

凝心聚力拓展市场 做强品牌共赢未来

茅台集团技术开发公司 2018 年度经销商大会成功召开

■ 本报记者 樊瑛 张健忠

2018 年以来,茅台技开公司三大业务板块(白酒板块、上下游板块、金融板块)独特优势初步彰显,发展格局日臻成熟,综合实力显著增强。

展望 2019 年,大众白酒成长红利正在显现,既要看到大众白酒消费市场的广阔前景,也要认识到消费者将更加睿智、更加挑剔,大众白酒的白热化竞争不可避免。茅台技开公司希望厂商统一思想、形成共识,携起手来,坚守产品质量和诚信服务的底线,激发创新第一动力,走高质量发展之路。在新的一年里,力求将柔和酱香型白酒打造成白酒行业技术创新的标杆和白酒细分品类的典范,与经销商共享柔和酱香核心技术成果转化收益。在继续加强核心品牌茅台醇建设的基础上,再培植二至三个优秀白酒品牌做大做强,力争公司品牌基本进入“亿元级”品牌圈。

寒冬中的茅台古镇,一场盛大的聚会让人感受到别样温暖。

2018 年 12 月 24 日,贵州茅台酒厂集团技术开发公司(以下简称“技开公司”)在赤水河畔的茅台国际大酒店隆重召开 2018 年度经销商大会。

技开的经销商亲人们从全国各地回到家中,相聚在柔和酱香的故乡——茅台,以赤水河为系,以“中国酒乡”为约,以柔和酱香为契,以“凝心聚力,拓展市场,做强品牌,共赢未来”为主题,与茅台醇粉丝以及媒体代表齐聚一堂,一起追忆往昔峥嵘岁月,共同商讨市场战略,携手绘就发展蓝图。

茅台集团党委委员、副总经理杨代永,茅台集团技术顾问、原总工程师吕云怀,茅台集团原工会主席罗双全,茅台集团总经理助理、技开公司党委书记、董事长杨凤祥,茅台集团原副总会计师张毅,技开公司党委副书记、总经理王俊,技开公司党委委员、副总经理陈华明,技开公司党委委员、纪委书记杨盛勇,技开公司党委委员、副总经理屈午,技开公司党委委员、副总经理陈涛,技开公司工会主席陈林、财务总监冉万权出席大会相关活动。

提档升级 走质量效益型发展之路

杨代永对茅台集团技术开发公司近年来取得的成绩表示肯定。他指出,技开公司 2018 年在集团各子公司中,各项经营指标和对集团的贡献度都排名前列,这得益于技开公司转型升级、调结构的结果,也得益于产品质量支撑和深耕市场的结果。他同时表示,有茅台集团的助力,有技开公司全体员工的努力,有经销商的给力,2019 年一定能再创佳绩。

杨代永强调,技开公司 2019 年经营工作总体上要树立信心,乘势而上,提档升级,走质量效益型发展之路。要练好内功,提高产品质量。质量是品牌支撑的根基,要切实解决生产端功能配置,要加强技术关键人才和管理人才培训力度,切实提升产品质量。要精准营



● 茅台集团党委委员、副总经理杨代永讲话



● 茅台集团总经理助理、技开公司党委书记董事长杨凤祥讲话



● 技开公司党委副书记总经理王俊致辞

销,优化市场布局。要对市场分类,进行精准施策,对产品定位和市场布局要有总体思考和策划,切实解决营销模式和生产各环节问题。要做大单品,将优势产品做大做优做强,切实提升品牌高度和张力,加强对潜在消费者培养力度。要做好市场服务和消费者服务,优化办理流程,提升服务水平。

“四心”发力 推动技开公司发展再上新台阶

杨凤祥对各位领导、各经销商代表的出席表示欢迎,向为技开公司 2018 年品牌建设、市场推广付出汗水和智慧的合作伙伴致以由衷的谢意。他用四个“心”——“凝心、信心、匠心、同心”分享了茅台技开人立志成为茅台集团重要支柱的奋斗之心。

一是凝心聚力,务实高效,共同奠定快速发展基础

2018 年技开公司白酒业务基础更加牢固,上下游板块发展更具潜力,极大增强了公司发展后劲,奠定了快速发展基础。

2018 年以来,在集团公司的正确领导下,技开公司盯紧目标不设上限,调结构、强品牌、优投资、增后劲,提质增效不留余地,生产经营稳健运行,三大业务板块(白酒板块、上下游板块、金融板块)独特优势初步彰显,发展格局日臻成熟,综合实力显著增强。

经济指标攀上“新”高度,超额完成集团公司下达的任务目标;

品牌建设取得“新”突破,深入推进“213”品牌战略,“做大单品、抓大放小”,让资源向核心品牌集中;

深化供给侧结构性改革实现“新”跨越,一是调结构,集中资源重点开发、培育柔和酱香产品。二是提品质,加大高附加值产品推广力度,低端转中高端取得实效。三是树品牌,通过技术营销解读柔和酱香,探索粉丝经济、商圈经济。培育了一批柔和酱香酒消费群体,扁平化营销网络初显成效;

项目建设汇聚“新”实力,申仁公司扩建项目致力于增强申仁公司技术创新核心竞争力,拓展外部市场。玻璃瓶厂扩建项目完成审批程序,2019 年将开工建设。

二是坚定信心,直面挑战,共同努力实现互惠共赢

作为中国传统产业的代表之一,中国白酒从改革初期的蓬勃发展,到“黄金十年”的昂扬向上和 5 年调整后的重新出发,不但从规模到效益都发生了翻天覆地的变化,更逐渐形成了与经济、社会协调发展的新共识。

2019 年,白酒行业将有望延续稳中有进、稳中向好的发展态势,这为技开公司的发展提供了难得的历史机遇。如何利用好相关政策,把握住发展机遇,希望经销商朋友同公司一起,认认真真研究国家政策、行业形势,在营销模式、产品推广上做细致的思考和大胆

的尝试,厂商相互学习、互相借鉴,共同推动事业发展。

三是坚守匠心,不断创新,共同开创发展良好局面

2019 年,公司将围绕“优品牌、提品质、拓市场、保盈利、强管理、抓项目”十八字方针,牢牢把握“品牌、质量、创新、人才、技术、市场”六大要素,以提高发展质量和效益为导向,以品牌优化为抓手,以强化管理为基础,以创新营销为突破,以项目建设为支撑,加速产品结构调整,加紧拓展白酒产业链,加快产业结构优化升级,进一步提升企业核心竞争力,推动公司发展再上新台阶。

在白酒板块,一是探索建立自主创新与“外引内联、横向联合”并轨的科研模式,继续加强与省内外科研院所和高校的技术交流与协作开发,加快科技成果转化,运用核心技术成果转化,扩大柔和酱香的知名度、美誉度和影响力,力求将柔和酱香型白酒打造成白酒行业技术创新的标杆和白酒细分品类的典范,与经销商共享柔和酱香核心技术成果转化收益。二是继续推进供给侧结构性改革。把产品供给、结构调整放在质量效益上,聚指成拳,实现品牌“瘦身”与“扶”、“控”结合,更加贴近市场,在不同消费层次、不同年龄阶段的消费群体上做好文章,鼓励经销商同我们一起研发个性化、时尚化消费需求的产品,更好适应新一轮消费升级,推动产业链结构调整实现更大效益。三是继续深耕精耕市场。以市场为导向,以创新为动力,以优品种、提品质、强品牌的“三品”工程为抓手,夯实市场基础、加快营销渠道拓展、强化营销队伍建设、提升营销服务能力,在继续加强核心品牌建设的基础上,再培植二至三个优秀白酒品牌做大做强,力争公司品牌基本进入“亿元级”品牌圈。

四是戮力同心、砥砺前行,共同做大单品做强品牌

厂商要树立全局眼光,抓品质、强品牌,精品类、重信誉、强服务,共同做大单品,做强品牌。

业绩是检验企业经营能力的试金石,我们必须继续坚持以顾客和市场为中心,贯彻“发展要有新思路、市场营销要有新方法、终端建设要有新突破、市场监管要有新举措”的四个新思想。注重“重点市场与普通市场,终端与批发,价格与销量,投入与产出”四个协调,正如我刚才提到的,公司将继续推进品牌“213”战略,将以更优厚的政策扶持业绩突出的品牌,着力培育“亿元”品牌圈,但仅仅是厂家“一个人吆喝”是不够的,商家也需要结合自身实际做好规划。

深化供给侧结构性改革是转型升级、提质增效的关键一招,除了厂家需要抓品质、强品牌以外,厂商都要精品类、重信誉、强服务,我们一定要树立全局眼光,必须善于总结发扬厂商双向好的做法,善于学习借鉴集团公

司、兄弟子公司及其他著名白酒企业的先进经验,消化吸收再创新,我希望经销商朋友都能高度重视,能不能把心思放在打造一个“拳头”产品上,这样做。一是可以集中精力,带领团队开拓销售渠道,形成规模效应,降低营销成本。二是可以提炼产品内涵,精准定位消费群体。三是可以加强下一级经销商的管理,减少违规行为。四是能在公司 2019 年营销政策上获得最大的支持。

齐心协力 做大年代茅台醇的市场

王俊在 2018 年(自营)经销商座谈会上讲话,他要求:会后工作人员要认真汇总各位经销商对茅台醇品牌建设、营销政策、市场管理提的建议和意见,能落实的马上落实,需要上会的要会上,该解释的要解释,该反馈的要及时反馈。

就 2019 年年代茅台醇的营销工作,王俊从 4 个方面进行了阐述。

一、密切沟通协作,厂商联动做大品牌

2019 年,公司领导班子将加强市场调研的力度,增加拜访经销商的频率和下市场的次数,与经销商面对面的沟通,真真切切地掌握第一手信息,与经销商共同探讨进一步细分市场 and 加大市场管理力度的具体措施,积极协助经销商拓展销售网络,厂商步调一致、齐心协力,共同把年代茅台醇的市场做大,拓展销售渠道,提高市场份额。

二、整合市场资源,增强品牌影响力

2019 年,茅台醇是“213”品牌战略的核心品牌,在公司层面,我们将利用集团和公司的媒体资源,加大在重点市场规划的广告投入,同时继续加强品鉴推广,扩大年代茅台醇的影响力。在经销商层面,我们将拿出细化的激励措施,重点支持业绩突出的经销商把区域市场做扎实。

三、加快成果转化,巩固核心竞争力

过去的一年,茅台醇推行“做宣传、进终端、建网络、促品鉴”的“十二字”营销方针,一系列的营销举措有效巩固柔和酱香核心技术的竞争力。下一步,公司将继续加大对柔和酱香科研投入,坚持自主创新 and “外引内联、横向联合”的科技合作方针,继续加强与省内外科研院所和高校的技术交流与协作开发,进一步完善提升公司的核心技术,将柔和酱香型白酒打造成中国白酒行业技术创新的标杆和新产品开发的典范,扩大“双柔”的知名度、美誉度和影响力,让柔和酱香产生更大的效益,提升销售业绩,也将让经销商获的更大的收益。

四、完善服务体系,维护市场秩序

我们将探索建立符合市场需求的营销员招聘用人机制和考核体系,把建设更加适合市场的营销服务机制和工作程序作为一项重要工作来抓,将营销队伍重点布局在成熟市

场和潜力市场,协助经销商积极搞好年代茅台醇的终端维护,对于“低价”、“串货”行为,我们将拿出具体的办法,切实维护好年代茅台醇的市场价格,维护好市场秩序、营销网络、客情关系,狠抓服务质量,共同构建市场服务体系。

荣誉激励 表彰年度优秀经销商

在欢快的颁奖音乐声中,大会参会领导上台为优秀经销商颁发荣誉证书和奖杯。优秀经销代表作交流发言时,向在场嘉宾分享了他们的感受和想法。

大会对 2018 年度优秀经销商进行了表彰:

北京茅赛酒业有限公司荣获品牌建设卓越奖;

四川省金至樽酒业有限公司荣获品牌建设优秀奖;

泸州上选酒类销售有限公司、贵州年代醇浆酒业有限公司荣获品牌建设贡献奖;

南京友航商贸有限公司荣获最佳渠道建设奖;

杭州广基贸易有限公司、华致酒行连锁管理股份有限公司、河北顺诺商贸有限公司、贵州茅仙酒业有限公司荣获年度精诚合作奖;

广州尚惠网络科技有限公司、贵州瑞涛隆峰商贸有限公司、遵义市金鼎源酒业贸易有限公司荣获“年度销售之星”;

辽宁省朝阳实达商贸有限公司、河南赤水河酒业有限公司、乌鲁木齐齐泰商贸有限公司、贵州怡品醇酒营销有限公司、贵州天禄十旬酒业有限公司荣获“优秀经销商”奖;

濮阳县好宜佳购物有限公司、佛山市健融庭贸易有限公司、闽仁天下(厦门)商贸有限公司、河南大张实业有限公司、李忠勇、支国富、曾伟、广西北海俊美商贸有限公司荣获“先进经销商”奖。

为解答经销商疑惑,统一思想认识,会前,技开公司召集经销商代表进行了座谈。与会人员积极围绕 2019 年品牌规划、产品结构、营销政策等进行了沟通交流,公司参会领导及相关人员现场解答了经销商提出的相关问题和困惑。会场讨论热烈,气氛活跃,与会人员提出了颇多建设性意见和有益建议。

技开公司还邀请北京正一堂营销策划公司董事长杨光作行业分析及柔和酱香型新品类的发展趋势演讲,加深经销商对白酒行业市场的了解,提升市场研判能力。

通过这次大会,广大经销商表示,技开公司领导班子的真心诚意、公司的巨大发展潜力、出台的相关扶持和优惠政策,都让大家对 2019 年市场充满信心。



● 技开公司党委书记、董事长杨凤祥为获奖经销商颁奖



● 技开公司党委委员、副总经理陈华明为获奖经销商颁奖



● 书法墨迹贺岁,祝福 2019 年技术开发公司产品大卖