

为何屡屡跑赢市场? 解码牛栏山的成功秘诀



■ 本报记者 王海亮

12月25日,北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂媒体恳谈会在牛栏山酒厂新厂区多功能厅召开。来自全国各地近80家媒体齐聚牛栏山,再次零距离感受牛酒魅力。牛栏山酒厂党委书记、厂长宋克伟,出席了本次恳谈会。会上,牛栏山酒厂副厂长、新闻发言人陈世俊向大家通报了2018年度牛栏山酒厂的经营情况以及2019年的重点策略,并就与会媒体普遍关心的若干问题进行了解答和坦诚的交流。这家老字号企业,向来以低调著称,却屡屡跑赢市场,深度解析其业绩背后的驱动力,你会发现一切绝非偶然。看似平淡的牛栏山二锅头背后,拥有的却是无法复制的核心竞争优势。

无论是在白酒黄金发展期,还是在行业调整期,牛栏山始终按照自己的“节奏”持续、快速发展。如今,“牛栏山”已然成为现象级“民酒”的代名词。尤其是2018年,其全国化步伐和发展势头更加引人注目。上半年,牛栏山以营收57.74亿元,同比增长62.29%的成绩在酒水行业中再次成为业绩增长明星企业。下半年,牛栏山的销售市场继续保持良好的发展态势,百亿目标可期。

差异化的品类优势,营销切割,将对手逼向一侧

何谓二锅头?古法烧锅,蒸馏设备主要由三部分组成:一是加热用的地锅,二是蒸酒用的甑桶,三是冷却用的天锅。一次蒸馏,通常需要更换三次天锅之水。经第一锅冷却水冷凝流出的酒,含有多种低沸点的物质成分,尤为明显的如甲醇、醛类,口感刺激猛烈;经第三锅冷却水冷凝流出的酒,高级醇和酸类物

质含量较多,口感酸、涩、苦,且因水汽重而寡淡;唯有经第二锅冷却水冷凝流出的酒,味道最为醇厚,质量最佳。美其名曰“二锅头”。因此,“二锅头”的名称源于传统的“掐头去尾”、“按质取酒”的分级摘酒技术。“二锅头”也是我国最早以工艺命名的白酒品类。

北京是“二锅头”的原产地,京味文化是“二锅头”成长的温床,自然禀赋成就了二锅头的差异化和品类高度。二锅头不仅在国内家喻户晓,在国外同样有着较为广泛的认知基础,很多外国人对中国酒的第一联想就是“二锅头”。

当前,白酒同质化较为严重,市场竞争日趋激烈,而作为二锅头第一品牌的牛栏山,凭借差异化的品类优势,切割营销,将竞争对手逼向一侧,从而实现市场竞争优势。

精准定位的品牌优势 品牌基因助力全国化

据悉,牛栏山不仅拥有二锅头的品类优势,品牌优势更为突出。首先是品牌定位。“正宗二锅头,地道北京味”,牛栏山的品牌传播可谓耳熟能详。从2003年以来,“牛栏山”品牌的定位一直没有改变,且早已深入人心。“牛栏山”品牌将二锅头、牛栏山、北京三者之间紧密地联系起来,形成了有效的品牌联想。想到北京,自然会联想到北京的特产——二锅头,想到二锅头,自然会想到二锅头第一品牌——牛栏山。这就是品牌定位的力量。

然后是品牌基因。品牌基因决定品牌的性格和命运,决定品牌以产品形式呈现的价格宽度和市场广度。牛栏山的品牌基因,完美地继承了二锅头的品类基因,其核心特点就是包容性。二锅头有着与生俱来的包容性格,

彰显着京味文化兼收并蓄的风骨。无论是东奔西走之人,还是南来北往之客,二锅头让萍水相逢变成相见恨晚;无论是街头巷尾的小酌,还是厅堂酒肆的宴饮,二锅头让官宦草根共同品鉴人生百味。正是包容的品牌性格,牛栏山才有全国化的市场规模,正是包容的品类性格,牛栏山的产品线才可以从十几元的陈酿系列到几百元的经典系列,而这样的人格跨度,消费者会觉得有任何违和感。

科技为先的品质优势 匠心传承、践行“正宗”

二锅头传承300年,牛栏山一直致力于二锅头品类的发扬光大。在牛酒人看来,“正宗二锅头”的本质,就是致力于对消费需求满足程度的最大化,也是一代代牛栏山酿酒人不断追求好酒品质的匠心精神。

市场的高速增长往往会引起人们对营销层面的关注,而牛栏山最为核心的竞争力更在于科技和品质。牛栏山把“以科技为核心”写入发展战略,并一以贯之。多年以来,牛栏山连续和中科院、江南大学等院校、高校合作,研究行业相关技术课题,尤其是对二锅头品类发展的研究专注而深入。在科研费用的投入上,牛栏山更是不惜重金。从CNAS检测分析实验室到微生物实验室,再到博士后工作站的建立,最近几年,牛酒用于科研方面的投入累计达到2亿多元人民币。一系列关于二锅头种苗培育、发酵规律、品质安全等研究成果,已经得到转化,并有效地促进了牛酒的工艺提升和品质提升。

2018年,牛栏山酒厂与中国科学院微生物研究所、中国工商大学在筹建院士工作站等合作上达成全面共识。分别由中科院微生物研究所庄文颖院士团队,北京工商大学孙

宝国院士团队担纲,双院士工作站下一步将针对牛栏山白酒酿造过程中三大代谢途径的相关功能微生物,以及牛栏山白酒的风味物质、健康因子和品质提升等课题进行深度的理论研究,其目的不仅是为牛栏山酒厂未来的产品优化和品质能力提升提供重要的理论和科研支持,更是要以此推动以牛栏山酒厂为主体的技术创新体系的全面升级,培养企业发展所需的科技创新人才,培育自主知识产权,增强自主创新能力,增强市场竞争力。届时,牛酒将会进一步通过科技赋能,建立更强的科技品质优势。

海纳百川的品格优势 “和谐共生”赢得“铁杆粉丝”

牛栏山还有一个现象令业界称奇,那就是牛栏山和大部分经销商都有着多年稳定的合作关系,有的甚至长达20年以上。并且,大部分经销商只做“牛栏山”一个白酒品牌。如此高的忠诚度,得益于牛栏山持续倡导的“和谐共生、合作共赢”的人文文化,牛栏山将其归纳为牛栏山的“包容品格”优势。

牛栏山倡导包容的企业文化,倡导“和谐共生、合作共赢”人文营销理念。很多经销商感叹,这么多年以来,牛栏山对经销商的关怀始终如一,牛栏山与经销商之间的和谐依存发展状态一直未变。更有意思的是,牛栏山几乎不给经销商定任务,销售任务一般都是经销商主动提出来完成的。但在经销商遇到困难时,牛酒的营销团队从未缺席,全力以赴帮助经销商解决问题。比如在白酒市场不景气的2014年,部分经销商市场计划出现问题,牛栏山首先想到的就是如何帮助他们调整策略,调剂产品,消化库存,盘活资金,度过难关。

“要想着帮经销商挣钱。”牛栏山酒厂党委书记、厂长宋克伟常常如是说。有人质疑:牛栏山的销售人员那么少,市场如何做的细?殊不知,牛栏山经营的不仅是市场,更是人心。牛栏山的旗下,有一支拆不散、打不垮、忠诚度极高的规模化的“隐形部队”在为之效力。这种“厂商合作”的“心模式”,源自牛栏山独特的人文文化的经营。

从北方固本强基,到南方市场渗透,再到泛全国化布局,牛栏山现已拥有亿元以上省级(包括直辖市)销售市场22个,长三角、珠三角市场更是发展迅猛,全国化进程正在加速,这头引领“民酒”市场的“神牛”势不可挡。

提升品牌形象 扩大市场影响力

中国红曲酒发展高端研讨会在福州隆重召开

■ 黄晓玲

为宣传贯彻即将出台的《红曲酒》行业标准,进一步规范红曲酒的生产和质量管理,促进红曲酒产业的升级创新,积极研讨中国红曲酒的产业发展战略,2018年12月19日,由中国酒业协会主办、福建省酒业协会承办的《红曲酒》行标宣贯会暨中国红曲酒发展高端研讨会在福建省福州市美伦大酒店隆重召开。会议由福建省酒业协会技术委员会主任柯家耀主持,中国酒业协会副理事长刘秀华、福建省酒类管理办公室主任杨蓓以及贾锡太、苍震华、李祖可、陈绍军等福建省有关老领导、来自全国各地的红曲酒企业代表、经销商、有关行业协会代表、有关院校的专家、有关投资机构、新闻媒体等200多人参加了此次盛会。

中国酒业协会副理事长刘秀华代表主办方在会上致辞。他指出红曲酒是一种已有数千年历史、文化积淀深厚、久负盛名的酿造酒,它在所用的曲种、生产工艺、以及口感上有着自己明显的特色,其保健功效在《本草纲目》中早有记载,是一种营养丰富的低度健康酒,符合当前人们追求健康、养生的消费趋势,具有十分广阔的发展前景。希望红曲酒企业把《红曲酒》全国行业标准宣贯好,落实好。并以此为契机,通过“标准化”“精细化”管理来降低成本,提高产品质量,增加利润。同时在传承的基础上进一步创新,开发更多专精特产品,以满足市场的需求。

福建省酒类管理办公室杨蓓主任在致词中充分肯定《红曲酒》行标的颁布实施结束了红曲酒没有自己专业标准的历史,对福建乃至中国红曲酒产业发展具有重大意义。希望福建红曲酒生产企业要认真做好行标的宣贯工作,努力提高企业标准化管理水平,加快行业升级和发展的步伐。福建酒类管理办公室也将继续加大力度做好红曲酒宣传推介工作,政府、协会、企业共同努力,我们坚信福建红曲酒必将继往开来,再创辉煌。

惠泽龙酒业董事长福建省红曲酒产业联盟理事长邱允滔、福建老酒有限公司董事长陈克根、浙江红石梁集团济公家酒坊公司徐仁委作为行标起草单位的企业代表在会上发言,他们认为《红曲酒》行标的制定,不仅让红曲酒的品质有了规范的保障,也让市场进一步了解红曲酒,从而有利推动红曲酒的发展。企业要以此为契机,进一步规范红曲酒的生产与质量管理,进一步促进红曲酒技术和产品创新,进一步宣传和树立红曲酒的优秀品牌,确立红曲酒作为国际健康酒的产品定位和发展战略,抓住市场机遇,促进中国红曲酒产业尽快做大做强。

最后,由全国酒类标准委员会副主任郭新光作题为《红曲酒行业标准—坚持传统,开创未来》的演讲,他介绍了《红曲酒》行业标准制定的简要过程,对该标准的主要特点、标准的制定依据、产品分类、感官及理化要求等方面进行了重点解读。

宣贯会后紧接着召开了中国红曲酒发展高端研讨会。分别由福州大学倪莉教授作题为《中国红曲酒的特色与展望》的演讲,由浙江省工业大学周立平教授作题为《红曲酒的回望与前瞻》的演讲,由浙江工业职业技术学院黄酒学院胡普信院长作题为《红曲酒产品的传承与创新》的演讲。他们从红曲酒的历史与文化、特色与功效、传承与创新、回顾与展望等层面论述了中国红曲黄酒作为世界上最古老的酒种之一,作为一种与葡萄酒相媲美的国际健康酒具有巨大的发展潜力和广阔的市场前景。会议期间,全体来宾和代表还参观了“中国名优红曲酒联合展示”,并进行红曲酒品鉴。

此次宣贯会与高端研讨会的举办,进一步推动了红曲酒产业向标准化、规范化、精细化、特色化方向发展,宣传和树立中国红曲酒的优秀品牌,确立中国红曲酒作为国际健康酒的产品定位和发展战略。同期举办的中国优质红曲酒联合展示与品鉴,进一步提升了中国红曲酒的品牌形象,扩大了红曲酒的国内外市场影响力。

独家协办

中国食品工业协会
酒类食品高新技术培训中心

四川省川技王
酒类研究设计院

四川省广元市
酒类技术研究所

电 [0839]3600888
话 [0839]3602639

赊店老酒与河南酒业学院合作签约

近日,在豫酒转型发展与人才培养高端论坛暨河南牧业经济学院酒业学院揭牌仪式上,豫酒领军企业赊店老酒股份有限公司和河南牧业经济学院酒业学院举行了校企合作签约仪式。河南省白酒业转型发展工作领导小组组长刘满仓,省委高校工委专职委员高治军,中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉,河南牧业经济学院党委书记穆瑞端、院长罗士喜,赊店老酒股份有限公司总经理李刚等出席揭牌仪式,并共同见证了河南牧业经济学院与赊店老酒的校企合作签约仪式。

赊店老酒股份有限公司总经理李刚在签约仪式上讲话,他表示,赊店老酒与牧业经济学院的合作由来已久。在过往的合作过程中,校方师生的敬业精神、专业态度、职业素养赢得了赊店老酒的高度赞扬。校方为赊店老酒

人才济济则行业兴旺。此次赊店老酒与



河南白酒学院之间的合作签约,必将在赊店老酒发展、豫酒振兴的事业上留下浓墨重彩的一笔。据了解,河南赊店老酒是河南省政府

评选的豫酒五朵金花之一,在豫酒纳税企业中名列萌芽。

(企宣)

丰谷酒业干部大会会议宣布 姚光华出任丰谷酒业党委书记、董事长

近日,丰谷酒业干部大会会议宣布了重要人事任免决定。四川发展控股有限公司党委副书记、董事、副总经理张宜刚;绵阳市人民政府副秘书长龙佳林;四川发展控股有限公司党委组织部部长、人力资源部总经理杨安;四川国科资产管理有限公司党委书记、董事长姚光华,党委委员、副总经理殷剑川出席会议。大会由四川国科资产管理有限公司党委副书记、董事、总经理谢爽主持。

会上,杨安宣布四川发展控股有限公司党委任免文件。任命姚光华同志为四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司党委书记、董事长职务;免去饶家权同志四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司党委书记职务,任命饶家权同志为四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司党委副书记。

谢爽宣布四川国科资产管理有限公司任免文件。任命梁成同志为四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司副总经理,免去总经理助理职务;免去王远成同志四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司董事、副总经理职务;免去吉琛同志四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司行政总监职务,另行工作安排。

会上,丰谷酒业党委书记、董事长姚光华,党委副书记、总经理卢中明分别作表态发言。丰谷酒业党委书记、董事长姚光华作郑重



表态:“我将带领丰谷酒业新的领导班子,恪尽职守,忠实履职,决不辜负组织的重托,决不辜负各位领导的期望。”

着眼全局 突出政治担当

作为四川国科“班长”兼任丰谷酒业“班长”,我将团结带领班子成员,进一步提高思想认识,着眼大局,突出政治担当。一是认真学习贯彻党的十九大精神和习近平总书记在纪念改革开放40周年大会上的重要讲话,将思想和行动统一到四川发展、绵阳市委市政

府的决策上来,在思想上、政治上、行动上与以习近平总书记为核心的党中央保持高度一致。二是带头增强“四个意识”,牢记习近平同志对国有企业管理干部的“二十字”要求,严守政治纪律和政治规矩,带头落实好主体责任和一岗双责,在丰谷营造和构建良好的二次创业生态环境。三是民主决策,团结共识,严格遵守四川发展党委“三重一大”制度和党委议事规则要求,发扬民主,科学决策,团结带领班子成员、中层干部,争当干事创业的先锋和表率。

遵守廉洁制度 加强党风廉政建设

坚持党管干部的原则,紧紧抓住关键少数,推动“两个责任”落实,以问题为导向,抓好督查和问责,确保有责必担责,失责必问责,以问责倒逼责任落实。同时,我作为企业主要领导干部,组织赋予了自己一定的权力,自己将坚持正确的权力观和价值观,严格按照“三严三实”的要求,修身律己,做廉洁从业的模范,带头推动公司党风廉政建设。

聚力同心 努力开创企业发展新局面

丰谷酒业正面临着巨大的困难,企业现在背负着巨额的债务包袱,市场、品牌影响力需要大力提升,唯一的出路就是公司上下必须下最大决心,以市场为导向,以销售为核心,抓住销售、质量、品牌重塑、人才使用和培养的有利机制,同心同德,破釜沉舟,背水一战。在这个过程中,我会和大家一起,甘苦与共,并肩战斗。我坚信,有四川发展、绵阳市委市政府的正确领导,有公司领导班子的齐心协力,有全体员工的奋力拼搏,我们一定能够在丰谷酒业转型升级,二次创业和绵阳建成西部现代化强市中做出应有的贡献。”

(丰轩)