凤集团高质量发展回顾与展望

刁江岭

时光引领发展脚步，岁月铭刻奋斗足迹！2021年是西凤集团的“品质提升年”，这一年，西凤人锐意改革、开拓创新，完成了既定目标任务，实现“十四五”开好局起好步；2022年是西凤的“市场突破年”，锚定“突破百亿、复兴西凤、再造西凤、回归一流”目标，西凤人踔厉奋发，正在满怀豪情续写新篇章！



2021年是“丰收年”

满载盛誉与荣光

历史的如椽巨笔，常常在重要节点上，留下浓墨重彩的篇章。2021年是西凤历史上具有里程碑意义的一年，西凤收获了一系列令人瞩目的成绩：

西凤酒营收突破80亿元，创历史新高，完成了“十四五”分步目标；品牌价值达千亿元，名列陕西省酒类品牌第一名，位居中国白酒榜前列；蝉联中国500最具价值品牌，较上年上升16个位次，居第324位；荣获“2021年度最具匠心品质奖”；斩获“2021中国酒业金樽奖”“中国酒业最具增长潜力品牌”和“中国酒业明星产品”三大奖项；西凤酒酿造技艺列入国家非物质文化遗产名录，酿酒工业遗产群列入国家工业遗产名单……

陕西西凤酒股份有限公司荣获“全国五一劳动奖状”；荣获中国食品工业协会科学技术二等奖，被授予“企业党建优秀案例”荣誉称号；公司技术研发中心CNAS实验室通过国家认可委专家组复审；荣获2021年陕西省测量管理体系优秀管理实践奖；“中国轻工业凤香型白酒工程技术研究中心”顺利通过审核认定；中轻联、中酒协授予我市“中国凤香型酒城·宝鸡”称号……

西凤酒“333”项目提前一年完成，创造了“四个最”：首创国内窖池盖板水封法，建成全国首座八孔出料料壳系统，建成全国最长的840米酿酒物料正压输送系统，建成全国规模最大的智能化、数字化酿酒生产线。

五星红西凤、红盖老绿瓶西凤酒上市；西凤酒亮相首届中国国际消费品牌博览会，现场签约总额破亿元；西凤酒多次出口海外……

2021年是“提升年”

重新设定“品质密码”

中国名酒品牌的耀眼光环背后是卓越品质，是不断传承的工匠精神与科技的完美结合。西凤酒回归一流名酒序列，复兴三千年辉煌，精益求精把好质量关，铸造品质典范是关键一步。

2021年，西凤对标世界一流，先后建立原辅料、包材、大曲等新标准12项，完善《食品质量管理体系规定》等规章制度21项，突破原有质量维度，一体化推进质量管理体系和标准体系建设，实现品质稳步提升。

西凤实现数字化、智能化转型。在白酒行业率先应用全自动智能行车，采用装甑机器人、AGV翻曲机器人、DCS收酒、原料密压输送等智能系统，大幅提升品质管控的可靠性、稳定性和精准性，以数字化赋能传统酿造，将生产效能和基酒品质推向新高度。

西凤重塑了质量管理体系，强化全过程品质管控，从“人、机、料、法、环、策”维度全面优化“7大关卡、55道防线”，建立横向到边、纵向到点的品质管控网络，弘扬工匠精神，实施精益酿造，强化质量管控，严格工艺操作，实行全程质量追溯，做到质量管理每个环

节实时可控。

依托中国酿酒原料及品质安全研究院以及省博士后创新基地等科研平台，大力开展凤香型白酒工艺提升、新车间环境微生物改善等试验，推动西凤酒酿造工艺固化定型，有效提升了大曲和基酒的优等品率。

酒品就是人品。如今，在西凤每一个车间，质量管理“行为规范”



把好大曲成型关



精耕细作酿名酒



严格质量安全监控

已经成为“行动自觉”，各种制度，已经从墙上刻进了每一位西凤人的心中。

2021年是“创新年”

品牌市场布新局

作为凤香型典型代表和陕西白酒的龙头品牌，西凤酒具有历史文化和卓越品质两大显著优势，启动“高端化全国化品牌战略”，成为西

凤回归一流名酒序列的必由之路。

2021年，西凤全面实施形象提升和品牌复兴工程，锐意改革实现了破立之变。当年6月底，全面停产OEM贴牌产品，品牌经销商数量压减至45家。同时，头部五星红西凤和腰部红盖绿瓶战略产品荣耀问世，进一步完善了产品组合和矩阵，弥补了产品结构上的短板。改革的效果很快就凸显出来，

活动。西凤酒的广告登上全国20余组西凤高铁列车、127个高铁站和35个大型国际机场，西凤品牌宣传形成了权威与主流、媒体与媒介深度融合的全媒矩阵传播。

西凤聚焦“保容、增容、扩容”，重新布局营销市场。在省内，成功打造西安、宝鸡、安康、榆林四个核心市场，培育了一批千万级县区市场；在省外，建立“8+4+4”市场版图，山东、广西、海南等8个市场实现翻倍增长，天津、河南等3个市场同比增长超过70%，省外市场销售首次突破30亿元。西凤专卖店突破400家，全国经销商发展至2300家，市场可控终端销售网点达到39万家。同时，线上电商高速增长，海外市场稳步推进，整体市场呈现省内、省外，线上、线下，综合、品牌协调发展的全新格局。

2022年是“突破年”

营销改革再发力

2022年，是西凤跨越百亿的攻坚之年，市场营销这场硬仗怎么打？西凤挂出了“作战图”：聚焦高端化市场突破，加快环渤海、长三角、珠三角三大经济圈的深入运营，搭建全方位圈层营销新渠道，以高地市场引领、意见领袖带动，不断壮大中高端市场规模；继续优化市场结构和布局，坚持亿级特区市场巩固、维护、开拓并举，加快推进市场裂变，增加广东特区市场，打造陕西、河南两个10亿级特区市场，山东、河北、江苏三个5亿级特区市场，形成“4+3+9”（四大板块、三大经济圈、九大特区）市场新格局；推动电商板块运营思维迭代升级，探索开发多样化、时尚化、个性化、低度化白酒产品，满足不同消费群体饮酒需求，牢牢把握市场主动权；坚持用开拓的眼光，融入世界格局，持续发力海外市场，开辟一条既有西凤特色又有国际视野的发展之路。

今年，西凤将完成品牌管理中长期发展战略，完善《品牌复兴135行动纲领》，为未来3-5年的品牌建设、管理、推广等，提供一个较为科学、完善的品牌管理大纲。进一步巩固红西凤核心引领地位，不断优化产品结构，继续保持不低于10%的品牌删减。西凤将完成品牌资产保护系统性规划工作，加强知识产权保护，充分运用企业技术、生产、营销、法律等资源，加强品牌维权力度，提升品牌价值和美誉度。

2022年是“优化年”

再筑质量新高地

品质提升永远在路上。2022年，西凤将进一步优化完善质量管理、考核、奖惩等制度，强化全供应链质量监管，筑牢“质量”生命线；将市场和消费者的需求，作为技术研发与产品升级的重要衡量标准，在白酒的安全、营养、健康、口感等方面下功夫，科学论证西凤酒原产地地质、水文、气候的特点及西凤酒独特风格的成因，将“产学研”成果转化成为品质升级的强劲助力，全方位提升、释放西凤酒品类价值；加快推进凤香型白酒生产规范和技术标准的制定，持续开展生产工

艺改进、优化和固化工作，推动传统工艺与大数据、人工智能等新兴技术有机结合，实现优质基酒增产提质。

围绕“十四五”发展目标任务，进一步加大产业整合力度，努力实现集团高质量跨越式发展。一是加快集团产业优化布局，按照集团“一主四辅”产业发展规划，加速推进集团文旅产业发展，设计开发酒类文创产品，打造集团自营原粮基地，实现集团自营原粮基地与农旅融合以及工业旅游的协同发展；二是加快布局集团食品产业、酒类产业和新兴产业；三是依托中国凤香型酒城建设，构建凤香型基酒联盟；四是深入挖掘集团现有配套产业发展潜力，积极推动集团贸易物流产业做大做强，加快推进西凤生物科技项目建设，努力打造“辐射西北、面向全国”的知名包材制造园区和贸易物流园区。

2022年是“建设年”

抓项目聚英才促发展

今年是西凤又一个“项目建设高峰年”。西凤将全力做到“一好三快”。“一好”即确保投产项目运行好，全面做好“333”工程收尾工作，切实将项目优势转化为产业优势，实现产能全面释放。“三快”即在建设项目推进快，紧盯南区大门、智能仓库、职工文体中心（含餐厅）、西凤酒酿酒工业遗产群提升改造等项目，抢抓工期、全面提速，务必保证在今年全部竣工；立项项目开工快，着手启动二期扩建技改项目，力争至“十四五”末建设完成10万吨基酒生产车间、50万吨的基酒储存罐群、20万吨的成品酒生产车间，持续提升优质凤香型白酒产能，为千亿元产业发展夯基布局；规划项目落地快，积极谋划配套产业园区项目、科技研发中心、博物馆等项目，抢先抓早、迅速行动，让“规划图”早日变成“施工图”，为落实“六稳”“六保”要求作出更大贡献。

实现西凤事业跨越式发展，关键是建设一支高素质专业化的人才队伍。今年，西凤将创新人才培养和选拔机制，围绕人才选拔、教育、管理和使用，进一步优化完善绩效薪酬体系，实现职工收入与企业效益同步增长、个人追求和企业发展融合统一。在营销系统，西凤将全面引入“赛马机制”，以事业论成败、以业绩论英雄，为广大营销一线人员搭建起公平竞争、快速成长、脱颖而出的平台和通道。对今年首批完成重点市场三年战略协议目标营销人员，将按协议内容予以表彰奖励，兑现西凤第一批收入超百万元的职工，以重奖、敢奖的态度和决心激励大家投身市场、拓展市场，打造一支敢打仗、能打仗、打胜仗的营销铁军。

征程万里风正劲，重任千钧启新程。虎虎生风的2022年，西凤集团将保持战略定力，对标省委省政府、市委市政府专项专题工作会议要求，凝心聚力谋发展、深化改革做标杆、真抓实干创未来，走出一条质量更高、效益更好、结构更优、优势充分释放的发展新路，做省市绿色经济的排头兵、经济增长新引擎！