

一颗松子闯世界

——吉林省梅河口市崛起百亿级松子加工产业

◎小城走出世界级产业
◎转型升级创造新动能
◎未来机遇与挑战并存

<< P2

新闻简讯 News bulletin

天津科技成果转化交易市场开业

14 日,天津市科技成果转化交易市场正式授牌开业,面向全市科技型企业、大专院校、科研机构等创新主体提供服务,推动其与海外创新主体开展技术研究和产业化合作,在天津共建联合研究中心或实验室,共建国际技术转移机构、科技产业创新园区及产业技术创新战略联盟等。交易市场开业后,将进一步借助自贸区红利,完善服务能力和水平,面向全球组织高端科技创新要素,聚集科技创新资源,通过建设高水平国际驿站技术转移集聚区,打造国际科技资源的接驳站,搭建科技金融服务平台和培育技术经纪人队伍等服务功能。(周润健)

河南:建筑业不参加工伤保险不得施工

河南省住房和城乡建设厅 14 日下发《关于进一步加强全省建筑业工伤保险工作的通知》,要求对不提交建设项目《工伤保险参保证明》的,视为安全施工措施未落实,不予核发施工许可证。通知要求,全省各级住房和城乡建设主管部门要认真履行工作职责,督促推动建筑施工企业依法参加工伤保险。在严格施工许可管理方面,对于没有提交建设项目《工伤保险参保证明》的,视为安全施工措施未落实,不予核发施工许可证;在严格费用管理方面,工伤保险费在工程概算中必须单独列支,作为不可竞争费,不参与竞标。(付昊苏)

河北发出首张全程电子化登记企业营业执照

13 日,河北省首张全程电子化登记企业营业执照在河北省工商行政管理局颁发,河北省企业登记全程电子化改革试点正式启动。企业登记全程电子化是充分利用电子化、网络化优势,通过企业外网申请——工作人员内网审核——审核结果外网反馈运行模式,实现企业登记申请、受理、核准、发照、公示等各环节均通过网上电子数据交换完成的登记方式。目前,河北省在石家庄、保定、邢台地区开展全程无纸化、零收费、电子化登记试点。8 月 1 日起,试点单位将扩大至全省各级企业注册登记机关。(牟宇 王昆)

中国与中东欧国家签约 800 亿元国际化旅游项目

记者从在浙江宁波举办的中国(宁波)—中东欧国家旅游合作交流会上获悉,中国与中东欧国家互相推介旅游资源,共签约 26 个国际化旅游项目,总额近 800 亿元。本次交流会上,慈溪安徒生丹麦童话乐园、港中旅文化小镇等 26 个项目现场签约,金额近 800 亿元。除了推出一批重大旅游资源和投资项目,浙江还与相关中东欧国家和旅游企业签订了合作协议。(屈凌燕 方向禹)

九天绿健康产业集团

aleenn 九天绿
专注健康产业
专注药食同源
专注治未病工程



热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-86637530
投稿邮箱:cjb490@sina.com



本报常年法律顾问为闫永宁律师

手机:13609110893



李曙光首度发声 为五粮液“落笔构图”

■ 本报记者 王剑兰 王道海

6 月 2 日,五粮液股份公司运营商会代表工作会终于在万众期待中召开,这也是五粮液集团董事长李曙光上任以来首次公开面向五粮液核心运营商,向五粮液核心运营商,这一次会议也被外界认为是李曙光上任后正式宣布新工作思路、确定五粮液未来发展基调的关键一天。

据本报记者了解,五粮液集团董事长李曙光、五粮液集团总经理、股份公司董事长刘中国、五粮液集团党委书记邹涛等领导以及五粮液核心运营商参加此次会议。

李曙光强调,五粮液将重回龙头地位,提升市场顺价水平,建立渠道信心。

五粮液面临激烈的市场竞争,公司正在开展二次创业,提出了十三五打造千亿集团的目标,千亿目标中酒业的贡献度将达到 60%,五粮液二次创业将通过战略创新、品牌创新、营销创新,实现追赶型、跨越式发展,来力争重新回归品牌、市场和市值的龙头地位。



这是此次运营商会代表大会召开的背景。记者了解到,五粮液董事长李曙光首度发声为发展定调,围绕战略问题、形势问题、营销问题四个核心问题重点布局五粮液的工作规划。

推进发展新战略 力促五粮液十三五的跨越式发展

第一,在战略层面,进一步改革集团治理模式,进一步聚焦核心主业,集中力量强化五粮液主品牌的做大做强,包括重新定位集团相关产业,按市场化方式减少内部关联交易,按三去一降一补的方式,优化调整多元产业板块。

李曙光表示,酒业是名副其实的高度竞争的行业,搞好酒业是很不容易的事情,集中精力都不一定搞得很好。在研究茅台、洋河、泸州老窖等一定后发现,茅台、洋河在相当长一段时间内做到了酒业集中、所以精力也集中,发展得不错。所以五粮液首先做好酒业,把酒



业做好、管好,五粮液集团的根基就稳了,五粮液下一步的发展才能进一步的做大做强。

第二,在品牌营销层面,抓好三个重点:一要强化核心品牌高端定位。突出产品品质、定价、创新等多维度的品牌管理,着力提升核心品牌竞争力。

在系列酒方面,将精益求精,优化结构,重点打造一批 10 亿级以上的大单品。坚决淘汰市场定位不清晰、价值贡献低的产品。在系列品牌打造的目标上,五粮液系列酒板块十

新金融服务,特别是在产业链金融方面,加大对上游供应商和下游经销商的融资服务。

共同努力 正确认识和把握当前的市场形势

李曙光表示,五粮液当前的形势总体是好的,发展势头也不错,但还不够好,和茅台相比还有差距。经过几年的调整,目前酒业高端市场,尤其是知名品牌的业绩都不错,有了一定程度的回暖,主要企业的业绩都不错,1—5 月份五粮液的业绩相当不错,从目前的发展势头看,下半年可能会更好。

在此背景下,李曙光提醒公司和经销商要保持清醒的认识,五粮液面临的市场竞争格局是前有标兵,后有追兵,和前面标兵的差距在扩大,和后面追兵的差距在缩小,必须客观冷静地分析形势。

稳定出厂价 提升市场价 建立符合市场规律的价格机制

李曙光表示要正确认识五粮液的出厂价和出厂价的关系问题,高端酒的营销一个关键的价格是价位的营销,价位高代表品牌价值高,可能也意味着市场地位强,所以大家都在争夺市场高价的位置。

李曙光认为,市场经济是由供求关系决定价格,茅台就是由于需求旺盛供不应求,加上渠道结构合理,价格一路走高。目前,五粮液的出厂价也不低,但市场价还不够高,刚刚实现出厂价销售,出厂价和批发的价差还比较小,所以要培育终端市场,进一步提高顺价水平。

记者从参会人士方面获悉,五粮液主品今年供应形势非常紧张,下半年可能会出现一个更加供不应求的局面,李曙光呼吁经销商好好利用目前的时机,做好终端尤其是消费者的服务,做好市场让供求关系自然形成的高价才是良性的低价。

值得注意的是,五粮液一直备受关注的

出厂价是否上涨问题也得到了明确回复。五粮液明确放出信号,五粮液的价格调整会按照市场发展形势来,只要符合市场价格形成规律,有利于品牌发展,不排除任何提高出厂价的可能。但是,提高出厂价的前提是把五粮液的市场做好,把五粮液的需求做强,把五粮液的品牌价值做出来。

李曙光也表示,五粮液的市场价一定会更高,五粮液出厂价上涨也就更加水到渠成。既要看到现在,也要预见未来,要适当地稳定出厂价,让经销商都能更好地赚钱,建立起真正的渠道信心。

强化渠道布局 大力实施“百城千县万店”工程

任何时候,强化终端营销和消费者营销都是一项酒业企业成功的关键,五粮液的“百城千县万店”工程将在上百个大中城市、上千个重点县区启动上百家核心销售终端的建设,包括依托专卖店、旗舰店和社会有影响力的销售终端。五粮液将大力整合资金资源,在产品陈列、品牌宣传、客情推广等方面给予支持,实现五粮液向终端营销的转型。

一位参会的白酒大商用两个关键词形容他的感受:亲民了、二次创业。

华泽集团董事吴向东作为核心运营商会代表参加此次会议。他表示,五粮液进一步建立厂商关系的战略,这是五粮液持续发展的重要前提。此外,五粮液心态更加开放自信,李曙光董事长上任后,公司提其他酒企提得更多,提自己的不足和差距也提得多,五粮液当下已经清醒地认识到自身的发展现状,以更加开放的心态去讨论和学习,这是此前不曾有过的现象。

五粮液此次会议召开引来行业颇多关注。国内最大的酒类电商运营商之一民酒网 CEO 胡巍对记者表示,“五粮液市场价格的变化是市场的变化、竞争的变化,也是企业调控策略、管理风格变化的体现。2017 年是五粮液全国专卖店的升级年,升级转型为独立盈利能力的专属渠道,这就是要把过去的行政的、计划的附属关系调整为计划+市场的厂商关系,这就提升了系统效率。”

胡巍在接受本报记者采访时认为,虽然李曙光书记也坦诚五粮液与茅台的“差距已经拉开”;但是价格只是消费者、商业环节与商品之间的一种博弈平衡,只是品牌竞争的一个维度,绝大多数消费者在高端宴请场景下,心理第一反应依然是“茅台、五粮液”,只要消费者心智中它们还在一个平台上,差距就没有真正拉开,就还有无限可能。

“从此次会议上可以看出李曙光董事长非常冷静,对竞争态势非常清醒,也很有格局,要做终端营销改革,要做消费者营销培育,要向新生代要市场,向全世界要市场,尤其是提出业内要强强联合,要资本化运作,这些都让人浮想联翩。”胡巍在接受记者采访时说。

容拳道 RONGQUANDO

引领心身健康 容拳成就梦想

www.rongquando.com

纯正美国味

来自 Smithfield

进口 Smithfield 猪肉原料

美式培根 美式火腿 美式香肠