

# 洋河首次跻身全球500强的启示

洋河首次跻身由苹果公司领衔的2012年度FT全球500强排行榜,消息在7月份传来后令人振奋不已。历经十年,洋河从一个传统老名酒企业,成为一个被誉为行业新标杆的白酒巨人,并大步跨入上市公司全球500强,这是一个传统产业发展的奇迹。据国际著名财经媒体英国《金融时报》报道,在排行榜上,洋河位列第425位;与位列第450名的五粮液一起,成为今年500强榜单中新增的两家中国大陆企业。

## 两个“苹果”首次同台

《金融时报》称,刚刚出炉的2012年度FT全球500强排行榜,是对全球最大公司的一次年度“快照”。其中,苹果成为全球最具价值企业,埃克森美孚位列第二,中国石油集团位于总排名第三。首次进入全球500强,与领军者苹果同登全球企业最高荣誉的大舞台,也意味着洋河展现出了国际级的水平,并被国际认可。

而在国内很多专家眼里,不断创新的洋河就像是白酒界的“苹果”。当今白酒行业的标杆。著名中国白酒专家沈怡方评价说,“洋河在发展中始终坚持改革创新,把传统工艺与现代时尚紧密结合起来,为白酒业树立了标杆,做出了应有的贡献,我为洋河感到骄傲。”

国家评委、白酒专家赵志昌也在分析洋河成就时指出,一是历任领导班子在继承上创新突破,在中国白酒界非常难得;二是洋河酒这些年树立了自己独特的品质风格,跟一般的浓香不同,优雅绵甜,口味特别净,“这些特点确实符合消费者的内在本质需要”,为中国白酒行业树立了典范。

“规模一流、品质一流、管理一流、创新一流”,著名中国白酒专家高景炎对洋河所取得的成就也称赞不已,他激动地以这四个“一流”来形容今天的洋河。所有到洋河参观考察过的人们,都能切身感受到这个企业的独特魅力。

## 将创新的基因深深植入洋河

作为中国名酒,在历史优势的基础上,洋河多年以来,不仅创新打造了高品质的绵柔型白酒,还花巨资扩大生产规模,引进国内外先进技术和先进管理模式,不断提升核心竞争力。如今,这个老名酒企业的生产规模、品质保障已居行业一流,企业现代化装

备和管理水平也得了全面提升,与国内一流企业对标,洋河无不在走在时代的前列。

“真正的创新,关键是在对消费者洞察的基础上,去超预期地满足”。提到创新往事,洋河股份董事长、总裁张雨柏感慨颇多。2002年,张雨柏提出抓住消费者需求变化,开创性地打造高品质的绵柔型白酒,举全厂之力重点推广蓝色经典。当时对于“绵柔”、“蓝色”很多人不理解,即使跟随洋河多年的经销商也犹豫不决。但实践证明,这一决策为洋河赢得了前所未有的发展机遇。

自2003年蓝色经典产品上市后,洋河大刀阔斧,不断深化创新,在产品、品牌、管理、战略等方面均取得了出色的工作成果。时至今日,持续不断的努力,不仅使洋河在国内市场上建立起了强大的市场竞争优势,也使公司在社会上获得了众多的赞誉。

对此,有业内人士评价说,把创新的基因深深植入企业,应该让洋河与同行相比更有成就感。

## 全球500强,只是一个新起点

跻身全球500强,使洋河进入了一个更广阔的全球竞争大舞台。在洋河不断实现跨越式发展的历程中,这样的新起点可不少。

其中,还有两次与另外两个“500强”有关。早在2007年,洋河首次进入中国企业集团纳税500强,当时是位列全国第253位。到了2011年,“中国上市公司500强”中洋河首次上榜,当年销售收入排名352位。在历史性突破之后,如今这两个500强排行榜中洋河不再缺席,而且令人惊叹的是,位次不断向前大幅攀升。

登上国际舞台,赢得全球500强,更像是为洋河掀开了未来大发展的宏伟蓝图。遇事皆主张立足长远。着眼未来的张雨柏,2012年的最大动作就是将“争先领先再率先,创新创优创一流”、“领先领头领一行,报国报民报一方”作为描绘未来蓝图的战略指导思想,对企业上下反复强调和灌输。

在最近一次行业性会议上,中国白酒业协会秘书长赵建华表示要“批评”张雨柏。他说,“洋河最大的毛病是领导人过于低调,最大的优点也最值得学习的地方是创新”。如今,洋河进入全球500强,不仅为国内企业竖起一个成功的典型,更给予我们更多的启示。那就是:创新,创新,再创新。

# 喝酒,需要白金级的“讲究”

谁也没想到葛优最新代言的贵州茅台白金酱酒广告,掀起了关于“中国人该如何喝酒”的热议。酒要“小杯喝,(才)更讲究”,这一理念目前正走俏白酒消费市场。带着对中国当前餐桌饮酒文化的深刻反思,茅台白金酱酒走出了一条堪称“讲究”的道路:不但代言人要讲究,更倡导讲究的喝酒方式。

## 小杯喝,杯子小,讲究大

要说喝酒,还真是一种讲究。中华民族历史文化的长河,悠远辉煌。中国的酒文化更是如涓涓细流,久远璀璨。

酒是中国古代上流社会关于未来生活的规范和向往,其核心在于体现饮酒的美感,不仅是身份的象征,更是一种体现艺术价值的行为,因此,对于饮酒要求就规定得非常明确。

首先,酒器得讲究。酒器决定了阶层,更决定了艺术品味。酒器越精致,越小,则代表的阶层和身份就越高。贵族的酒器造型精致,极具艺术性,不仅是盛酒之用,也是艺术品。其次,喝酒要讲究文明。节制是文明饮酒的主要标志。因此古人饮酒,倡导“温克”,即是说虽然多饮,也要能自持,要保证不失言、不失态。

再看看如今的某些酒桌:大场面,豪饮,喝倒一片……结果呢?伤身、动武、粗口……太伤大雅!而茅台白金酱酒所倡导的“白金酱酒,小杯喝,更讲究”的“讲究文化”,彻底颠覆了当前豪饮的喝酒习惯,让喝酒方式更讲究,重建文明的饮酒习惯。

## 小口喝,面子多,更讲究

有人认为,酒是属于男人的刚性读本,无数的古诗词中写出了饮酒与男性雄风的相互映衬。在现代,白酒更是与男人有了最直接的关联,饮酒关乎男人度量、胆量、雅量等等——当这样的联系被不断放大时,酒又成了男人最离奇的误读。

茅台白金酱酒,回归了传统的饮酒习俗,颠覆了当今大杯豪饮的喝酒风气。用小杯饮——对自己,举止优雅;对家人,对朋友,关心体贴。让整个饮酒环境变得更和谐,更完美。

小杯,让饮酒人更轻松。这也是茅台白金酱酒传递给消费者的重要信息。茅台白金酱酒,突破了当下的饮酒文化,倡导更讲究、更人文的生活方式,这一点也不为过!(酒精度数:53度)

# 原汁原味 长白山野生蓝莓汁



长白山土壤肥沃,昼夜温差大,有利于植物生长,玖利源长白山野生蓝莓汁,以生长在长白山原始生态环境中的野生蓝莓果为原料,经传统工艺压榨取汁精制而成,营养丰富,口味独特。

长白朝鲜族自治县绿洲山珍食品有限公司隶属于吉林省长白山森林经营局,是一家生产与经营长白山野果饮品系列和长白山野菜、食用菌和人参系列的实业公司。2009年公司通过ISO国际质量管理体系认证和中国有机食品认证。玖利源野生蓝莓汁是公司的特色产品,现特供上海市场,每箱10瓶(230ml/瓶),优惠价248元,上海市区外环线内免费送货。

欢迎拨打电话 13916501360 咨询订购

# 愿你健康和幸福



现代人工作繁忙,生活节奏快。就拿男性来说,特别是已步入中年的男性朋友,真不容易。虽说时代不同了,男女都一样,但毕竟大多数的情况是“男主外”。既要忙于工作,还要顾及家庭,忙忙碌碌一天,眼看就要回家,和家人共享天伦之乐,突然想起还有一些事情没有处理完。等到一切停当,已是心力交瘁,疲惫不堪。受各种因素的影响,处于亚健康状态的人群迅速扩大。

人到中年以后,身体的各项机能和抗病能力开始减退,因而经常会出现疲乏无力、头晕失眠等机体功能衰退的症状。这就提出了一个问题:人到中年,奋斗事业的同时还需要什么?实际上,人们也早已意识到了健康的重要性。就说这保健品,现在市场上各类保健品名目繁多,为了消费者的健康,使消费者有选择的购买,这本来是件好事。但保健品市场鱼龙混杂,其中不乏质量低劣,甚至是假冒的产品。有的根本就没有功效,而有的还会产生副作用。用这样的保健品,无疑是饮鸩止渴,不但于人体无益,而且最终会使消费者失去信心。

在继承和弘扬祖国传统保健养生文化,为消费者的健康提供保健系列产品的同时,冠生园华佗公司真诚祝愿每一位消费者在享受现代生活和工作环境的时候,更要关心自己的健康,愿我们每个人都健康幸福!

冠生园华佗公司  
华佗得力劲酒厂方直销电话:62714051,一箱起售,产品送到家。

# 金色年华 助梦起航



荣誉只属于最有实力并且最努力的那一位。

职场如赛场。穿梭于格子间,游走于钢筋水泥森林。对于每一位职场人士来说,办公室、会议室、酒店会所等等都是他们的舞台。大家各自为理想奋斗,为梦想打工,在职场舞台上淋漓挥洒个性自我。不想成为主角的演员不是好演员。对于新人来说更为不易,新环境,新工作,新挑战,一切从未知起步,从适应开始,跌跌撞撞难免磕磕碰碰,少许失意,些许彷徨。

不妨停下来放松一下,与昔日同窗或三五好友欢聚一刻。打开一瓶“金色年华”,看那琥珀色的酒体在晶莹的玻璃杯中流光溢彩,在柔美灯光的照射下星光点点。无论高兴还是一时不快,喝一口“金色年华”,体会芳香酒液带来的醇厚口感,激情瞬间点亮智慧,荡漾萦绕在心中,为职场生涯助梦起航。而蜂蜜、枸杞的完美融入,为口感、品质和健康都注入了和谐元素。一股无形的力量支撑起昂扬的斗志,一种振奋人心感觉油然而生。此刻,感受做主角的滋味,人生大舞台以你骄傲。职场新人,同样可以拥抱成功。有梦想,就有未来。

人生处处有风景,人生处处是舞台。

人们常说人生如戏,的确,我们每个人每时每刻都在演绎自己,不管什么身份,都提供保健系列产品的同时,每个人心中都有梦想。在梦想未实现之前,每个人都是舞台的新人,执着地塑造成功的自己。

在奥运赛场上,每一届都有陌生面孔出现,新鲜血液给整个赛场输送了激烈和未知的精彩因子,而最后不是每位选手都能领取金灿灿的金牌的。机会属于每一位选手,但金色年华,助梦起航。