

管理学博士生金志国：三个关键词管理百年青啤 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/109/2021_2022__E7_AE_A1_E7_90_86_E5_AD_A6_E5_c71_109110.htm “我曾经怀疑自己能行吗？这么大的集团要是毁在自己的手里那可不得了。我只有用时间和成就来证明我的能力。”2001年8月29日，青岛啤酒董事会一纸任命，金志国一下被推到前台，出任青岛啤酒股份有限公司总裁。而就在当年4月，金才被任命为北方事业部总经理兼股份公司的总经理助理。短短4个月就完成两次重要岗位的转换，金志国似乎显得不太适应。然而，5年过去，时间和成就，已经在证明他的能力。青岛啤酒产销量进入世界啤酒行业前十位，2005年销售收入突破百亿元；青岛啤酒品牌价值近200亿元人民币；来源：考试大 青岛啤酒生产规模、总资产、品牌价值、产销量、销售收入、利税总额、市场占有率、出口及创汇等多项指标均居国内同行业首位。5年后的今天，面对这份成绩单，金志国接受本报记者专访时已经是另一番自信：“凭自己的能力，我想我能胜任这个位置。”5年里，金志国同样付出努力的是，他的教育简历也发生巨大变化：从原来的大专文化，到中欧国际工商学院EMBA毕业，现在又攻读青岛大学管理学博士学位。1975年，19岁的青岛啤酒厂装瓶工金志国，绝对不会想到30多年后，不仅会成为青岛啤酒的领军人物，还能向博士学位发起冲击。管理学博士生金志国，在接受本报记者专访时，满嘴都是管理学名词。于是，我们抓取他的三个高频率关键词，来展示这次对话。关键词一：品牌经营来源：考试大 我们仍然记得青啤的前任总裁，赫赫有名的“彭大将军”。在近5年

的时间中，彭作义率领青啤南征北战，从青岛本土将啤酒杀向全国17个省市，由4家工厂扩张成46家，一时间啤酒市场血雨腥风。彭作义的时代是市场狂飙扩张的时代。而2001年8月30日，金志国履新后第二天，在全集团中层干部会上却表示：“星球战术的时代在青岛啤酒已经过去了。”xx报：青岛啤酒前些年扩张得很快，于是有人说，青岛啤酒就像一个孩子，个子长得太快，结果衣服小了，裤子短了，鞋子也不合脚了。但你又不能不加快发展，不然就要被后来者赶上。你怎样看待这个两难选择？金志国：我们说“顺势明道”，道就是客观规律。做企业，要看大势，顺势而明道，其意便在这里。顺势的基础是识势，也主要是看清国家大势、理解和贯彻国家的大政方针。在顺势的后面要会运势，就是在公司内要不断地造势。运国家发展之大势，造公司发展之小势。从做大做强到做强做大，青岛啤酒都在认真遵守着企业发展的客观规律，不同阶段做不同的事。2000年我们布局了19个省市40几家企业，占领了一些生产资源。那时候有资本就可以占领，但消化和吸收起来就显得颇为艰难，特别是对文化的培育和并购企业观念上的改造。这几年，我们对青岛啤酒动了最值得动的整合“手术”，并在这个基础上创造了以品牌传播、产品销售和消费者体验为核心的“三位一体”的营销模式，这种模式给我们带来了很高的品牌价值，从经营产品转变到经营品牌，把现在新经济的技术和传统的资源、网络资源进行对接，使企业实现了快速增长。新的百年，青岛啤酒重新确定了新的使命、愿景和品牌主张，那就是“激情成就梦想”，这个品牌主张的确立，不仅成就了青岛啤酒百年的激情与梦想，更激发了消费者对未来对希望的美好梦

想。xx报：能谈谈青岛啤酒未来3年的“大势”？来源：考试大金志国：那就是奥运。青岛啤酒是北京2008奥运会的赞助商。作为赞助商，不是拿钱就行了，我考虑的是，如何把青岛啤酒这个企业的企业精神和品牌内涵与奥运“更高、更快、更强”结合起来，把青岛啤酒发展得更好。再一个是科学发展问题。科学发展不能只有发展的速度，还要注重发展的质量。青岛啤酒所以能够保持百年不衰，就是注重落实了科学发展观。这几年，青岛啤酒在强与大的关系处理上就是正确地对待了发展速度与质量关系。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com