

“1218”交出超800亿答卷

# 五粮液“李曙光时代”的新征程

12月18日,2017中国国际名酒文化节暨五粮液第二十一届1218共商共建共享大会在宜宾五粮液集团举行。这是继今年“6·2”会议之后,五粮液公司再度迎来全国各地合作伙伴,共谋2018发展之策的重要会议。五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光就集团发展战略规划大思路进行了总体介绍,对2018年计划目标和重点工作进行了安排。据李曙光透露,五粮液集团2017全年预计销售收入将超过800亿元,未来将适时组建五粮液金控平台,加快拓展金融布局。与此同时,公司瞄准新生代消费者,加码布局低度白酒。“二次创业”是五粮液集团明确提出全方位推进的工作,从李曙光“1218”首次亮相年度盛典不难看出,国内白酒巨头正在谋划一场从产品到产业再到资本的革命。



2017中国国际名酒文化节·五粮液第二十一届1218共商共建共享大会活动现场

## 业绩飘红 提出千亿目标

今年的1218大会因李曙光掌舵五粮液之后的首个年度盛典而备受关注。在大会上,李曙光透露,2017年1—11月,五粮液集团完成销售收入732.8亿元,同比增长10.9%;实现利润总额134.5亿元,同比增长42.6%。其中,五粮液股份公司前三季度完成营收219.78亿元,同比增长24.2%;实现利润总额97亿元,同比增长38%。2017年,五粮液集团预计销售收入将突破800亿元,利润总额突破140亿元。

对此,业内人士指出,2017年是李曙光提出“二次创业”的元年,也是五粮液“十三五”期间打造千亿集团的关键一年。这需要企业有一定的魄力,可以在制定战略目标的同时,加快改革的步伐。

五粮液方面表示,“十三五”末集团收入将达到千亿元,酒业贡献600亿元。其中,五粮液贡献400亿元,系列酒则将达到200亿元,千亿元目标大概率可提前实现。

基于对当前国内经济形势和行业走势判断,李曙光提出,白酒行业持续向好的局面显而易见,对行业可保持谨慎乐观但偏乐观的态度。“十三五”期间,集团公司确定了“做强主业、做优多元、做大平台”的核心战略,着力品牌价值的回归和品牌形象的提升,重塑中国白酒大王地位。

## 整合资源 瞄准金融红利

2017年五粮液集团公司响应中央号召,推进公司从管资产到管资本的转变,优化资本布局结构,构建国有资本运营投资平台。今年4月,李曙光到任不足一个月的时间,便带领团队先后拜访了中国银行、中国农业银行在四川省的分支机构,双方就如何发挥各自优势,在多元产业支持、金融资本推动方面进行了探讨、沟通。



五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光在1218大会上发表讲话

对此,李曙光提出,五粮液具有优质现金流资源和存量资金优势,可通过资本运作产融结合,进一步推动产业发展。五粮液将在适当的时机和风险可控的前提下,组建五粮液金控平台,加快金融领域的布局。他进一步提出,争取“十三五”期间再造一个“金融五粮液”,充分发挥和集成好金融的传统业务和创新业务,为五粮液主业提供坚强的金融支撑。

对于如何打造金融五粮液,李曙光则提出,未来五粮液将依托财务公司和资本优势、强化资本运作,创新金融服务。特别是在产业链金融方面,五粮液将加大对上游供应商和下游经销商的融资服务。目前,五粮液正在与相关银行合作,为经销商提供提货权融资服务。

## 布局低度 突破市场格局

据悉,今年6月,李曙光就五粮液渠道下沉策略面对全国运营商强调“百城千县万店”工程。除了“百城千县万店”工程,五粮液还于近日推进五粮e店的

建设和县镇级市场的覆盖之外,在产品布局上也提出了新目标。据悉,五粮液将实施“1+3”产品策略,其中“1”是核心产品52度新品五粮液;“3”是指五粮液品牌核心产品体系延展的三个系列,包括高端五粮液系列、低度化五粮液系列、国际版五粮液系列。

目前,五粮液已经形成多样化、时尚化、低度化、个性化、潮流化的新生代产品集群,开发出35度、39度、42度等多款高品质低度酒。

对此,李曙光进一步指出,对于核心产品公司要精耕细作,强化新品五粮液的经典大单品地位。高端五粮液系列要打造独特、稀缺、个性化,低度化则是瞄准年轻消费群体,所以要注重产品的年轻化和时尚化,而国际版系列则是五粮液未来的长远目标。

据相关资料显示,今年,五粮液华东中心全年销售五粮液产品5000多吨,占全公司五粮液产品销售的近1/3,区域产品42度五粮液市场增长较为明显,2018年将实现100亿元的销售突破。公司的系列酒板块明年将实现100亿元的销售目标。



上海“五粮e店”测试启动仪式