



酒业周刊订阅号

D1-D4

2017.3.29

# 后“唐桥时代”五粮液“曙光”何在

3月19日-25日，第96届成都春季全国糖酒会举行，正当各大酒企忙于糖酒会时，一则关于五粮液换帅的消息迅速搅动了糖酒会火热的气氛。3月23日，五粮液集团董事长唐桥卸任，并由四川省经信委副主任李曙光接棒的消息尘埃落定。业内对唐桥为五粮液做出的贡献表示认可，带五粮液渡过了白酒行业的深度调整期。在2月初举行的2017年首次营销工作会议上，五粮液集团披露，2016年实现销售收入700多亿元，同比增长约8%。然而也有声音认为，五粮液前有茅台拉大差距，后有洋河围追堵截，形势并不算明朗。业内人士表示，对白酒行业巨头之一的五粮液来说，此次换帅并不会对五粮液整体政策造成根本上的影响，但五粮液具体将往何方行进，仍存在不确定因素。

## “空降”新帅

3月21日，五粮液换帅的消息传出，为成都火热的气氛增添了一丝神秘。

3月23日，宜宾市人民政府新闻办公室官方微博发布了五粮液集团公司干部大会的信息，宣布了宜宾市委、市政府关于五粮液集团公司主要领导调整的决定，即李曙光任五粮液集团有限公司党委书记、董事长，五粮液股份有限公司党委书记；唐桥不再担任五粮液集团有限公司党委书记、董事长，五粮液股份有限公司党委书记职务；同时，王国春、唐桥任五粮液集团有限公司名誉董事长。

3月25日，宜宾五粮液股份有限公司发布的董事会公告显示，55岁的李曙光毕业于西南财经大学经济学专业，历任四川省政府国有企业监事会主席，省经济和信息化委员会总经济师、副主任；2016年5月起任四川省经信委副主任、党组副书记。

在经信委任职期间，李曙光未直接分管白酒产业，但一直管理综合事务，并涉及白酒在内的各个产业，也曾对五粮液进行调研。正一堂战略咨询机构董事长杨光表示，李曙光对五粮液能够实现宏观上的



良好把握，能在战略上为五粮液提供有益指导。

白酒行业专家蔡学飞认为，此次换帅对五粮液的销售和未来市场发展战略影响不大，春季糖酒会对白酒企业来说其实是承上启下的节点，是酒企正常过渡期。山东温河王酒业集团总经理肖竹青也认为，此次换帅不会引起五粮液大的震荡，唐桥完成了品牌定位延续与人才梯队建设，五粮液已脱离了“能人时代”。

杨光提出，此次人事调整中，将王国春与唐桥同时聘为五粮液的名誉董事长，实际上实现了领导班子的老中青良好搭配，充分保留了过去的经验，新领导团队值得期待。

## 唐桥十年

2007年，唐桥进入五粮液，出任上市公司董事长，通过三次“手术”，结束了五粮液与集团的托管关系。2011年，唐桥正式从白酒行业风云人物王国春手中接过五粮液，成为集团董事长。不巧的是，他遇上了国内白酒行业格局深刻变化的时期。

伴随白酒行业结束了“黄金十年”，迅

速陷入寒冬。2013年，白酒企业效益纷纷下滑，亏损面不断扩大。

据五粮液财报显示，2014年，五粮液全年营收同比下跌15%至210.11亿元，净利润同比下降26.81%，仅58.35亿元。同年茅台的营收为315.74亿元，净利润同比增长1.41%至153.5亿元，与此前40%以上的增幅相比，虽有大幅下跌，但尚处增长中。五粮液与茅台的差距逐渐加大。

五粮液在这轮调整中一度遭遇困难期，经历了经销商倒戈、价格倒挂，并与茅台之间的差距逐渐拉大，价格差也从2007年的20元/瓶扩大到如今的近300元/瓶。

蔡学飞表示，唐桥在担任五粮液董事长期间，打造了五粮液的“大品牌”时代，这让五粮液实际上保持了庞大的体量、高速的增长和相应品牌价值。中国白酒已经进入品牌时代，五粮液虽然相较于茅台略弱，但是依然保持了中国名酒的传播度与美誉度，可以说在新品牌竞争时代，已经获得了先发优势。

肖竹青表示，唐桥带领五粮液顺利经过白酒行业深度调整期，实现了从公务消费为主向商务消费转变。五粮液能完成此

项转变，并保持良好的市场份额，唐桥做出了重大贡献，如今五粮液已经进入了“守业”时期。

## 驶向何方

事实上，五粮液在离追赶目标越来越远的同时，后起之秀洋河也强势追击。五粮液的整体形势并不乐观。2016年三季报显示，洋河营业收入为146.67亿元，净利润为48.39亿元；五粮液营业收入为177亿元，净利润为51.01亿元，优势微弱。业内有声音认为，五粮液虽保有“中国白酒大王”的称号，但这也只是产能方面的优势，难以代表五粮液的竞争实力。

蔡学飞认为，虽遭遇白酒行业格局调整，唐桥的贡献不可抹杀。进入2015年，五粮液业绩呈现良好态势。2015年五粮液营收达到216.59亿元，净利润为61.76亿元。在2月初举行的2017年首次营销工作会议上，五粮液集团披露，2016年销售收入700多亿元，同比增长约8%。此外五粮液一批价、零售价均实现回升，杨光表示，这是唐桥任内的一项重要成绩。

然而，新上任的董事长李曙光任务并不轻松。宜宾市市长杜紫在五粮液工作会议上为五粮液的未来提出了要求，“加快建设千亿企业”，这对新上任的董事长李曙光来说，可谓是一个重担。

业内认为，五粮液目前品牌运营方面尚显不足。除了耳熟能详的“普五”外，五粮液的子品牌还包括“五粮醇”、“五粮春”等，易产生混乱，不利于五粮液的发展。另外，此前五粮液横向多元化投资也未能如期取得良好的表现。2013年的媒体见面会上，五粮液方面曾坦承，在当时的经济环境下，实现千亿目标存在压力。

对于千亿目标，杨光认为，只靠白酒板块，五粮液恐难以实现目标，但在经济形势逐渐好转的整体形势下，经营范围广泛的五粮液集团有可能在李曙光的带领下达成这一目标。

北京商报记者 刘一博 郑娜/文 宋媛媛/漫画

## 一个酒评



# 又见糖酒会

刘一博

每年的春季糖酒会多多少少都会有些变化，除了展会面积和参展企业数量及规模之外，企业都希望借助这个行业盛会来发布自己的新产品、新战略等。除此之外，你方唱罢我登场的各种论坛，也让糖酒会充满了学术讨论和企业战略较量的味道。

此次糖酒会酒鬼酒旗下三大系列新品悉数亮相，让人们看到了中粮接手酒鬼酒之后的魄力。1919酒类直供牵手洋河、景芝发布战略新品，线上渠道与酒企的对话合作已经进入了良性循环阶段。中粮名庄荟蓄势待发的进口葡萄酒单品策略，让业内看到了

进口葡萄酒渠道商从关注产品到打造品牌的变革。除了上述产品和策略之外，健康酒依然是今年糖酒会上的热点，汾酒竹叶青推出的葛根竹叶青、茅台推出的台壶春都箭指健康酒市场。

在白酒黄金十年，春季糖酒会酒企、酒商更多地关注产品、关心销售数字。而随着国内白酒市场的深度调整，春季糖酒会逐渐成为了行业方向标。无论是新品还是战略，抑或是深度合作，国内酒行业已经告别野蛮生长，开始低头思考如何满足市场需求，如何才能抓住消费者的心。

又是一年春来到，第96届全国糖酒商品交易会也随之来到了成都。本届全国糖酒会规划面积12.5万平方米，分设传统酒类、葡萄酒及国际烈酒、食品饮料、调味品、食品机械、食品包装六大展区，并在各展区根据细分品类及经销商和采购商需求，设立了国际啤酒、黄酒、进口食品、休闲食品、餐饮连锁加盟、品牌农业、森林食品、国际食品机械等小型特色专区，并首次设立了互联网电商专区，让关注相应品类的参展商和采购商能够在展馆内实现精准对接、高效交易。