

冯兴龙：让“军酒之花”香飘万里

■ 朱兴月

从一名普通士兵到班长、排长、连长、营长，再到团长，30年的军旅生涯，让已经脱下军装的四川什邡九里春酒厂董事长冯兴龙依然坚信自己是一个兵。而今，他更与九里春军酒紧紧地联系在一起，用他的话说，“我的一生已经离不开部队了。”

军中五粮液

冯兴龙是一个从四川阿坝州走出来的藏族汉子，民族个性加上军人的作风养成了他坚韧不拔的性格，他说：“九里春人要雄起，发展才是硬道理，专心酿造军酒是我下半生的使命。”

据冯兴龙介绍，四川什邡九里春酒厂原为成都军区九里春酒厂，始建于1976年10月，是一家名副其实的“产生于部队、建设于部队、服务于部队”的企业，属军队在编单位，是全军唯一保留下来的白酒生产销售的农场性企业。

九里春酒厂在建设时，得益于四川某名酒企业的大力支持，最初的150口老窖池的古老窖泥也是从该名酒企业“挖”过来的，并由该企业的技术人员提供了酿酒技术的支持。

由于起点较高，九里春酒厂酿出的酒在军内得到了从将军到士兵的广泛认可，从此，“军酒”美名在部队和地方广泛传播。

九里春生产的“军酒”也得到了中央军委首长的高度认可。时任成都军区司令员傅全有上将到九里春酒

厂考察并现场品尝后，当即挥毫题写了“美酒九里春，军中五粮液”；此后“军中五粮液”之名被广为传播。时任国务委员兼国防部部长迟浩田上将也为九里春酒厂题词“春风送暖，香飘万里”。

此后，九里春美酒始终以“服务部队”为宗旨，所酿造的美酒均由部队订购，生产供不应求。

军酒供应站

由于国家政策发生了变化，到了2006年，九里春酒厂面临着改制的压力。过去该酒厂一直是“服务部队不和地方争利”，改制后却面临着和地方酒企竞争的压力，酒厂的前途一下子迷茫起来。

此时，冯兴龙用军人所特有的睿智和勇敢，毅然扛起了守卫军酒、振兴军酒的大旗。他也从一名军人转变成企业管理者。

对于九里春酒厂的发展，冯兴龙表示要继承其源于部队的光荣传统，“过去九里春是服务军队，现在我们则提出要服务军队和地方，我们要让老百姓也能喝上‘军中的五粮液’，在保证部队军酒供应的同时，主动走出去，把军酒推向市场。”

九里春推出了连锁经营的营销模式，统一店面设计、即统一管理的“军酒供应站”。目前已开设了40余家，计划3到5年内，在全国开设300—500家这样的“军酒供应站”。

“军酒供应站的市场推广模式，对国家、企业、部队三方面都是有利的。”冯兴龙解释到，“军酒的市场销

售扩大，企业上缴利税必将提高，企业也将获得更多的利润。同时，也能解决部分部队转业干部和退伍军人的创业和就业问题。因为我们的军酒供应站首选的合作伙伴就是转业干部和退伍军人。”

冯兴龙认为，30年来，九里春一直为部队服务，成为了众多军转复退军人、现役军人及军属用酒时的首选品牌，他们会带动地方群众对九里春军酒的消费，提供更为广阔的市场。

“非常6+1”

目前，随着九里春军酒浑厚的男声广告每天在中央电视台播出，九里春军酒的发展站上了一个新的台阶。九里春军酒的广告是经过中央电视台和工商部门的严格审核后播出的，这使九里春开创了白酒业的一个第一：第一个登陆央视的“军酒”品牌。当然，九里春之前还有另外一个第一：第一个做军酒概念的白酒品牌。早在1987年，四川省原副省长管学思就为九里春题词：军酒之花。

九里春军酒无疑是中国白酒市场的一个“另类”，也是白酒品牌差异化竞争的一个“标本”，对中国酒业市场的发展起到了较大的创新示范作用。

她不仅具有“窖香幽雅、陈香舒适、醇和绵甜、圆润协调、余味净爽、多粮浓香风格突出”的独特风格，还参加过国家、军队和地方各级酒类评比，获奖60多次，多次受到党和国家、军队领导人以及文化名人题词褒奖。同时，九里春作为“军酒之花”，与传

统的五粮液、泸州老窖、剑南春等川酒6朵金花一起，构成川酒版的“非常6+1”，成为川酒的第7朵金花。

作为四川省的老牌地方名酒企业，九里春能够在高手如云的白酒市场中占有自己的重要位置，不仅是因为九里春所构建的独有的品牌核心竞争力，还在于她对自己的细分市场进行细致、体贴的开发和服务，把品牌个性转化为消费者的认可与口碑。

品牌战略上，九里春坚持走差异化竞争路线，一直坚持主打“军酒”牌，目前已出品九里春军酒、雄军酒、近卫军酒等高中、低档30余个军酒品种，建立起庞大的“军酒”品牌集团军，成为中国军酒第一品牌。

当前，川酒迎来了一个千载难逢的大发展机会，而九里春，正处于中国白酒金三角区域范围内，也成为该区域内的一个重点品牌和特色鲜明的品牌。

2011年，九里春将继续加大力度推广九里春军酒和独创的“九里春军酒供应站”连锁专卖模式，打造并传播与九里春军酒品牌相匹配的军酒文化，树立九里春“军酒之花”良好的品牌形象和美善度，步入发展的快车道，力争销售收入翻番。

冯兴龙说：“从军经历非常宝贵，部队给了我很多，今天所有的一切都来自于部队。九里春酒厂这么好的厂子和这么好的军酒品牌，我们不能让它倒掉，军酒是我的另一个战场，我要把九里春军酒卖到全国，让消费者知道军酒九里春不仅是一瓶酒还是一个军人的气质。”

频遭限电 双胞胎产销量依然高开高走

■ 林志华 刘培培

七月、八月份的酷暑高温，导致民用电高峰，各地为此纷纷出现用电紧张的局面，带来的是对各地工业生产企业的频频控电、限电。双胞胎集团在全国各地的30多家工厂照样不能幸免。然而，高温限电挡不住双胞胎产、销量的迅猛高走。七月份，双胞胎集团猪饲料产、销量一举突破历史新高创下38万吨纪录，同比增长30%，环比增长10.52%；八月份，产、销量再创新高，达44.76万吨，环比劲增18.10%。

限电，给双胞胎集团下属子公司带来的最直接的问题就是断货、缺货。双胞胎成都工厂是双胞胎集团最大的工厂之一，月产能4万吨以上。自七月份以来，受当地用电高峰期控电的影响，生产用电难以得到充分的保障。在紧急关头，成都工厂上下紧急行动起来，应对产、销旺季，保生产、保供应。他们从人员配置、后勤服务、岗位激励等多方面采取措施，确保旺季生产正常有序。针对往年高温季节出现员工中暑病休案例多的情况，今年不定时为员工购买高温福利

品；后勤切实服务到位，饭菜、凉茶定时供给，改善员工住宿条件；建立旺季生产激励机制，内容涉及产量、质量、安全、现场管理等多方面，做到奖罚分明。7月产量、销量创出历史最好水平；8月份销势继续迅猛高走。但由于受当地用电高峰期控电规定的影响，生产用电难以得到充分的保障。8月以来日均销量突破1300吨，每日都见拉货车在厂门前排的是车水马龙。生产车间在来电的情况下日夜赶工，仍无法满足需求。

针对成都工厂停电、限电的现状，西南基地总经理陈文明立即召集各岗位人员，分析停电、限电以及公司内的供求形势，商讨解决对策。他认真听取了各部的工作汇报，表示解决供不应求问题是当务之急，积极调动西南区及其它各兄弟公司的力量，彼此协助，共同分担成都工厂生产的压力。第二天清晨，陈文明立即派出生产人员前往双胞胎自贡工厂扩班生产，及时联系就近的工厂做好饲料产品的储备工作，联系客户前往就近工厂拉货。为确保供货，集团已决定租赁大型发电机，来确保生产。

在双胞胎集团衢州公司是另一

番景象。每天一大早，开票室就人山人海，大大小小的载货车在工厂川流不息，成了衢州公司一道美丽的风景线。最近一段时间由于销量大增，开票室的开票员、成品库的保管员每天都忙碌到晚上十点左右，工厂各个部门齐心协力，为保障生产而共同努力。针对工厂一线员工的工作性质，双胞胎集团本月已出台制度，以后每年的7—9月高温期都会为工厂一线员工提供高温补助。衢州公司每天下午还为员工提供解暑汤，送去工厂的关怀。七月以来，衢州公司经常面临限电的局面，但是丝毫没有因此耽误生产、影响销量。针对这一情况，每次在限电的前一晚，生产部李经理都会带领生产员工加班加点生产，甚至通宵忙到早上8点限电之前，尽可能地争取时间生产出更多的饲料，以保障限电时段的销售。衢州公司全体员工一起携手，努力排除万难，8月份的销量又是一个高峰的来临。

自七月以来，广西各地遭受了20年来最严重的电荒，已经发出严重缺电的一级红色预警信号。南宁电网启动动态错峰预案，对工业企业实

行分片开、停电或按计划指标用电。在这样艰难用电的情况下，双胞胎南宁公司除了在来电时间加班加点产量之外，还关注生产上急用的各种编织袋的到位。八月份，是双胞胎产品编织袋、标签改版过渡的重要时期，截至8月25日，南宁公司所有新版编织袋、标签已全部执行到位，除了品控、采购的一致努力外，当然少不了背后默默耕耘、冒着极大停电风险加班加点赶制产品的各大编织袋厂商的及时供货。为此，双胞胎南宁公司采购室在片区经理张耘的带领下，前往南宁、广西国华等各大编织袋厂走访访问，一方面对厂商限电时期仍大力支持表示由衷感谢，另一方面熟悉编织袋生产的整个工艺流程。编织袋厂商南宁恩典表示，双胞胎南宁公司是恩典公司的大客户之一，限电时期必要时愿牺牲小客户，也要全力保全双胞胎南宁公司正常供货。

双胞胎集团30多家下属子公司在高温酷暑下，面对当地用电高峰频繁停电、限电的情况，全力以赴，克服困难，打好旺季生产攻坚战，迎来了双胞胎集团的大增量。

用专业化融资担保服务中小企业

河南军臣投资担保有限公司(以下简称“军臣担保公司”)是一家以退伍转业军人为主创、注册资金5500万元的民营企业，经省、市、区三级人民政府批准。于2009年4月由退役军官联合创办。公司自创立之初，便着力于为个人和中小企业提供专业化融资担保及配套服务，为社会闲散资金提供安全、高收益的投资担保渠道的专业投融资担保服务。

军臣担保公司由老将军出任顾问，实行军事化管理。公司以军人的信誉、军人的作风、军人的品质、军人的优良传统为广大市民和中小企业提供融资担保服务。它的主要管理人员大多数是部队转业干部，他们在银行信贷等相关金融部门工作多年，具有军人的作风及丰富的实践经验。由这些投资融资管理专家、风险控制专家组成的团队，为中小企业及个体工商户搭建了一个便捷融资的平台，架起了民间投资人、融资人及银行之间的合作桥梁。

军臣担保公司拥有的这支精干、稳定的管理团队和业务骨干团队，始终坚持“诚信、责任、合法、稳健、创新”的经营理念；始终贯彻“信誉第一、客户至上”的经营方针。经过两年多的发展，公司组建了一整套规范完善的担保业务操作流程，以及科学、严谨的信用评审与风险控制体系。公司以“争创中国首选品牌”为发展目标，按照现代企业制度要求，建立了科学的管理机制。在社会上逐步树立了良好的企业形象，取得了优异的经济效益和社会效益。

2010年3月，经上级批准，军臣担保公司在洛阳担保行业率先成立了工会组织和党支部。同时，军臣担保公司也是中国君仁爱心工程协会常务副会长单位，河南省企业信用担保协会理事单位，《武林风》品牌合作单位，并先后获得河南省担保行业十佳品牌单位、洛阳市最佳服务担保公司、洛阳市最具品牌发展力担保机构、洛阳市最具投资价值担保机构等荣誉。

小篆

瑞士军刀的百年品质

■ 吴铭

说起瑞士军刀，就如同瑞士的金融业、钟表业及美丽的自然风光一样，在世界上同样享有盛誉。19世纪末，瑞士的工匠们开始将普通刀具进行了创意，在一把军刀上将一些常用的工具组合在一起，这种多功能的小刀一经问世很快就受到了世人的喜爱。但事实上，真正让瑞士军刀享誉世界的背后推手的是二战中的美军。二战末期，生产军刀的维氏公司开始通过美军福利社向二战中的美国大兵发售他们的军官刀，由于美军分布广，美国大兵顿时便成为瑞士军刀的活广告，瑞士军刀迅速在世界范围内走红。

一百多年来，瑞士军刀的制造商们如同他们制表行业的同行一样，将尽善尽美的品质始终放在第一位。为使每一把瑞士军刀都能让人受用一生，制造商们不仅保留了一些手工工序，同时还应用了加工工艺，一把普通的军刀其制作工序在200道以上，正是这样的质量保障工艺，才有了现在我们见到的瑞士军刀。百多年来它始终保持着

不变的品质标准，唯有制造材质、生产工艺及其自身功能的不断丰富，使瑞士军刀无论在何种环境下，都表现出它非凡的实用价值及相应的质量品质：

实用性：实用是瑞士军刀的基本使用价值，以往在军队里，它主要用于野战露营及其兵器的保养和维修。在日常生活中由于其多用途而应用到各个方面，如旅行、登山、垂钓、汽车及自行车修理、潜水及航模运动等。

品质：瑞士军刀的品质可以用三句话来形容，就是锋利、结实、耐用。我们都知道瑞士手表的品质是世界一流的，同样，这个民族以他们的聪明才智和精益求精的精神创造了人类刀具史上的奇迹。

瑞士军刀的钢材选择及在每种工具或其部位的应用上都是精心考虑和设计的。主刀的锋利及韧性等是众人皆知的，而一些小工具同样令人赞叹。为使每一把瑞士军刀都能让人受用一生，制造商们不仅保留了一些手工工序，同时还应用了加工工艺，一把普通的军刀其制作工序在200道以上，而像维诺斯

(Victorinox)牌子中的瑞士冠军这把刀，其工序就达450多道。

功能：从某种意义上讲，瑞士军刀已经不再是刀了，而是以刀为主的多功能实用工具，这是从瑞士军刀的诞生就具有的形态。1879年的瑞士军刀原形具有6种功能而今天的一把刀上可达30余种功能(威戈的15403-超能太空刀和维诺斯的16795-瑞士冠军)。

多功能性成为瑞士军刀的又一大特色。在一把小型刀具上赋予了许多的实用小工具，解决了人们在日常工作及生活中的种种难题。而且不论在何种环境下，瑞士军刀都表现出它非凡的实用价值及相应的质量品质。

瑞士军刀的组合工具不仅表现在品种上，同时还在于巧妙地组合在同一种工具上，使有限的工具发挥更多的实用功能。一把普通的瑞士军刀，一般都有主刀、小刀、剪刀、开瓶器、木锯、小改锥、拔木塞钻、牙签、小镊子等工具。而在一些工具上还设计了多种功用，如开瓶器上，就具有开瓶、平口改锥、电线剥皮槽三种功用。随着时代的发展，一些新兴

的电子技术也被引入瑞士军刀中，如内置激光、电筒等。

应用设计：瑞士军刀在设计上已发生了巨大的变化。首先从长度(刀柄)大小上一般都有三种规格，以维诺斯刀为例，分别是5.8公分、9.1公分及11.1公分左右的小、中、大三种。

小号刀在组合功能上适合女性、少年，和钥匙链别在一起随身携带，多用于家居生活，如童子军、迷你冠军等。中号刀由于其适中的长度，既可以作为常用工具带到野外旅行，也是家居生活及工作的好帮手。如经典型、董事长等。而大号刀一般是握手型的刀柄，手感舒适，是野外旅行、登山探险及一些工作的好帮手，如猎手、工作冠军等型号。

“锋利、结实、耐用”。从某种意义上讲，瑞士军刀已经不再是刀了，而是以刀为主的多功能实用工具，从最初的6种功能到今天的30余种功能，一把小型刀具上赋予了太多的实用性，它不仅解决了人们在日常工作及生活中的种种难题，还成世人心中一种品质的象征。

