

习酒力争 2020 年前进入白酒前十强

2017 年营收 35.78 亿,增长 39.44%



● 习酒公司董事长张德芹



● 茅台集团总法律顾问刘汉林



● 习酒公司总经理钟方达



● 习酒经销商大会颁奖典礼

2017 年 12 月 27 日,茅台集团习酒公司召开 2018 年全国经销商大会。会议全面回顾了习酒 2017 年取得的成绩,并对 2018 年工作作具体部署。茅台集团总法律顾问刘汉林出席本次习酒经销商大会并作重要讲话,习酒公司董事长张德芹、总经理钟方达在会上作具体部署讲话。

习酒 2017 年营收 35.78 亿
2018 年目标:营收 43 亿,
窖藏超 50%,省外占比超 50%

记者现场获悉,刚刚过去的 2017 年,习酒完成营收 35.78 亿元,同比增长 39.44%,上缴税金 9.28 亿元,同比增长 69%,实现利润 4.5 亿元,同比增长 26%。其中贵州市场占比为 52.02%,省外市场占比大幅度上升,达到 47.98%,提高 13.13%。省外市场的强势发展离不开经销商数量的增长,截止目前,习酒省外经销商总数达到 1070 家,同比增长 104.20%。

习酒公司总经理助理、销售公司总经理杨云在会上作营销工作报告,报告总结了习酒在 2017 年工作中的亮点,包括消费者互动模式得到较大优化和创新;营销工作信息化尝试初见成效;省外市场经销体系建设快速推进;省外重点城市的发展取得较大突破;特产品牌精简瘦身,优势资源得到进一步挖掘;电商步入快车道;主体个性化产品的探索取得阶段性成果等。

此外,2017 年习酒在营销队伍建设方面,新增人员 300 多人;组建经销商联合会 17

个,囊括成员近 800 家;在消费者培养、信息化建设、市场管控、机关后勤服务等方面均取得极大进展。

杨云在报告中还介绍了习酒 2018 年总体营销思路,即坚持“十二个坚定不移”,构建“三点两线一个根本”的市场格局,在业务板块上实现“171534233271125”的目标。全年任务目标为 43 亿元,同比 2017 年营收增长 20.18%,到 2018 年底,冲刺销售力争突破 50 亿,窖藏系列占比超 50%,省外市场占比要超过 50%,力争达到 60%。

“三点两线一个根本”即以贵州市场为核心、长江经济带及沿海经济带,再加上三个省外重点市场(河南、山东、广东)。“171534233271125”是指打造 1 个 7 亿元市场,1 个 5 亿元市场,3 个 4 亿元市场,2 个 3 亿元市场,3 个 2 亿元市场,7 个 1 亿元市场和 12 个 5000 万市场。

2018 年,省外市场工作方面,习酒将采取五大措施,一是整合资源精准拜访,扩大范围抢抓名商;二是聚焦深耕样板市场,品鉴赠饮多做培育;三是建立核心联盟体系,提升渠道分销利润;四是合理制定产品策略,创新方式提升动销;五是满足客户个性化定制,补充产品不容忽视。

记者了解到,2018 年,习酒在信息电商方面,将构建云分销体系,目标到 2020 年电商实现 10 亿元收入;在特许及个性化定制方面,将集中资源重点扶持 3-5 家,将加快封坛定制中心的组建;在营销队伍建设上,习酒将完善内训体系、提高业务技能,创新选拔用人机制;在市场管控方面,要实现打架网络化、规模化和链接化,成立巡视组,加大监督力度。

习酒力争 2019 年上市 张德芹:未来要成为酒业集团

习酒公司董事长张德芹在会上作重要讲话,张德芹指出,今年习酒所有的数据指标都创造了习酒 65 年以来最新的高度,特别是营收方面,习酒实现了同比近 40% 的增长。他认为,习酒今年双十一年期间的惊艳表现证明消费者对习酒的了解度在上升,同时也说明习酒在省外市场的知名度和美誉度也有所提升。

会上,张德芹系统讲解了习酒的企业文化、企业战略和品牌战略。张德芹表示,习酒将一如既往的按照自己既定的步伐走向既定的目标,“2020 年前,习酒必须进入白酒前十强”,张德芹说道。同时,据张德芹透露,未来习酒将会成为以做酒为主,拥有子公司的企业集团。

关于习酒会成为一个什么样的品牌,张德芹说道,习酒将成为中国高端白酒中质量过硬,文化底蕴深厚的品牌。他表示,习酒未来将会拥有多达 5000 亩的生产基地,此外,习酒拥有众多的技术骨干做基础,有一批高学历、年轻化的营销队伍,以窖藏 1988 品牌为代表,在高中低端全方位打造品牌。

张德芹表示,习酒和代言人陈道明的签约正是习酒企业文化的体现,陈道明是中国有名的君子。“习酒是酒中的君子”,张德芹说道。他希望经销商不要急功近利,要踏实做好市场,培育好消费者,践行君子文化。

茅台集团总法律顾问刘汉林代表茅台集团在会上作重要讲话,他认为,习酒公司全国经销

商大会的召开,释放出习酒全国化市场布局,正在新一轮经济东风中加快推进的信号。习酒公司已进入新一轮的上升周期,呈现出逆势增长、持续向好的良好态势。

刘汉林表示,从品牌、市场表现产能规模和竞争能力等方面来看,习酒已具备快速发展的基础和条件,另一方面,习酒在集团酒业板块的占比不高,支撑和贡献都还不够,仍需加倍努力。他认为,习酒要加快发展,必须深耕市场,充分依靠经销商,以诚信赢得消费者。

刘汉林要求,习酒要善于抢抓机遇、拓展市场,加快发展,要深耕市场做好酒文章、要讲好习酒故事,围绕“君子”文化融合做好品牌布局,要贴近市场定措施,要统筹省内外市场工作安排,借势加快推进习酒全国化进程。

“集团公司全力支持和推动习酒做强做优做大,将统筹考虑、系统支持习酒发展。”刘汉林说道,习酒要依托茅台大势,做强品牌、做大规模,努力完成集团公司下达 2018 年目标任务。要盯住三个目标做工作:一是加快推进产权制度改革,完善 IPO 方案,完成股份制改造,力争 2019 年上市;二是全力做好主业,“十三五”末在集团酒业板块占比达到 10% 左右,跻身全国白酒“前十强”。三是着力实施厂区改造。

习酒发展面临新机遇 钟方达部署 2018 年六大工作

习酒公司总经理钟方达在讲话时表示,得益于窖藏系列的增长、消费群体的扩大和经销商数量的增加,过去一年,习酒按下“快进键”,保持了稳定增长的好势头;通过系列品

牌推广活动,实现了品牌价值的大增长;通过规范市场终端、开发新产品等构建了市场营销的新格局;同时通过科技创新推进习酒发展的速度,加快转型升级的步伐。

钟方达认为,中国酒行业目前呈现出几大形态,一是民间消费、商务消费带动白酒行业复苏;二是白酒行业集中度将持续提升;三是消费升级带动中高端白酒消费,中高端市场空间会越来越大;四是酱香型白酒有着良好的发展空间。钟方达表示,习酒在全国酱香型白酒的地位和优势越来越明显。

会上,钟方达对习酒 2018 年的重点工作作具体部署。钟方达指出,在机遇面前,习酒要重点做好各项工作,推进习酒发展:

一、加大企业形象推广和品牌塑造,提升习酒美誉度,包括加大品牌塑造和企业形象推广力度。坚持打造“窖藏 1988”大单品战略,坚持以建设以中高端、酱香、主体产品为主的品线路,重点主推金质习酒、窖藏 1998、金钻习酒,以窖藏年份酒、金典习酒、老习酒为辅助,以个性化产品、特许产品为补充,制定更为完善更为科学的品牌体系。

二、提升产品质量,抓好队伍建设,做好市场基础保障。坚持走质量效益型道路,同时加大包装、物流、仓储、供应等的保障工作;对销售公司各个片区进行重新划分,招募更多专业的营销人才,为各个片区配置更为专业的营销团队。

三、坚持开展推广活动,提升产品附加值。继续做好“我是品酒师,醉爱酱香酒”活动;创新开展一系列推广活动,提高习酒品牌认同感、强化习酒公益品牌形象、提高习酒的附加值。

四、坚持做好市场建设工作,培养更多消费群体。按照“树形象、做培养、强基础、促推广”的总体要求继续做好贵州市场的补短板、走乡镇、挤竞品、抢高端工作,深入抓住消费者的心智;按照“塑形象、抢招商、做培养、建核心、促动销”的要求做好省外市场建设工作,重点市场力争每个县级城市都有经销商,其他市场力争每个市级城市都有经销商;加强团购工作,开发新的商超、酒店、行业协会等资源;维护价格体系,提高产品均价,2018 年,吨价力争达到 17 万元。

五、加强监督管理,做好营销系统信息化建设工作。加强对广告投入的监管和市场投入费用的监管;强化对窜货、打假、维权的监管,为经销商净化习酒销售市场;加强信息化建设,推进“云分销”系统、建立“习酒生态云”连锁体验店。

六、加强电商、特许、定制、封坛工作,打造新的增长极。加大电商板块的销售,开发更多专销产品;加大高端定制业务量;继续收缩特许品牌。

(本报记者 樊瑛 张建忠 组稿)

匠心墨宝 盛世收藏

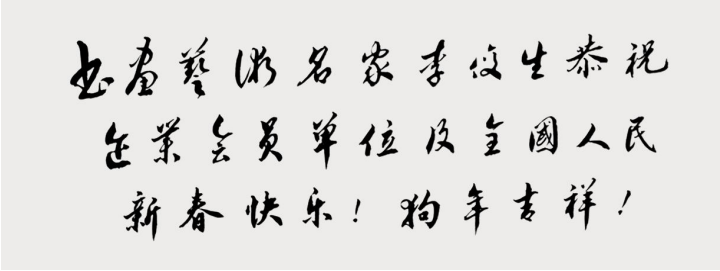
当代最具增值保值的书画名家新春寄语



董宝宏



李俊生



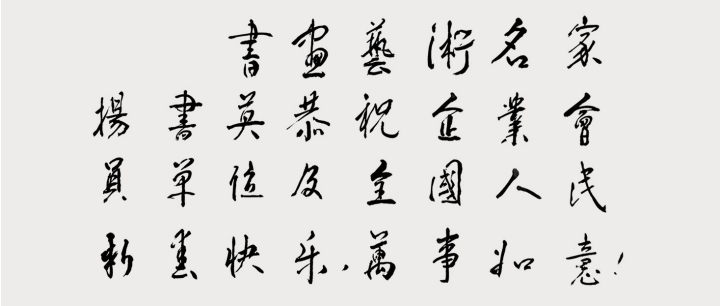
李仁枝



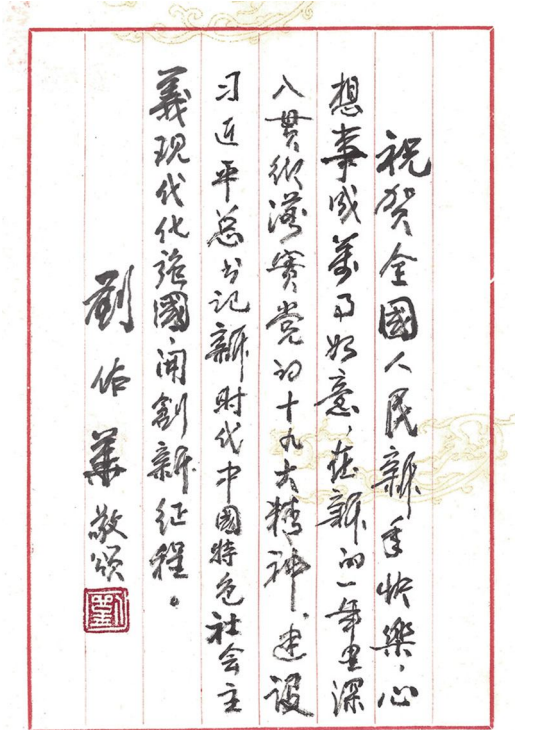
张俊煊



杨书英



刘佑华



徐世东



张道广



嵇境雷

