

茅台之窗

茅台直销拓展创新路 入市“解渴”的茅台酒来了

新一波入市“解渴”的茅台酒来了。6月18日9时30分,贵州茅台酒2020直销渠道签约仪式,在茅台国际大酒店举行。区域KA卖场、酒类垂直电商、烟草零售连锁合计22家,正式签约成为茅台酒直销渠道商。

即日起,茅台将陆续投放茅台酒到直销渠道,与社会、自营渠道互为补充,进一步推进营销渠道扁平化改革,打造价格标杆,增强市场调控能力,平抑价格解决买酒难买酒贵,让真正的消费者买到平价的正品茅台。

据悉,此次签约也是今年特殊市场背景下,茅台营销体系的又一个大动作——全面拓展直销渠道,有力与社会渠道、自营渠道相呼应,令茅台市场体系如虎添翼。

确保每日有酒可售: 新增22家直销渠道商

此次签约的直销渠道商有16家区域KA

卖场,4家酒类垂直电商和2家烟草零售连锁。据悉,这也是酒类垂直电商和烟草零售连锁首次成为茅台酒直销渠道。

区域性KA卖场是指单店面积在5000平方米以上、商品种类齐全、能满足大多数人一次性购物需求、人流量大、营业状况良好的区域性知名连锁卖场。“茅台时空”今年1月曾独家报道,茅台签约了19家区域性KA卖场服务商,这次将增加到35家,覆盖区域进一步扩大大到全国。

茅台方面介绍,2019年,茅台以商超、电商、团购客户为核心,拓展直销渠道,目前发展的客户布局覆盖了全国省会和中心城市,实体店销售网络汇通全国,切实解决客户买酒难、买酒贵的问题。“6月份开始,我们将为今天签约的渠道商送货,大家收到货后要立即开始销售。”

据悉,随着国内消费进一步回暖,茅台酒市场终端价格开始上扬,茅台将陆续投放茅台酒到直销渠道,与社会、自营渠道同时发力平抑价格,解决消费者买酒难。

“全国、区域渠道商,要确保每日有货可售。”茅台方面在解读2020年贵州茅台酒直销渠道销售政策及签约规则时如是说。

此次签约,不少渠道商注意到了合同里有这样一个部分,廉洁自律协议。据悉,这也是廉洁自律协议首次被纳入茅台酒厂商合同范畴。茅台方面表示将构建“亲、清”厂商关系,要求渠道商遵规守纪、诚信经营。同时茅台营销公司也将与渠道商强化沟通并做好精心服务。

持续深化营销改革: 社会、自营、直销渠道互为补充

茅台高管就营销系统工作已明确提出,“优方式、聚客户、调结构、解难题、守底线”,茅台也正致力于营销体制改革、提升文化服务和管理水平等。

据介绍,茅台已初步建立社会、自营与直销渠道互为补充、错位发展的营销体制新格局。其

中,社会渠道掌握着最新、最前端的市场晴雨和消费反馈情况,对茅台的产品研发定位、宣传推广等具有重要参考价值。茅台直销渠道发展则开辟了新的市场资源,为茅台赢得更多优质、忠诚客户,也为消费者提供了更优质的服务。

签约仪式上,茅台方面称,将深化营销体制改革,携手渠道商和团购客户“共建、共享、共赢”,推动茅台高质量发展、大踏步前进。

据悉,茅台将加强与渠道商在旗舰店、自营店建设上的交流,共同强化营销策划、产品开发、厂商联动和媒体互动,不断丰富和拓展文化内涵,打造消费新圈层,构建消费新生态。

签约仪式上,渠道商表示将严格履行战略合作协议,充分发挥各自的龙头优势和实力,坚持透明化、公正化,以稳定的市场价格、优质的服务,弘扬茅台文化,推广文化茅台,把贵州茅台酒带给终端消费者。

“茅台是中国第一名酒,消费者也特别喜欢,我们一直在努力,希望成为茅台的经销渠

道。”在壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司执行总经理赵国东看来,随着茅台直达终端这一策略的实施,酒类流通行业扁平化的发展趋势将更加迅速,将会有更多人喝得到、喝得起、喝得美茅台酒。

面对疫情对各业态的冲击,茅台此次签约也被业界视为提振信心的一个举措。如同首次与茅台跨界合作的四川诚至诚烟草投资有限公司总经理骆敏所说,今天恰逢6.18,正值零售行业黄金销售时期,茅台在这个具有良好寓意的时间举办此次签约会,带来了“618,一路发”的美好寓意。

观察家指出,此次茅台KA卖场分布区域扩容,以及首次增加酒类垂直电商、探索烟酒跨界合作,凸显茅台继续深入区域市场,并创新思路全面拓展直销渠道,与社会、自营渠道互为补充相互发展,推进营销渠道扁平化建设,直面消费者最大满足茅台酒消费需求。

(本报记者 樊瑛 张建忠 组稿)

烧结作业区 生产检修两不误

自6月5日23:00开始,1号烧结机同步检修工作开展以来,攀钢西昌钢铁炼铁厂烧结作业区与参检各单位加强协同管理,坚持把同步检修期间的检修项目推进与2号烧结机单系统生产组织稳顺紧密结合起来,确保检修与生产两手抓、两不误。

据悉,该作业区1号烧结机此次同步检修主要以配合该厂1号高炉年修为主,1系列二次煤电子称换新、1系列一次混合机更换三合一衬板、1号烧结机电火炉更换,环冷机轨道和毡辊更换等众多检修项目要在此期间实施检修。检修期间,生产组织与检修平衡难度大、项目多、工期短、任务重。1号烧结机系列全停、高炉稳定顺行及烧结矿槽存平衡是关键。因此,该作业区正、副作业长和区域工程师会同该厂设备室、点检作业区每天安排人员轮流值班,坚持深入检修现场与参检单位和相关人员进行交流、沟通,实施检修方案现场跟踪管理,做好检修期间的检修备件平衡、作业人员平衡和生产调度。另外,由于是单系统生产,该作业区要求各生产班组必须全力抓好2号烧结机单台生产,稳定操作、稳定烧结矿质量、确保高炉炉料结构稳定,各岗位职工必须坚守岗位,确保生产稳定顺行。

该作业区还根据此次检修特点,针对检修项目中的重点、难点、关键项目点制定施工进度网络图,把控制好检修质量过程控制,在检修过程中及时收集检修进度状况。通过与参检单位的通力合作、现场蹲点、节点把控、信息准确及时上报,此次检修已顺利结束。(何勇)

泰笛科技整合布兰奇 数字化升级 西南洗衣行业

近日,泰笛科技宣布和布兰奇达成重要战略签署,联手推动我国西南地区洗衣行业的数字化整合和产业升级。

拥有红杉资本、中信证券、招商局集团、新加坡大华银行和建银国际等重量级投资机构股东的泰笛科技是中国互联网居家生活服务公司,创业七年来已经超过1200万户优质中产家庭提供在线洗衣、订购鲜花等服务。

目前,泰笛洗衣已经为消费者提供专洗、优洗、快洗等服务品类。布兰奇拥有超过20年历史,是西南地区最大的洗衣品牌,特别在成都、重庆等地拥有绝对的龙头市场地位,在全国拥有超过1400家门店。泰笛和布兰奇希望通过进一步的战略整合,对西南地区的国民品牌布兰奇融入泰笛全国运营体系。

2020年突如其来全球性疫情极大地推动了中国生活服务行业的在线化发展,泰笛凭借创业七年以来所积累的数字化优势和全面运营能力,在今年疫情背景下开始迅速推进传统洗衣行业的整合和数字化升级。

在今年4月泰笛科技就宣布9.5亿元收购具有全球最大中央智能洗衣工厂的天衣衣,两个月后泰笛就牵手西南地区龙头布兰奇达成战略合作。这两次大手笔的运作对中国洗衣服务产业的进一步发展起到了推动作用。

布兰奇创始人胡文均认为洗衣服务行业以传统加盟连锁模式走到今天,已经面临很多瓶颈和模式缺陷,尤其是在疫情后时代以大面积、重运营和个体化模式运营的社区加盟门店,承受着巨大的固定成本压力和环保压力,并很难在社区门店具备充分的杀菌消毒能力,而能以更灵活和智慧的方式来推动洗衣行业的数字化升级肯定是这个行业的未来。

随着未来5G技术的普遍应用,泰笛也将借助数字化改造,在洗衣工厂管理、协同形成规范。改变以往仅针对大客户提供的定制化解决方案,让每一位消费者都可以享受到洗护专家的专属洗衣方案。

目前中国拥有洗衣店超过40万家,其经营模式大部分为传统的个体户前店后厂模式,存在效率低下、洗护质量参差不齐、污染严重等现实问题,泰笛立志以数字化技术和全面运营能力推动洗衣行业的数字化升级,服务新一代中国家庭。(中新网)

甘肃安多集团 被评为“全省民族团结进步示范单位”

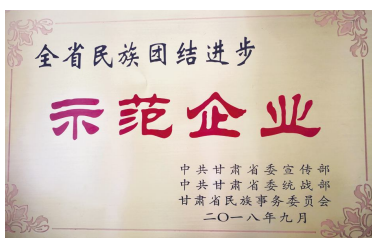
■ 魏生芳 本报记者 何沙洲

经初验推荐、严格评审、社会公示,近日,甘肃安多投资集团因在民族团结进步工作中成绩突出,被中共甘肃省委宣传部、中共甘肃省委统战部、甘肃省民族事务委员会评为“全省民族团结进步示范单位”。

多年来,立足甘南藏区致力于打造中国青藏高原生态有机清真肉品加工供应基地,以安多牧场牦牛、藏羊产业全方位践行“健康中国”战略的安多集团公司,在其发展中始终高举民族团结进步旗帜,牢牢把握各民族共同团结进步、共同繁荣发展主题,将民族团结作为自己立足之根本;正是基于对这片热土的情怀,尽企业的一切力量,努力营造“相亲相爱一家人”的民族团结氛围。

安多集团公司以“三个不离开”、“五个认同”和“六个维护”为抓手,高站位、高起点、高标准谋划推进民族团结进步创建工作,加强理论学习和组织领导,高度重视企业内部民族工作,健全工作机制,培养树立典型,扎实开展民族团结进步创建工作,使民族团结意识深入到每个员工的头脑。在公司企业文化建设、精神文明中,融入民族文化元素,增加了民族团结内容,开辟了企业文化和民族团结专栏,在公司内部形成良好的民族文化氛围,极大地增进了各民族职工的友谊和凝聚力。同时,科学管理、安全生产,积极营造良好生产经营环境,为维护民族团结,保障员工合法权益,改善民生、就业致富而努力。

民族团结的根本就在于让各民族真正能够体现出自己的尊严,让幸福感和获得感得



到提升,各民族能够具备一家人的情感。安多公司从实际出发,认真分析本地区凸显的问题根源,认为在甘南少数民族地区普遍存在物质文化和精神文化相对偏低,解决这一问题的有效途径就是尽可能地让摘掉贫困的帽子,让各民族同步发展。公司依托甘南畜牧资源优势,以科技进步为动力,以增加农牧民收入为目的,努力打造中国青藏高原生态有机清真肉品加工供应基地,狠抓特色产业,发展富民产业,不断增加农牧民群众收入。

安多集团公司在做大做强企业的同时,想方设法积极探索扶贫新模式,形成了产业

扶贫、小额贷款扶贫、“三变”改革扶贫、电商扶贫、就业扶贫、旅游扶贫、定点帮扶等多项扶贫措施。其中,通过产业扶贫有效发挥龙头企业助推精准扶贫的作用,截至目前,已累计带动夏河、合作、碌曲、玛曲及青海、四川等周边3000多个专业合作社、5万多牧户、25万多名牧民群众增收,直接带动牧民群众年人均增收3000多元,户均增收近2万元,为企业助力脱贫攻坚起到了模范带头作用。

近年来,安多集团公司立足甘南州全域旅游无垃圾示范区创建,积极参与“智慧生态牧场”建设,着力打造安多牧场精品旅游线

上汽红岩凭什么在牵引车市场逆风向上?

■ 钟睿 吴晓庆

2020年上半年,疫情冲击下,重卡市场受到了严重影响,上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上汽红岩”)重卡销量反而逆势上扬,尤其是牵引车表现最为突出。接下来,就让我们来看看上汽红岩牵引车1-5月成绩单:

一季度,牵引车同比增速达到132%,位列行业第一;
4月重卡“产量破万”,牵引车同比增长265%,取得新突破;
5月重卡“产销双破万”,牵引车同比增长163%,继续领涨市场;
1-5月牵引车累计销量同比增长达到175%,位列行业增速第一。

面对这份漂亮的成绩单,也许你会问,面对重卡市场下滑的形势,上汽红岩凭什么可以逆势领跑?这样的问题早在5月22日上汽红岩?上港物流120辆港口牵引车交车仪式上就有记者问过,当时上汽红岩总经理楼建平脱口而出:“是上汽红岩产品好、人好!”虽然寥寥数语,却是饱含深意,表明上汽红岩一直坚持产品升级、营销创新和服务体系不断完善,才交出了令人满意的“答卷”。

为有源头活水来 持续产品和营销创新升级

产品力是一切价值创造的根源,好的产品是形成品牌力的核心基础。因此,上汽红岩牵引车的高增长,首先归功于产品力,上汽红岩总经理楼建平曾指出,产品开发的针对性更强,产品创新、改进速度更快,为上汽红岩发力公路车市场,提供了充足弹药。

上汽红岩一直秉承“应需造车”的发展理念,会根据用户需求和工况条件来不断调整产品设计,不断推出新品,目前,上汽红岩牵



引车已广泛应用于长途高效物流、港口集装箱、快递、危化品、煤炭、重载运输等各种运输场景,并赢得了市场和用户广泛好评。

“问渠那得清如许,为有源头活水来”,同样要想拥有强大产品力,就要不断创新升级,以上汽红岩4月发布的全新产品红岩杰狮2020牵引车为例,该款产品历时3年潜心研发,通过新材料、新技术、新工艺的创新应用和对结构的合理优化设计,使得整车自重最低小于8吨,实现了整车科学轻量化,同时整车油耗也降低了8%~13%,卡车司机们也可以多拉快跑,多赚钱了。除了性能优化升级外,人性化设计也很贴心,比如驾驶室采用领先的环保标准与制造技艺,全面通过“CN95健康座舱”认证,噪音低、空气净……让卡车司机们身心获得保障。

市场销量好,营销也得跟上,上汽红岩紧跟市场营销风向,主动拥抱新营销模式,线上开课助力经销商“直播带货”、直播新车上市开启“直播售货”……接下来,上汽红岩还将继续探索线上营销模式、深化线上服务,为用

户提供线上看车、选车、购车的一体化服务,形成对线下服务体验的有力支持。

春风细雨润无声 不断创新完善服务体系

如果说产品力是企业的核心竞争力,那么服务就是企业的立足之本。作为我国最早的合资重卡企业,上汽红岩始终坚持“服务零距离”的理念,不断完善服务体系,不断创新服务模式,全心全意为用户服务。

目前,上汽红岩已经在全国陆续建设了上千家服务网点,覆盖各地区主要城市,形成了全面有序的全网络覆盖体系。在此基础上,上汽红岩不断探索和创新服务模式,根据不同客户群体,开创了三种不同的服务模式,针对公路车的“畅行服务”;针对工程车的“贴近服务”和针对行业用车的“管家服务”,与传统售后服务方式相比,这三种服务模式具有专业、高效、灵活、多样的特点,自今年初在各地推行以来,得到了广大用户的一致好评。



不仅如此,为了更好地服务牵引车用户,上汽红岩还推出了行业内最长的四年不限里程三包服务周期,比如,2020年5月,上汽红岩将国五、国六牵引车配套的上汽动力E/EET系列发动机,质保期由原来的48个月再延长到60个月,可以说最大限度地为卡友解决了后顾之忧。

春风细雨润无声,上汽红岩的服务总是那么贴心,总是让人感动,比如建立“红岩驿站”让卡友们路上也有“家”,各地设立服务站随时为卡友们提供贴心服务……这样的服务,上汽红岩会一直坚持,只为卡友们能放心开车,安心赚钱。

企业的生存发展离不开可靠的品质和服务,但要做大做强,就要不断创新升级,上汽红岩牵引车销量逆势领跑的背后,靠的就是持续产品、营销创新,不断创新完善服务体系,最终帮助用户实现效益最大化。未来,上汽红岩将继续坚持“以牵引车为突破口,公路车和工程车两条腿走路”的战略,发扬“红岩精神”,力保“工程之王”,争当“公路英雄”,彰显“上汽红岩 中国力量”!