

『稻花香精神』论

DAO HUA XIANG JING SHEN LUN

蔡宏书 著



敢冒风险 自我加压
创造机遇 超常发展

人民武警出版社



“稻花香精神”论

蔡宏柱 著

人民武警出版社

2008·北京

图书在版编目(CIP)数据

“稻花香精神”论/蔡宏柱 著.-北京:人民武警出版社,2008.1

ISBN 978-7-80176-264-1

I.稻... II.蔡... III.白酒-酒厂-工业企业管理-经验-湖北省
IV.F426.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 006387 号

书名:“稻花香精神”论

作者:蔡宏柱

出版发行:人民武警出版社

社址:(100089)北京市西三环北路 1 号

经销:新华书店

印刷:北京瑞哲印刷厂

开本:880×1230 毫米 1/32

字数:50 千字

印张:3.75

印数:1~20000

版次:2008 年 1 月第 1 版

印次:2008 年 3 月第 1 次印刷

书号:ISBN 978-7-80176-264-1

定价:12.80 元



作者简介

蔡宏柱，湖北稻花香集团党委书记、董事长，高级工程师，高级经济师，十一届全国人大代表，享受国务院特殊津贴的白酒专家。26年前，从一名农民白手起家，几经奋力拼搏，将一家村办企业壮大成为中国大型工业企业、中国白酒十强、全国农业产业化重点龙头企业。创造的“稻花香模式”，成为白酒行业一大奇迹、企业助建社会主义新农村的典范。其独特的经营之道，作为现代企业文化的瑰宝，成为人们学习借鉴的商业谋略资源。主要作品有《稻花香精神文化》、《白酒不会毁灭》、《中国白酒行业力量战略探索与思考》等。



博茨瓦纳共和国总统
费斯图斯·莫哈埃
(左一) 参观稻花香
集团并接受作者(右
二)赠酒。



老挝人民民主共和国副
总理通伦·西苏里(右一) 来
稻花香集团考察, 与作者
(右三) 亲切碰杯。



韩中未来发展研究
协会代表团团长金
映豪(右二)接受作
者(左二)赠酒。

中共中央政治局委员、
湖北省委原书记俞正声
(前排左一)与作者(前
排左二)在一起。



湖北省委书记罗清
泉(右四)与作者(右
一)亲切交谈，勉励
稻花香集团以振兴
湖北酒业为己任，实
现又好又快发展。

全国人大常委会委员、全
国人大财经委副主任委员
贾志杰(右三)，全国人大
常委会委员、全国人大教
科文卫委副主任委员蒋祝
平(右二)与作者(左一)
在一起。





国家农业部副部长齐景发（左一）、湖北省乡镇企业局原局长吴文宣（右二）与作者（左二）合影。

中国食品工业协会会长王文哲（左一）与作者在一起。



毛泽东主席的孙子毛新宇（左一）与作者（右一）、稻花香酒业营销公司总经理王新高（中）在一起。



DAOHUAXIANG

稻花飘香 智者有道

(代序)

中国传统文化常以山水比附人类禀赋的形成。2000多年前,孔子曾提出一个著名论断:智者乐水,仁者乐山。作为智者与仁者的象征,水的流变与山的静穆,对人生品质的确有着极为重要的影响。海洋文明和大河文明气韵开阔,崇尚流变;山地文明坚毅忠诚,追求永恒,这一点早已被历史证明。而三峡夷陵的生态图像,就山与水的平衡度而言,几乎达到了完美的程度:既有洪波飞腾,又有云海静谧;既有水的应时、锐进、机敏,又有山的坚定、忠诚、祥和。

001

素有“勇士峡”之称的西陵峡,一江惊涛穿夷陵,龙吟虎啸唱大风。峡内峰峦夹江壁立,峻岭悬崖横空,奇石嶙峋,飞泉垂练。兵书宝剑峡,牛肝马肺峡,崆岭峡,黄牛峡,灯影峡,峡峡都是造物主从长江的浴盆里捧出的奇绝的杰作;屈原祠,玉虚洞,昭君井,黄陵庙,

稻花香



DAOHUAXIANG

三游洞,陆游泉,处处胜景都回荡着历史的足音。峡江两岸,北有香溪河、下牢溪、沮漳河一路翠蘚堆叠低吟浅唱,南有八百里清江白云浮玉踏歌而来,将三峡夷陵装点得如同蓬瀛福地。山因大江而钟灵,水因群山而毓秀……

正是这得天独厚的生态环境,成就了三峡文明中最为壮丽的篇章。

002 这片瑰奇而秀美的山水,曾养育出与哥白尼、拉伯雷、何塞·马蒂并列为世界四大文化名人的伟大爱国诗人屈原,“清廉家风闻蜀汉”的名臣董和、董永父子,“精舆地、通训诂、工俚体”的近代著名大学者杨守敬;哺育出教民养蚕缫丝的华夏“人文女祖”嫫祖,主动请行到大漠与匈奴和亲的“和平使者”王昭君;还有流寓于此的宋玉、郭璞、范缜、陈子昂、李白、杜甫、元稹、白居易、欧阳修、苏轼、辛弃疾、黄庭坚、陆游、范成大、赵孟頫、汪士禛等历代伟器英华。他们巨大智慧的头颅,光表日月的浩然正气与铮铮铁骨,不仅属于三峡,更属于整个中华民族。

用执着坚韧与碧血丹心谱写的历史,往往更能震古烁今,荡魂摄魄。

稻花香



DAOHUAXIANG

世世代代依山临水而居的峡江人，巍巍大山是他们生命的潜藏，浩浩长江更是成就理想的便道。他们像山岩一样古朴，松柏一样坚韧，激流一样勇猛，江水一样锐进，不但敢于同险滩搏斗，更敢于向命运挑战。长年累月，他们练就了一身乘风破浪、勇往直前的非凡本事，肩负着时代重负，一步一个脚印，拉着历史的车轮向前走，就像三峡的水拼着全力一路滚滚东流奔向大海。

在众多踏波弄潮与命运抗争的峡江人之中，湖北稻花香集团董事长蔡宏柱，无疑是一名杰出的代表。

蔡宏柱，1951年生，一名赤裸着双脚从三峡夷陵走出的农民企业家，当代中国白酒业巨子。

蔡宏柱成长、创业的时代，正是国门初开、春风乍起的时代，中国白酒业处于前所未有的发展机遇期，也面临着巨大的风险与挑战。当是时，所有的奋斗者都勃发着旺盛的创造势头与激情，所有的创造激情又无一不受着市场狂澜的席卷、拍打、洗礼与湍弄。并非人人都能够进入凯旋之门。而当许多白酒品牌昙花一现，甚至一些老牌企业也回天乏术、难以振拔时，蔡宏柱却处处有如神助。他紧紧握住命运的缰索，高扬起

003

稻花香



DAOHUAXIANG

理想与信念的风帆，一路劈波斩浪，闯过重重暗礁险滩，取得惊人的成功。从最初创业到如今四分之一世纪的奋斗历程，他几乎抓住了一切属于他的机会，并运用其卓越智慧与谋略，创造了和继续创造着一个白手起家的现代神话。

蔡宏柱的巨大成功，使中国白酒业也疏通了一条三峡般的壮丽通道。

创业之道：敢为天下先

004

鲁迅先生曾经满怀深情地赞扬非洲土人的吃“狼桃”和“第一个吃螃蟹的人”，称他们都是最可敬佩的勇士。从一个祖祖辈辈与土坷垃打交道的庄稼把式，成长为一名在中国白酒界叱咤风云、冠立群雄的大企业家，蔡宏柱凭借的正是这种敢为人先的勇士精神。

1982年，中国农村“大包干”尘埃落定，这场让整个世界都为之震惊的伟大改革，在带给农民空前丰收喜悦的同时，也带来了另一种躁动与不安：人们日夜厮守的村落和熟悉的农事再也没有了田园牧歌的醉人风情，许多人宁可忍受孤独、屈辱与歧视，也要拥进

稻花香



城里打工挣钱，即便他们曾视为生命的土地蒿草丛生，也拽不住来去匆匆的脚步。

而正值而立之年的蔡宏柱，此时却作出了与他的农民兄弟们完全不同的抉择。

他17岁高中毕业，回乡种了几年地，当过生产队会计、小学教师，之后又为生产队打过铁，拉过板车，赶过驴车，干过大队林场炊事员、供货员、技术员，还贩过柑橘，养过蜂。十几年的热风冷雨，终于使他认定了一个理儿：外面的世界固然精彩，但农民一旦离开了村庄和土地，就如同秧苗断了根儿，绝非长久之计。只有自己办厂，发展产业，才能解决根本问题。于是，当同伴们纷纷背井离乡寻找新生活时，蔡宏柱毅然将脚跟稳稳扎定在世代躬耕的青龙山村。

这年开春，他说服村支书陪着他五进信用社，将庄稼人立足乡村办厂经商、誓拔穷根的决心与信心，说得诚能格天，终于从信用社贷到了1500元钱。随后，他邀上村里两名合得来的兄弟，在村头住过知青的两间土房子里支起三口大缸，以“第一个吃螃蟹”的勇气，土法上马办起了青龙村第一家酱油厂。

从此，蔡宏柱的人生和事业开始燃烧出壮丽的火



DAOHUAXIANG

焰。

发展之道：居其实不居其华

1986年，全国经济体制改革进入攻坚阶段。在国家“关、停、并、转”政策下，一些规模小、效益不好的企业，纷纷改弦易辙，另谋生路。这时，已经有了5年办厂经验的蔡宏柱，慧眼独具，再次作出一个大胆决定：整合小厂，扩大规模。

006

在龙泉镇委、镇政府的支持下，这一年，他将双龙饮料厂、柏临饮料厂、土门酒厂三家村办企业与自己创办的青龙村酱油厂合并，并将企业更名为“宜昌县柏临酒厂”，既生产酱油，又酿酒，还生产香槟、汽水等饮料。三厂合一，四马归槽，不仅企业规模扩大了，从村办酱油厂到乡镇企业“掌门人”，对于一直渴望实现心中更大梦想的蔡宏柱来说，无疑使他有了一个更大的舞台。

1992年，中国白酒市场呈现出白热化竞争状态，许多白酒品牌像唱擂台戏一样，锣鼓家伙一响，打上花脸就扯嗓子叫板，全然不顾“游戏”规则，更遑论产

稻花香



DAOHUAXIANG

品质。

蔡宏柱以农民的质朴牢牢把守住创业的底线：一个真正有理想、有前途的企业，决不可自甘堕落地去当“乱世枭雄”；决不可靠小机灵、小聪明甚至邪招、损招在“混战中”捞一把算一把；一定要有大智慧、大品德，凭正招、高招、绝招市场制胜。

有道是：十年磨一剑。蔡宏柱从最初创办酱油厂到这一年正好十年。十年的风霜雨雪，酸甜苦辣，欢笑痛苦，高兴失意，终于使他锻造出这样一柄利剑：“三高两找一创”。

007

“三高”，即高起点、高质量、高效益，“两找”即找名厂、找名师，“一创”即创名牌。这提纲挈领的十八个字，便是著名的稻花香“十八字方针”。凭着这“十八字方针”，蔡宏柱在逆境中，率领稻花香人矢志而战，成功研制开发出第一瓶“稻花香”白酒。这年10月，该酒一上市，立即受到广大消费者的热烈追捧，整个白酒市场为之风靡。中国酒界泰斗秦含章老先生两次率专家到稻花香考察，赏其色，闻其香，品其味，鉴其格，察其卫，称赞其品质的完美，“与茅台、五粮液不相上下”。于是，这位老先生欣然将稻花香集团门前的巨型

稻花香



DAOHUAXIANG

酒爵命名为“华夏第一爵”，且赋诗一首：“三江峡谷好风光，万户英雄皆宜昌；地面小康欢饮日，天边大醉稻花香。”

此后，为进一步壮大企业，蔡宏柱以诸葛亮三分天下的智慧，又提出“一年建成一个厂，一年赚回一个厂”的方针，并进而提出“今年的利税是去年的产值，今年的产值是明年的利税”的发展目标，在风云变幻的市场竞争中，打了一场又一场漂亮的攻坚战，成为世纪之交中国白酒行业的一道亮丽的风景。

008

壮大之道：坦然而善谋

2001年12月26日，中国正式加入WTO之后的第15天，稻花香宣布进行现代化企业制度改造，全面跨入股份制的崭新时期。

人们似乎很少将稻花香的这次改革与WTO联系起来。然而蔡宏柱的出发点，正是要乘中国加入世贸组织的东风，进一步解决好生产力与生产关系的问题。也正是这次改革，使稻花香集团彻底打破了用人“关系化”、“家族化”的旧俗，全面推行“定岗择业”的

稻花香



DAOHUAXIANG

用工机制,通过创新经营管理制度,不仅提高效率,调动员工积极性,更将稻花香集团推向了现代化企业发展的轨道,为稻花香品牌走出湖北、走向全国,夯实了基础平台。

2004年,白酒行业在历经区域间、企业间、品牌门类间的调整重组后,进入了一个相对稳定而又竞争激烈的时期。

在这一年春季动员大会上,蔡宏柱擘划经略,掷地有声:实施“四大工程”,实现新一轮大发展。

所谓“四大工程”,即:1211工程、凝聚力工程、人才工程、金网工程。“1211”即:抓好一个主业(白酒),树立两大品牌(稻花香、关公坊),带动发展一大批配套产业;“凝聚力工程”,即:大力弘扬稻花香企业精神,树立正确的创业理念、文化理念和价值理念,提高广大员工思想境界、敬业精神和主人翁意识;“人才工程”即:转变用人机制,改善用人环境,培养一大批复合型、专业化的高素质人才,形成具有超强战斗力的稻花香团队;“金网工程”即:不断强化市场营销工作的过程控制,精耕细作市场网络,做细做实市场终端,形成全国市场网络终端管理和诚信服务体系,实现由

009

稻花香



DAOHUAXIANG

市场销售形态向现代营销体系的根本性转变。

通过“四大工程”的提出和实施,很显然,在蔡宏柱的企业发展理念中,企业文化形态对市场的决定作用比以往任何时候都变得更为迫切和直接。蔡宏柱关于企业发展战略的构想,已不单单着眼于经济效益的持续增长,更有着对人的素质、企业精神、企业文化、企业责任与义务等社会效益的强烈诉求。

未来之道:抱一为天下式

010

2005年,蔡宏柱进一步确立了“实施品牌发展战略,整合全国营销网络,提高驾驭市场能力,打造中国白酒航母”的新理念,提出稻花香集团要永远高举三面大旗:兴白酒之业,扬文化之魂,走产业之路。

蔡宏柱勾画的新蓝图,是用5到10年时间,抓好一个主业(白酒),做大做强五大品牌(稻花香、关公坊、屈原、昭君、楚瓶贡);“十一五”期末新增5万吨商品酒,实现年销售收入50亿元、利税5亿元,建成5个社会主义新农村;“十二五”期末集团员工达到1万人,实现年销售收入100亿元、利税10亿元,带动城乡100万人

稻花香