

## 年末岁尾话洋河

## 2016年蛮拼的,成绩蛮好的!

伴随着新年钟声的响起,苏酒集团(洋河股份)走过了饱含激情、满载收获的2016年,迎来朝气蓬勃、充满期待的2017年。岁月不居,天道酬勤。回首2016年,尽管白酒行业延续深度调整的态势,行业竞争持续激烈,但“苏酒人”以“点燃激情,挑战可能,重新打开中高速增长通道”为发展主题,抢抓机遇、奋力拼搏、攻坚克难,取得了累累硕果。

## 一、销售业绩持续飘红

2016年仍然是白酒行业深度调整期,但洋河股份率先回暖,以一个漂亮的“开门红”打开了2016年中高速增长的新通道,第一季度即实现营业收入68.43亿元,净利24.56亿元。此后一直保持着良好的发展态势,1~6月交出了101.94亿元的成绩单,历史上首次实现了半年超百亿。根据已公布的2016上市公司三季报,企业1~9月共实现营收146.67亿元,净利48.39亿元,增幅达到了7.36%和8.47%,行业龙头地位进一步得到巩固。

## 二、三大白酒健康技术成果

2016年洋河股份深入推进以健康和体验为核心的技术革命,在中国轻工业联合会、中国酒业协会联合召开的“2016科技成

果及产品鉴定会”上,酿造环境中生物活性物质(核苷类似物)的研究及应用、微分子酒的技术研究及应用、双沟清酒的技术研究及产品开发等三大科研成果顺利通过专家鉴定,成为中国白酒技术创新引领者。

## 三、成为G20峰会用酒

2016年9月,举世瞩目的G20峰会在杭州举行,梦之蓝从众多酒类品牌中脱颖而出,被授予“G20杭州峰会选用产品”称号,代表中国白酒骄傲地亮相G20国宴餐桌,成为与世界沟通的纽带,不仅让世界各国政要享受舌尖上的中国味道,还传递着“中国梦”的正能量。

## 四、入选央视“国家品牌计划”

2016年11月,央视“国家品牌计划”入选品牌名单正式公布,梦之蓝与华为、格力等一起荣登“国家品牌”榜单。加入“国家品牌计划”,意味着为“中国品牌”代言,更意味着肩负起中国“品牌大国”崛起的担当。这不仅体现了社会对梦之蓝品质的高度认可,也将为梦之蓝品牌的国际化之路再添强劲动力。

## 五、品牌价值全国第一

2016年12月,中央电视台、中国品牌建设促进会、中国资产评估协会等权威机构共

同发布《2016年中国品牌价值评价信息》,洋河股份以494.09亿元的品牌价值,在多达152个顶级产品品牌价值评比中,排名第一;同时在地理标志产品品牌价值榜上,洋河大曲继续与茅台酒一起牢牢占据酒业前两名,双沟酒也进入行业前列。

## 六、荣获江苏省质量奖

2016年3月,洋河股份荣获“江苏省质量奖”。该奖项是江苏省人民政府在2012年设立的质量奖项,授予实施卓越绩效管理、取得显著经济效益和社会效益的组织,每年仅评定3~5个组织。洋河股份荣获该奖项,不仅实现了宿迁市在质量奖创建上的“零突破”,也标志着洋河股份已经成为江苏省的质量标杆。

## 七、晋升“世界八大名酒”

2016年4月,“2016全球烈酒品牌价值50强”在英国发布,洋河股份排名世界第7、中国第2的位置,由中国传统八大名酒晋升为世界八大名酒,让世界烈酒界为之一惊。通过稳步推进国际化,洋河股份已成为“飘香全球的中国名片”,梦之蓝在世界互联网大会、中美商会等国际性活动中成为宴会用酒。

## 八、互联网+成绩突出

2016年“双11”当日,洋河股份不断地

刷新白酒类目的销售记录,其电商平台实现线上销售额超过1亿元,与茅台一起遥遥领先于其他白酒企业,其中375ML海之蓝线上销量夺得全网第一。而在2016年中国白酒网民满意度调查中,洋河酒排名第一,以绝对的优势成为消费者心目中最满意的白酒。

## 九、收购贵酒

2016年6月,洋河股份与贵州贵酒正式签署并购协议。此举意味着洋河股份正式进入酱酒领域,不仅增加了品类香型,还拓展了在全国酒业版图中的战略布局,成为囊括酱香、浓香两大香型的白酒巨头,对中国白酒行业的发展产生了巨大的影响。

## 十、大力传播酒都文化

2016年4月19日,洋河股份成功举办2016年封藏大典,吸引了4000多位海内外嘉宾来到酒都宿迁。国庆节期间,在三台山为宿迁人民奉献的“中国梦·梦之蓝”纳田花海音乐季活动,吸引了上万人观看,受到了广泛好评。2016年是洋河酒文化旅游区成为国家级4A景区的第一个年头,旅游人数从去年的10万人次剧增到60万人次,其中包括大批国外游客,对拉动旅游经济、传播酒都文化、展示宿迁魅力做出了积极贡献。

(梦之蓝)

## 国馆酒 闪亮登陆我市

1月7日晚,高端文化白酒——国馆酒品鉴会在周口饭店举行。“国馆”全称为广东国馆酒业有限公司,是四川沱牌舍得酒业出品的高端文化白酒品牌。“国馆”以极致产品、极致艺术与极致文化跨界结合,以白酒为载体,以艺术为视角,记录历史、镌刻地理、传承文明,被誉为“中国文化白酒领导品牌”。业内人士指出,差异化是未来白酒产品制胜的核心竞争力之一,定位于定制、私藏和礼品细分消费需求的国馆酒,体现了酒业发展的客观要求,市场潜力巨大。

记者 付永奇 摄



## 宋河酒业开展合理化建议征集活动

本报讯 为最大限度地调动广大干部员工参与企业管理工作的热情,积极为企业献计献策,共谋发展。宋河酒业从去年10月份开始就深入开展了“管理、创新、增效”合理化建议征集活动,从不同岗位、不同层面、不同角度广泛征求职工意见。该活动历时3

个月,于2017年1月4日揭晓。活动共收到合理化提案160多份,经审议评定,评出一二、三等奖及鼓励奖26名,评出优胜单位3个。

合理化建议征集重点围绕“生产、技术、安全、经营、管理”等方面展开,鼓励职工依

据企业当前存在的问题提出合理化的解决思路、办法。为做好建议征集工作,公司专门成立了合理化建议征集活动组委会,并要求各分厂处室,要把广大员工的思想和行动统一到公司决策部署上来,紧紧围绕企业改革发展的中心任务、关键环节、工作重点,

动脑筋、想办法、谏良言、出实招,不断提高合理化建议的质量,尊重员工的首创精神,注重可行性和实施效果,确保活动取得实效。

该活动除对优秀合理化建议予以奖励外,还将对征集的合理化建议进行汇总、分析与整理,对有利于公司技术创新、经营管理、企业文化建设和节能降耗等方面的建议措施,将结合单位实际与资源状况,通过完善制度、优化流程等方式进行分步实施。

(李杰)